

878531
9A
E

UNIVERSIDAD NUEVO MUNDO

ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO
CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE MEXICO



MUSEOGRAFIA Y MATERIAL GRAFICO DE APOYO A LA COLECCION PERMANENTE DEL MUSEO DE ARTE MODERNO

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO
P R E S E N T A :
KAREN SMITH MAC DONALD RUBIO

DIRECTOR DE TESIS:
LIC. FRANCISCO JAVIER GARCIA NORIEGA NIETO

MEXICO, D. F.

1993

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



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.

I N D I C E

	Página.
- Introducción	1
- Justificaciones	4
CAP. I Planeación de un programa	8
1.1 Ubicación del problema	8
1.2 Información	8
1.3 Análisis	9
1.4 Síntesis	9
1.5 Diseño	10
1.6 Aplicaciones	10
1.7 Presentación	10
CAP. II Aspectos Generales del Museo	11
2.1 Definición del Museo	11
2.2 Historia del Museo	14
2.3 Funciones del Museo	15
2.4 Museos de Arte Contemporáneo	19
2.5 El Museo de Arte Moderno de la Cd. de México	21
CAP. III Elementos de la museografía	23
3.1 Museología	23
3.2 Muséologo	32
3.3 Museografía	35
3.4 Organización y Administración	39
3.5 Personal del Museo	42

CAP. IV Elementos Condicionantes	45
4.1 Objetivo	45
4.2 Duración	45
4.3 Visitantes	47
4.3.1 Educación a adultos	48
4.3.2 Público Especializado	48
4.3.3 Público Culto	49
4.3.4 Los Maestros	49
4.3.5 El Gran Público	50
4.3.6 Los Turistas	51
4.3.7 Los Minusválidos	52
4.3.8 Jóvenes - estudiantes	52
4.3.9 Niños	53

CAP. V Objetos a exhibir	55
5. 1 Importancia	55
5. 2 Calidad	55
5. 3 Valor	56
5. 4 Antecedente	56
5. 5 Tamaño	57
5. 6 Color	58
5. 7 Textura	59
5. 8 Protección	60
5. 9 Conservación	61
5.10 Seguridad	64
5.11 El local	66

5.12 El hombre	66
5.13 Recursos	67
5.14 Espacio	68
5.15 Color y Textura	70
5.16 Luz	71
CAP. VI Equipos y herramientas	74
6.1 Mobiliario museográfico	75
6.2 Mapas, diagramas, maquetas y gráficas	76
CAP. VII Planeación de Exhibiciones	77
7.1 Objetivos	77
7.2 Originalidad	78
7.3 Guiones	78
7.4 Diseño Museográfico	80
7.5 Presupuesto	81
CAP. VIII Comunicación en el Museo	85
8.1 Problemas de Comunicación	85
8.2 Información visual	86
8.3 Información audiovisual	88
8.4 Información Oral	88
8.5 Cedulaario	88
8.6 Planeación	90
8.7 Redacción	91
8.8 Producción	92
8.9 Colocación	92

CAP.	IX Medios de Difusión para el museo	94
	9.1 Radio	94
	9.2 Televisión	95
	9.3 Periódico	96
	9.4 Patrocinadores	99
	9.4.1 ICOM	101
	9.4.2 Objetivos	101
	9.4.3 Comité Nacional Mexicano del ICOM	102
CAP.	X Principios Museológicos	104
	10.1 Por su agrupación geográfica	104
	10.2 Por su agrupación temática	104
CAP.	XI El diseño en los museos	109
	11.1 Diseño Gráfico	110
	11.2 El cartel	112
	11.3 Elementos de un cartel	116
	11.3.1 Fotografía	116
	11.3.2 Ilustración	117
	11.3.3 Tamaño y proporción	118
	11.3.4 Títulos	118
	11.3.5 Logotipos	120
	11.4 Color	121
	11.4.1 Clasificación del color	123
	11.4.2 Propiedades del color	124
	11.4.3 Efectos	125
	11.5 Folleto	127

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAP. XII Técnicas de Impresión	129
12.1 Tipografía	129
12.2 Serigrafía	130
12.3 Litografía	131
12.4 Offset	133
12.5 Material (papel)	135
12.5.1 Definición papel	135
12.6 Diseño Editorial	138
12.6.1 Formato	140
12.6.2 Margen	141
12.6.3 Reticula	142
12.6.4 Separación de Campos	144
12.6.5 Columnas	145
12.6.6 Interlineado	147
12.6.7 Descripción de los ori- ginales mecánicos.	148
12.7 Tipografía	150
12.7.1 Tamaño de los Tipos	152
12.7.2 Partes de los Tipos	153
12.7.3 Familias de los Tipos	155
12.7.4 Fuentes de los Tipos	155
12.7.5 Caracteres	156

CAP. XIII Ordenamiento Metodológico	158
(Modelo Diana)	
13.1 Planteamiento del Problema	165
13.2 Necesidades Gráficas del Museo	165
13.3 Descripción del Contexto.	167
13.4 Definición de Objetivos	172
13.5 Lista de Requerimientos	172
13.6 Organización de la Información	173
13.7 Obras Elegidas para los Carteles	174
13.7.1 Manuel Felgueres	207
13.7.2 Pedro Coronel	208
13.7.3 Carlos Mérida	209
13.7.4 Etapa de Bocetaje	210
- Conclusiones	261
- Bibliografía	164

Introducción

El presente trabajo tiene el propósito de conjuntar de manera sencilla directa y lo más concreta posible los diversos elementos que componen a un museo, además de un proyecto gráfico que consta de carteles y folletos, para la difusión de una exposición permanente, del Museo de Arte Moderno de la Cd. de México por lo que no se pretende llegar a un exhausto planteamiento de su razón y su forma de ser; así como tampoco se desea incursionar en teorías novedosas, la verdadera intención es la de integrar en un único esfuerzo los conocimientos generales que se tienen en torno a los Museos y la relación que exista con el diseño gráfico, que a mi parecer es de gran importancia y así exponer como ha sido la actitud del museo frente a su inherente responsabilidad de velar por salvaguardar los bienes culturales.



Así ordene y unifique todos aquellos conocimientos hasta ahora un tanto dispersos, puesto que la museología es al igual que el diseño una disciplina naciente, aunque ambos tengan siglos de existir.

Según lo antes mencionado se desea tomar en consideración que para la elaboración de este trabajo se plantea todo a nivel general y to-

mando en cuenta consejos, teorías y opiniones de diferentes personas familiarizadas con el tema.

El diseño gráfico se encuentra presente en todo museo sin importar la temática de éste; ahí encontramos la interpretación del mundo y de la vida a través de los objetos: Arqueología, historia, etnografía, artes plásticas, zoología, botánica, astronomía, música, artesanías, diseño entre los numerosos campos que abarcan.



A su vez el cartel, el folleto, y un anuncio de revista o periódico, refleja la enorme riqueza, expresión y creatividad que existe dentro del diseño; sabemos que los museos a diferencia de las colecciones particulares o galerías, sólo tienen razón de ser en función del público que los visita, y es al público a quienes abren sus puertas a él está dirigida la imagen que proyectan del mundo y su historia.

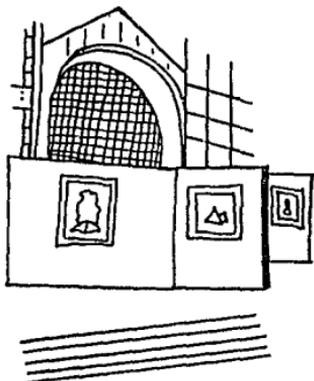
Es imprescindible que el visitante se integre más a sus museos y tomen conciencia de los problemas y necesidades que los afectan, así como concientizarlos a ser más cuidadosos con bienes culturales que nos pertenecen a todos. La experiencia de visitar un museo y entrar en contacto con los objetos que contiene no puede



sustituirse por nada. Esta tesis y material gráfico de apoyo es una invitación para despertar la curiosidad y el interés del público para acudir y conocer lo que hay detrás de un museo.

Deseo es que el propio lector las abra y se introduzca en el misterio de su origen cultural y conocimientos.

Justificación:



Independientemente de la importancia de cada museo, de su temática y de la calidad de piezas que muestren, la situación actual de los museos, es que se encuentran, virtualmente abandonados y sobreviven con dificultades y gracias a la labor continua de quienes trabajan en ellos, y con la ayuda de sociedades y patrocinadores. Esta realidad surge por la falta de difusión de las exposiciones que los museos presentan.

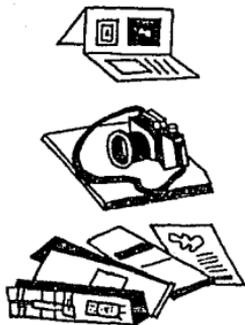
El museo abre sus puertas al público y es a él a quién busca transmitir, quizá el principal objetivo de su existencia, la de educar y difundir, pero sin la ayuda de las herramientas necesarias, este problema siempre existirá.

El Museo de Arte Moderno de la Cd. de México situado en Paseo de la Reforma y Gandhi, en una de las principales avenidas de la Cd. y siendo uno de los museos más importantes en cuanto a su temática, tiene el problema antes planteado, ya que no cuenta con la difusión adecuada, para sus exposiciones permanentes, porque al asistir uno como visitante puede observar, que no hay folletos, ni carteles, con información de estas.

Es de vital importancia un folleto informativo del museo, del artista y de las obras que expone.

Así como de carteles con contenidos de obras que se exhibiran, fechas y nombre del museo.

Cabe mencionar que éste problema existe solo en las salas de exposiciones permanentes, en las de exposiciones temporales existen carteles, postales y anuncios fuera del museo, además de libros, folletos etc.



Existe un libro que habla sobre el museo, sus colecciones, sus autores y su obra pero tiene la gran desventaja que es un excelente libro, con buena impresión, buena fotografía, pero un elevado costo, para gente de cualquier nivel, incluyendo al extranjero, y es el único libro que habla sobre éste museo.

Un folleto gratuito y un cartel, es un medio de difusión, eficiente, barato, y sobre todo si el visitante acude al museo, sin un guía, puede tener información y referencias del museo, sus obras y sus artistas, al igual que el cartel al estar colocado en puntos estratégicos pueden ser vistos por millones de gentes, sobretodo en una Cd. como ésta, en la que diariamente circulan tantos millones de gentes.

Justificación del Cartel

-Es un medio masivo que requiere de poco o mucho presupuesto .

-El cartel es un medio que puede estar puesto en muchos lugares diferentes, sin necesidad de mucho espacio.

-Es un medio que la gente capta, aún si no desea ni siquiera verlo.

-Miles de personas diferentes pueden ver diariamente un cartel.

-El cartel es un medio de comunicación gráfica, que no requiere de mucho tiempo para verlo.

-El cartel es un promocional que puede adquirir gente de todos los recursos económicos.

-Es un medio de difusión que aún gente que no hable el idioma del cartel, puede llegar a captarlo.

-Es un medio que llega a gente de todas las edades.

-El cartel llega a ser un medio decorativo, informativo, o incluso permanece en la memoria.



Justificación del Folleto

-Es un medio razonable, y que a diferencia del cartel por su tamaño se puede guardar fácilmente, en cualquier lugar.



-Un folleto se puede guardar, y leer las veces que se quiera.

-Un folleto es un medio de comunicación eficiente, y gracias a su información y contenido hace que la gente se informe del tema, sin tener a leerlo.



-Es un medio que al ser gratuito hace que toda la gente, quiera tener uno.

-Es un compendio, que logra dar una idea o panorama del tema, y se guarda o se tira, según el impacto que logre en la persona que lo obtenga.

Planeación de un programa

La planeación de un programa parte de una investigación, la cual consiste en la recopilación de datos e informaciones necesarias para enriquecer nuestro conocimiento a cerca de la corporación y del grupo o grupos de personas a que nuestros diseños van dirigidos, y así poder ordenar los datos que se obtengan de la siguiente manera:



1.1 Ubicación del problema

Para comprender las distintas situaciones del problema tenemos: que ubicarlo según las necesidades y características.

1.2 Información

Es la recopilación de datos que directa o indirectamente nos pueden documentar tomando los aspectos técnicos, humanísticos, socio-políticos, económicos etc.. obteniendo así una visión en conjunto, así como también del sector al que va dirigido.



Esta información será proveniente del cliente en cuanto a su institución se refiere, el resto será de nuestros propios estudios, como el análisis estadístico de la corporación o ajena a ella. El estudio de mercado, en

cuanto a su medio de vida nivel socio-cultural, clima, costumbres, etc.

1.3 Análisis

La información se aplica al caso en particular. luego se califica para clasificar su estudio y finalmente se jerarquiza para saber que datos son más importantes, para tomarlos en cuenta. al momento de diseñar, así se van eliminando, los datos que no tienen validez para la elaboración del diseño, y se van destacando aquellos que sí interesan.



1.4 Síntesis

Se resume la información procesada interrelacionándola, con las características de los elementos a diseñar y así encontraremos los objetivos que determinen nuestro diseño. Una vez definidas las características de los elementos, es importante el contacto con el cliente para confirmar que el enfoque del proyecto sea el indicado y así asegurar que nuestras soluciones sean las más adecuadas. Si hay un error en el enfoque de diseño, antes del enfoque creativo cuando se deben hacer los arreglos correspondientes.



1.5 Diseño

Una vez concluida y definida la síntesis, empieza la etapa, que es el desarrollo del diseño propiamente dicho.



Bocetaje

Se deberán realizar las mayores alternativas posibles para seleccionar posteriormente la mejor de las proposiciones.

Aquí es cuando el cliente y el diseñador dan sus puntos de vista y los porqués de ello.

La proposición elegida deberá ser trabajada y perfeccionada.

1.6 Aplicaciones

Una vez seleccionada y perfeccionada la mejor de las proposiciones, se hacen las aplicaciones necesarias, según las posibilidades y requerimientos del producto o elemento a solucionar.



1.7 Presentación

La presentación del diseño terminado será juzgada por diferentes personas, algunos con conocimientos de diseño y otros ajenos a ello. La presentación debe ser clara y precisa, respaldada por razones firmes y objetivas, lo cual sería nuestro resultado del análisis.



Defollada.

Aspectos Generales del Museo

2.1 Definición de museo



Esta palabra proviene del griego *museion* y designada a un santuario dedicado a las musas en Atenas.

Musa: Una de las nueve diosas que presidían el arte.

La definición que a continuación exponemos es la que se maneja a nivel mundial por el Consejo Internacional de Museos ICOM cuya sede está en París, guardando estrechas relaciones de conducta y cooperación con UNESCO.

El museo es una institución permanente, no lucrativa, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica, y principalmente exhibe los testimonios materiales del hombre y su medio ambiente, con propósito de estudio, educación, y deleite.



Nuestros museos han sido creados con el fin de preservar y conservar el patrimonio de la nación y de otras culturas extranjeras siendo un medio de educación y comunicación masiva que se encuentra al servicio de la sociedad y de su desarrollo, cumpliendo así una de sus principales funciones, la didáctica.



Organizados alrededor de un tema, disciplina, lugar o época histórica, las piezas de las colecciones están articuladas con un sentido como si fueran las páginas de un libro. Constituyen condensaciones de infinidad de creencias, conocimientos, ideas, emociones, habilidades, posiciones políticas y sensibilidades. Gracias a nuestra observación y asociación cuidadosa, un conjunto de cosas se convierte en una historia.



Al ver una exposición recogemos las piezas del rompecabezas y armamos un todo, un saber sobre nuestro pasado, sobre la evolución del mundo, y de nosotros mismos.



Y mucho antes que los medios de comunicación alcanzaran el nivel espacial. En ellos se podía encontrar simultáneamente, objetos provenientes de países lejanos y períodos distintos junto a cosas recientes del propio país, eran y seguirán siendo un modo peculiar de viajar a varias partes del mundo y recorrer varias épocas.

Las nuevas tendencias y aplicaciones de museología se abren para dar impulso a nuevos tipos de museos más dinámicos y ligados a la vida.

Los museos, comunitarios, al aire libre, de culturas populares, los escolares, infantiles,



Así poco a poco los museos que no cuentan aún con servicios informativos, educativos y de animación, se preocupan por crearlos al tiempo que se impulsan servicios complementarios de biblioteca, librerías, auditorios y cafeterías, que hacen más agradable la visita.



- Museo México

Enciclopedia de los Museos

2.2 Historia del museo

Breve historia del desarrollo del museo:

En el siglo V se llamó Pinacoteca a uno de los edificios de acceso a los santuarios griegos de la acrópolis ateniense que contenía pinturas de Folignoto. Más tarde también los romanos gustaron de coleccionar objetos de arte.



Durante la edad media los templos y monasterios acumularon grandes tesoros artísticos.

Después en el renacimiento aumenta de manera importante la afición de coleccionar obras de arte, y la primera vez que se utilizó la palabra museo para designar el lugar donde estaban las colecciones, códices y objetos fue en el santuario de los médicos de Lorenzo el magnífico.



2.3 Funciones del museo:

Las funciones del museo son el objetivo principal de la museología.

Elas son el tema de las preocupaciones científicas de toda la actividad de investigaciones museológicas.

Para el museo en la actualidad, se reconocen las siguientes funciones: (enciclopedia británica).

- a) Conservación
- b) Restauración
- c) Exhibición - espacio
- d) Difusión
- e) Educación
- f) Adquisición
- g) Investigación
- h) Administración



Con el fin de discutir los problemas ligados al museo, en el año de 1946, fue creado en París el consejo internacional de los museos.

ICOM - (museum. 1980. vol. XXXII; nr.3 pág. 163).

Que es un organismo internacional dedicado al desarrollo de los museos en todo el mundo. Este organismo está asociado con la UNESCO.

En tanto que es una organización no

gubernamental de categoría A y tiene su sede en París en el edificio de la Unesco.

El papel de los museos es el de la escuela, también el de espectáculo, lugar de aprendizaje y divertimento, lo que le da otro carácter totalmente diferente, tomando en cuenta la importancia social y ética del museo.

La organización de un museo implica tres factores: (unesco 1968).

- 1) El patrimonio
- 2) El personal especializado
- 3) El público



Todas las funciones del museo están dentro de su organización, para solucionar los problemas ligados de estos tres factores.

La ética de la circulación de los bienes culturales.

Los bienes culturales son en principio una serie de objetos materiales asociados con las tradiciones culturales; ellos constituyen la parte medular de los museos.

Los bienes culturales se pueden dividir en: (Greig, fuente T. 1973).

- a) Los bienes muebles: sean estos obras de arte, libros manuscritos y otros objetos de carácter



artístico o arqueológico y en particular, las colecciones científicas.

- b) Los bienes inmuebles tales como monumentos arqueológicos, artísticos, arquitectónicos, históricos y otros tipos de edificios o lugares de importancia cultural.

Podemos observar claramente que la pasada definición adolece de algunas fallas, puesto que debería englobar a todos los valores positivos en el cuadro de sociedad, como la danza, dramaturgia, música que sin lugar a dudas hacen parte de los bienes culturales de una sociedad.



Probablemente la definición anterior se refiere solamente a los objetos materiales que puede concentrar el museo por el momento.

Está reconocido que existe una gran necesidad de que el museo tiene que difundir no nada más los resultados de las investigaciones, sino también hacer un intercambio del material museable visual.

En todo el mundo se organiza un gran número de exposiciones a diario, exposiciones nacionales e internacionales. Cada nación puede dar a conocer de manera directa el tesoro nacional, tanto como la creación contemporánea más allá de sus fronteras.



Al mismo tiempo se organizan exposiciones temáticas con la colaboración de muchos estados, verdaderos eventos en el dominio de la historia y el arte.

Este tipo de exposiciones por la manera que han sido creadas y realizadas en los dos últimos decenios, tienen un gran mérito por la contribución que prestan a la ciencia y al arte por la labor de investigación concretizada en los catálogos verdaderos libros que sobreviven mucho más tiempo que las exposiciones.



Para organizar este tipo de exposiciones es necesaria una colaboración internacional en el dominio de la museología. Tomándose medidas de seguridad para proteger los bienes culturales en el tiempo del transporte y de la exhibición.

Es necesario tener una ética en la circulación de las colecciones en base a una investigación científica museológica.

El organismo que dirige los movimientos museables y de la colaboración entre los museos es el ICOM.

2.4 Los museos de arte contemporáneo

Los museos de arte contemporáneo siguen de hecho, la misma lógica que las galerías de pintura y los museos de arte del siglo XIX.

Se basan en espacios de dimensiones medias para alojar una colección de arte contemporáneo.



Con el paso del tiempo han tenido cambios esenciales, ya que ha evolucionado la idea de museo, su programa es más complejo y es entendido como centro activo, además las características de la obra de arte del siglo XX han cambiado con respecto a los cuadros de pintura convencional.

Los cambios más radicales se han producido con las vanguardias de las últimas décadas. Su tamaño, forma y características han exigido la transformación del espacio expositivo, Art. bru. pop - art, body - art, land - art, conceptual, minimal video-art, performances, instalaciones y otras muchas modalidades, han ido definiendo propias leyes para su ubicación en un museo.

En definitiva los espacios dedicados a alojar obras de arte contemporáneo deben poseer una serie de cualidades de flexibilidad, versatilidad y alto nivel tecnológico que los define.

La imposibilidad de establecer colecciones cerradas nos hace pensar en edificios adaptables, con cierta capacidad de crecimiento.



La enorme diversidad de tamaños y características de las obras minúsculas y concentradas hasta obras gigantes y diseminadas.

- Nuevos Museos

Espacios para el Arte y la Cultura

Josep Ma. Montaner

Gustavo Gili



2.5 Museo de Arte Moderno de la Cd. de México

El arte mexicano, como el de cualquier otro pueblo, es expresión de cultura, sus raíces, y su particular manera de ver, vivir y reinterpretar su entorno. Nuestro país, a partir de aportaciones sociales y culturales. Múltiples, ha desarrollado un arte siempre rico, variado y original, y se ha preocupado por conservarlo y protegerlo.

Así el museo de Arte contemporáneo de la Cd. de México, sin temor a la polémica y a la incompreensión que a veces suscitan, las nuevas corrientes, han avalado siempre las manifestaciones de auténtica calidad estética, y es la institución que ha sabido seleccionar para el público nacional lo mejor del arte contemporáneo, mexicano y universal, buscando la comunicación y creatividad.

El público, la crítica y el tiempo le han dado la razón.

En él se han efectuado con visión, esfuerzo y entrega grandes exposiciones, dedicadas a los artistas de mayor relieve, entre pintores, escultores, grabadores, dibujantes, y fotógrafos de nuestro país y de otras partes del mundo.

Así destacan las obras realizadas de Orozco River, Siqueiros, Tamayo; las de los notables

Larel Appel, Francis Bacon, Paul Delvaux, Rene Magritte, Joan Miró y Pierre Soulages; o aquellas mujeres pintoras como Leonora Carrington, María Izquierdo, Frida Kahlo, y Remedios Varo.



Todas estas exposiciones coinciden con un museo cuya vocación está bien definida lo han convertido en un centro donde se conjugan las distintas corrientes del arte moderno con sus apropiadas y variadas informaciones didácticas.

Así el museo cuenta con salas destinadas a las exhibiciones permanentes (Xavier Villaurrutia) (Sala Carlos Pellicer), y espacios destinados a exposiciones temporales, (Sala Antonieta Rivas Mercado) (Sala José Juan Tablada) y (Galería Fernando Gamboa). Todo ello rodeado de un ambiente único y natural como lo es el Bosque de Chapultepec.

Elementos de la museografía

A este punto nos enfrentamos a un tema difícil de tocar, ya que es confuso y está lleno de opiniones contradictorias, con diferentes niveles de abstracción, primero establecer lo que es museología, que es un museólogo y que es museografía según la información recopilada.



3.1 Museología

Directores de museos, curadores y profesores han llenado cientos de cuartillas para defender sus diversos puntos de vista al respecto. Para unos es una ciencia, para otros un arte, hay quienes piensan que es un conjunto de técnicas y otros simplemente creen que es un trabajo práctico.



Al hablar de museología como ciencia hay también quienes la consideran como ciencia aplicada y otros como ciencia independiente, y quienes sostienen que tiene ambas características; pero empezaremos a ver algunas de las definiciones recopiladas por ICAOM.

- Anna Gregorová dice lo siguiente

"Considero la museología cuyo objeto es el estudio específico de las relaciones del

hombre con la realidad en todos los contextos en que se manifestó y se manifiesta concretamente.



- Louis Lemieux; nos dice: "La museología, a mi parecer no es de hacer las cosas. Es una combinación de conocimientos, entendimientos, y aptitud profesional, a los que se suman una buena dosis de visión, de inspiración, devoción, y de paciencia teniendo que categorizar, yo la llamaría más bien un arte que cualquier otra cosa".



- Jurij P. Piscúlin; La museología actual es una disciplina científica aplicada que debe asegurar todos los aspectos del funcionamiento del museo en la sociedad moderna.

Analizando todas estas definiciones, algunas un tanto confusas podemos apreciar que si no hay un consenso en la categorización del concepto que nos ocupa si lo hay en cuanto al campo que abarca, por lo que nos preocuparemos en concluir si nos hallamos o no frente a una ciencia; basta convenir que es una disciplina por así llamarla que estudia las actividades requeridas para alcanzar los objetivos del museo, hablando en términos generales, pero profundizando el tema, y haciendo un análisis completo de toda la

información recopilada explicaremos a la museología de la siguiente manera:

Algunas ramas de las ciencias históricas, tales como arqueología, la etnografía, la historia del arte y otras, nacen de la necesidad hacia el conocimiento más profundo y al mismo tiempo a una área más extensa en relación del tiempo y el espacio de las manifestaciones de la creación.



Relativamente reciente ha aparecido en el cuadro de esta ciencias la museología, la ciencia del museo. (Nouvelles d'icom 1970 nr. pág.22-24).

La museología, en relación con las otras ciencias humanistas, representa de hecho aquella ciencia que se propone, elaborar las teorías y encontrar los medios más adecuados para la transmisión visual de los diferentes aspectos relacionados con las ciencias, técnicas, artes y culturales. Pero todo este campo vasto de actividad refleja, solamente una cierta parte de las preocupaciones de la museología.



La otra parte, por los objetivos que propone, intenta crear las condiciones de higiene de los bienes culturales de la prevención de sus enfermedades y en última instancia de

remediarlos y curarlos; teniendo semejanzas comunes con la medicina.

Los monumentos y la obra de arte, así como los centros arqueológicos tienen su vida propia, portando el sello de los miles de años ó siglos que han enfrentado, vida que no puede ser en ningún momento puesta en peligro en condiciones no favorables de conservación.



Es por esto que es necesario en primer lugar su conocimiento bajo el aspecto material para la más óptima comprensión de las reacciones frente al medio ambiente y poderles crear las condiciones más adecuadas, para asegurarles la prolongación de su existencia a través del tiempo. La museología es, entonces, la ciencia que elabora los principios de organización y funcionamiento del museo como institución de cultura y educación, teniendo como objetivos principales la investigación y conservación de un patrimonio existente o que se va formando en nuestro tiempo con el fin de educar a las masas.

La diferencia entre museología y museografía, esta en que la museología es la que aplica los principios de orden general en la realización concreta de un museo, de una exposición, la transformación de un monumento histórico en un objetivo museable, la valorización de las



coleccionas por medio de diversas publicaciones, conferencias, cursos.

La imagen visual juega un rol esencial en este vasto proceso de educaci3n e instrucci3n r3pida; por esto el museo, al igual que la prensa, la cinematograf1a y la televisi3n se suscribe entre las principales instituciones de educaci3n y propaganda. El museo es llamado para hacer m3s comprensible a todos las gentes de todas las edades y diferentes grados de educaci3n, ideas de diversos tipos de dominio, presentando un material visual variado dentro de un sistema unido de pensamiento sintetizado.

El crecimiento del n3mero de laboratorios y museos con investigadores especializados, los cuales dedican todo su potencial de trabajo a la conservaci3n de los bienes culturales y a la educaci3n de las masas, con el esp1ritu de conocimientos y respeto hacia el pasado, son factores determinantes, los cuales contribuyen a determinar y a estimular la actividad de conservaci3n y valoraci3n del tesoro nacional. Estos hechos son parte de la raz3n por lo cual la museolog1a se puede considerar una ciencia. Existe una tendencia en nuestra 3poca a hacer " Casas Cientificas " trabajo pr3ctico en el

cuadro del museo donde debe ser completada con una teoría en particular para permitir a otras ramas científicas aprender los métodos y los principios.

El contenido de la museología se justifica en los principales temas y problemas inherentes a ella. Estos son: (dotram 1980).

- 1) La necesidad de hacer una investigación sobre el papel actual del museo y sus funciones respectivas (educación, investigación, conservación, adquisición etc.
- 2) El desarrollo del papel didáctico del museo por medio de exposiciones sobre los problemas científicos.
- 3) La investigación sobre las relaciones que existen entre el museo y el público, en las estructuras internas del museo.
- 4) Preparación para recomendaciones para la clarificación de la documentación científica de los objetos museables.
- 5) La preparación de nuevas técnicas de presentación.
- 6) La delimitación de una finalidad en las actividades del museo.
- 7) La preparación de exposiciones con carácter experimental para contestar al público y sus necesidades hacia el museo.



B) La elaboración de una política de desarrollo de los museos y del trabajo museográfico.

El objetivo de la museología como ciencia es el encontrar los métodos, de formular sistemas y teorías científicas para resolver los problemas antes enunciados.

Se tiene aquí la necesidad de resolver todos los problemas en base a ética en el campo de acciones museológicas, respectivamente; observación, selección, conservación, presentación e información.



A la museología se le considera una ciencia aplicada de las profesiones disciplinarias que directamente de ella; también existe otra consideración la cual dice que la museología puede ser una ciencia independiente.

Los elementos estructurales de la museología son:

- I) La teoría de la museología.
- II) Historia de la museología.
- III) La ciencia museológica reportada a las fuentes de información.
- IV) Los métodos científicos de todas las líneas específicas en todas sus ramas.
- V) Historiografía de la museología.



Existe dada un clasificación de la museología, la cual se subdivide en tres partes: (Vinos S. 1980; pág. 12-13).

- A) **Museología General** - ciencia general del museo que se aplica a cualquier tipo de museo y actividad museal.
- B) **Museología Especial** - la cual tiene su base en la museología general y se modifica y se adapta para fenómenos representativos esocíficos de ciertos tipos y actividades de museos.
- C) **Museología Aplicada** -- llamada museografía subordinada a la museología general. la cual se ocupa de las técnicas museológicas prácticas, utilizadas en el museo para cumplir sus funciones.

Se puede concluir que la museología es la ciencia general de los objetivos propios, que contiene un campo de actividad y metodos con sus teorías y estudios propios, que tiene un sistema propio que coordinalas funciones del museo.

Los dominios de las colecciones hacen de la museología una ciencia con un fuerte y poderoso carácter interdisciplinario, necesitando la colaboración de otras ramas científicas siendo esta colaboración orientada hacia el objetivo del estudio común;

el museo y sus actividades.

- Museología y su doble función Educativa e
Instructiva
Galindo y Villa Jesús

3.2 Museólogo



Se puede concluir que el museólogo es quien conoce y practica la museología y por lo tanto debe aplicarse a quienes, con preparación adecuada dirigen los museos desarrollando una actividad coordinadora de las diversas funciones que se realizan en el museo.

Su rol no es meramente controlar el museo y decir que pueden hacer y que no pueden hacer. Deben enfocar sus esfuerzos a la obtención de objetivos; para lograrlo deben ser ingeniosos, establecer las reglas del juego, correr riesgos y concentrarse en vencer los obstáculos que se interponen con las metas. (Luis Lemieux MUWOP).

Si bien es recomendable que todo director de museo sea museólogo, no todo museólogo puede ser director de museo ya que éste además de los conocimientos museológicos debe poseer otros recursos derivados de sus características innatas, del estudio y la experiencia.

Cualidades y Conocimiento son los recursos personales aptitudes con las que debe contar un museólogo.

Cualidades: Inherente a la personalidad y no

obstante puedan reforzar se por medio del estudio y la experiencia, innatos a saber: Afan de logro, capacidad de trabajar en equipo, capacidad de liderazgo y creatividad.

Conocimientos: Adquiribles por medio del estudio y de la experiencia se desarrollan, y a saber de: museologia, y del entorno de su museo.



+ Características

Innatas →

- Cualidades
- Afán de logro
- Trabajo en equipo
- Liderazgo
- Creatividad

→ + Estudio

- Conocimientos
- De Museología
- Del entrono
- De su Museo

EXPERIENCIA



3.3 Museografía

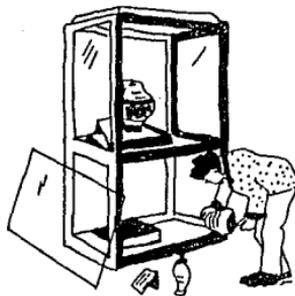
Para el concepto de museografía se tomó del libro el mundo de " Los museos del mundo ". La siguiente definición.

" Teoría y práctica de la construcción de museos incluyendo los aspectos arquitectónicos, de circularización y las instalaciones técnicas" (los museos del mundo).

Pero al querer obtener un concepto de "museografía" volvemos un poco a la situación de opiniones como ocurrió con la definición de museología.

Villy Toft Jensen del consejo Editorial de Mowop opina que:

"La museografía tiene una orientación puramente técnica y que comoren de las técnicas y métodos relativos a la seguridad de las colecciones y en particular los diversos sistemas técnicos de exhibición". (Mowop 1980:11)



A) Relación museógrafo - museografía

De los conceptos anteriores, y aunque muy generales podemos analizar la intervención del museólogo en la museografía.

El museólogo es en última instancia, el responsable del éxito de la exhibición de las piezas, más no debe ser el especialista en éste campo y, por lo tanto, debe alcanzar el objetivo de una buena presentación a través de la intervención de los especialistas requeridos, coordinándolo, fijando metas y participando en la planeación museográfica, así como asegurándose de que se cumplan los plazos trazados.

Con respecto a las actividades necesarias para realizar una presentación adecuada y exitosa del museo debe:

- Generar ideas para nuevas exposiciones.
- Evaluar las ideas que le sean sometidas a su consideración.
- Desarrollar las ideas con sus colaboradores, y asegurarse que se cumplan las políticas del museo al respecto sin olvidarse de sus objetivos.
- Revisar los programas y presupuestos para la exhibición concionándose de que no se salgan del marco ni los programas y presupuestos generales.



-
- Asegurarse que el mensaje comunicado a través de la exhibición esté acorde con la filosofía del museo.
 - Contribuir con sus ideas al desarrollo del proyecto museográfico.
 - Aprobar el proyecto museográfico.
 - Coordinar las actividades de investigadores, conservadores y museógrafos para el logro de un proyecto completo y armónico.
- Vigilar el cumplimiento de los programas de producción y de instalación.



Peter Welsh recomienda que el museólogo " Este constantemente consciente que información no es propaganda; que diseño no es escenografía y que es importante tener bien definido lo que es contribución a la cultura. No se debe permitir que el diseño trastorne el arreglo y el orden que es esencial para el contenido educacional de su sala y vitrinas. Tampoco permitir que el diseño ponga en peligro la responsabilidad (curatorial) de transmitir la verdad cabal y juiciosamente. Tener en mente que el museo no es una diversion interesante, ni el escaparate de una tienda. Ya que hay salas de museos que han alcanzado grados de gran sofisticacion que dependen de diversos especialistas entre



de los necesarios. El buen coordinador los utiliza a todos pero sin comprometer su integridad o la del mensaje. (Welsh - 1984).

3.4 Organización y administración

Las funciones museológicas pueden quedar englobadas en forma muy general, en las palabras Conservar y Difundir.

Pero para mayor claridad, podemos repartir estos conceptos en cinco trabajos particularizados, que son:

1. Colecciones.
2. Museografía.
3. Divulgación.
4. Administración.

1- Colecciones

Trabajo correspondiente a:

A) ESTUDIO

Documentación e investigación científica y técnica. Un objeto es más valioso mientras mayor documentación lo acompaña para mejor apreciar su significado.



B) CATALOGACION

Trabajo de registro de incorporación, inventarios, tarjetas de documentación esencial sobre las piezas, sistemas de organización, para los movimientos internos y externos del museo. Este sistema organizativo es indispensable para el manejo de las



colecciones.

C) CONSERVACION

Este importante trabajo está relacionado con el establecimiento de un sistema de bodegas técnicamente resuelto y de un taller para restauración de los objetos de la museografía. Debe incluir un sistema de vigilancia constante de las piezas, sistemas de aseo y mantenimiento, resueltos con las técnicas de conservación más avanzadas.



2- Museografía

Trabajo correspondiente a:

A) EXHIBICIONES PERMANENTES

Diseño de las exposiciones, selección de las colecciones para el caso diseño y disposición de sus elementos exhibitorios, secuencias didácticas, documentación complementaria (cédula), presupuestos y montaje.

Proyectos arquitectónicos de adaptación o restauración en su caso.

Presupuesto.



B) EXHIBICIONES TEMPORALES

Programas seleccionando temas, colecciones apropiadas y calendarios.

Además, los aspectos similares a las exhibiciones permanentes va anotadas.

Presupuesto.



3- Divulgación

Trabajo correspondiente a:

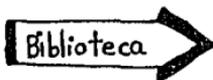
A) SERVICIOS EDUCATIVOS

Entrenamiento de maestros, visitas conducidas a grupos escolares, taller de experiencia didáctica para, grupos escolares, pláticas para los mismos. Programas de adultos, como visitas conducidas, conferencias en sitio, instancias diversas y participación elemental en tareas museológicas.



B) SERVICIOS DE INFORMACION

Centro de información por medio de una biblioteca, boletín, publicaciones varias y uso de sistema de comunicación masiva. Elementos para estudio y documentación especializada. Edición de guías para un público general, edición de un catálogo científicamente documentado para un público más especializado. Folletos, Propaganda, Programas dedicados a los grupos más alejados de la vida del museo, como empleados obreros, y campesinos, ideando sistemas de acuerdo con sus capacidades de asimilación y posibilidades de respuesta.



C) SERVICIOS COLATERALES

Servicios no relacionados directamente con los trabajos museológicos, pero necesarios para



funcionar colateralmente en éstos, como guardarropa, cafetería, préstamo o alquiler de sillones o espacios, venta de algunos objetos no relacionadas con la temática del museo etc.

4- Administración promoción

Trabajo correspondiente a:

A) IMPULSO FINANCIERO

Constitución de patronatos, programas para la formación de " Clubes del Museo ", buscando dar un servicio a " Socios " de un amplio sector. Colectas especiales, tienda del museo, donativos particularizados y sistemas diversos.

B) ADMINISTRACION

Creación de cuadros de personal de trabajo indispensable para las áreas correspondientes a LAS COLECCIONES. LA MUSEOGRAFIA, LA DIVULGACION, Y LA PROMOCION Y ADMINISTRACION.

3.5 Personal del museo



Cuando visitamos un museo vemos como en el teatro una escenografía cuidadosamente montada a base de: muros, lámparas, textos, cédulas, soportes, iluminación, todo en perfecto acorde para resaltar los objetos y actores mudos que reviven al llegar los visitantes.

Este proceso de comunicación a través de las

cosas implica el trabajo de diversos profesionales.



- LOS DIRECTORES Y RESPONSABLES DEL MUSEO

Quienes definen programas en colaboración con el sector administrativo.

- LOS CURADORES

Quienes se encargan del cuidado de las colecciones y de irias enriqueciendo paulatinamente con préstamos, donaciones y adquisiciones; ellos son quienes realizan o encargan investigaciones para conocerlas más profundamente.



- LOS CONSERVADORES

Son los que se ocupan de prevenir el deterioro de los objetos. Verifican su estado físico, asegurando las mejores condiciones de mantenimiento, temperatura, luz, barnices, etc. a la vez que investigan los datos necesarios para su identificación.



- LOS RESTAURADORES

Con una preparación similar a la de los conservadores, reparan las piezas dañadas.

- LOS MUSÉOGRAFOS

Prononen y diseñan la forma de reoresentar las colecciones y su realización material; los sonortes (vitrinas, muros, bases) el color.

la distancia entre los objetos, etc.

Ellos y los curadores, determinan el hilo conductor que dará sentido al conjunto de objetos en exposición.



- LOS EDUCADORES Y ANIMADORES CULTURALES

Organizan las visitas guiadas, escriben los textos que acompañan a las exposiciones, preparan audiovisuales, películas, conferencias, encuentros con artistas o científicos y los espectáculos que enriquecen la comprensión de las exposiciones.



- LOS TRABAJADORES, TÉCNICOS, MANUALES DE LIMPIEZA Y DE SEGURIDAD

Permiten mantener las obras y su edificio en óptimas condiciones.

- Museología, Teoría y Práctica
Vera Helena, Hech Carneiro

Elementos condicionantes

En el museo al hacerse la presentación de las piezas exhibidas hay una serie de elementos que se deben tomar muy en cuenta ya que de lo contrario la exposición no tendrá éxito.

CARACTERISTICAS GENERALES DE LA EXPOSICION

Los elementos básicos para una exposición son: objetivo, duración y visitantes.

4.1 Objetivo



Como cada actividad que realizemos y pretendamos que tenga éxito, al prepararse la presentación de las piezas, tenemos que saber claramente cual es el objetivo principal que queremos lograr. Cada exhibición debe tener una finalidad expresa y clara como por ejemplo si el objetivo es educar, rendir homenaje a algún artista, o simplemente concientizar al visitante de su engraje artístico. Siendo lógico que en cada caso se manejará a la museografía de manera diferente.

4.2 Duración



Este aspecto es de gran importancia ya que debemos saber el tiempo de duración, al planearse una exposición.

La museografía que se usará para una

exhibición permanente será muy distinta a la que se usará para un exhibición permanente será muy distinta a la que se usará para una exposición temporal.

El mobiliario para la exhibición constante debe contemplar posibilidades de limpieza que no se requieren en una exposición temporal.



En el primer caso habrá que hacer fácil el acceso al interior de las vitrinas, mientras que las otras podrán permanecer cerradas hasta el día de su demostración, por lo que tampoco requieren de ventanas ni puerta u otro tipo fácil de acceso al inmueble.

Las exposiciones temporales cada día adquieren mayor importancia para los museos, ya que contribuyen a la dinámica de la institución.

Las presentaciones temporales pueden tener varios ángulos:

- Presentar piezas obtenidas en préstamo de otros museos o de coleccionistas particulares. Otra finalidad puede ser mostrar piezas que normalmente permanecen depositadas. A veces se combinan estas piezas con otras seleccionadas del acervo expuesto permanentemente pero, para transmitir un mensaje diferente.
- La adquisición de piezas importantes puede motivar a exhibiciones especiales para presentarlas al público con un cúmulo de



información que una vez los objetos pasen a formar parte de la presentación permanente no convendrá mostrarla.

Las exposiciones temporales requieren de un tratamiento museográfico diferente:



" Una de sus principales virtudes es que invitan, en algunos casos necesitarán de una atenuación del color o acentos dramáticos de la iluminación ya que el ritmo de las exhibiciones temporales es cambiante ".

(Adams: 1959:127)

4.3 Visitantes

Este aspecto también es muy importante en lo que se refiere a la exhibición ya sea permanente o temporal.

? A quién dirige el mensaje ?

? Es una presentación para investigadores ?

? Se enfoca a la mayoría del público o al público culto ?



? O bien si son niños o adultos los que acudirán a la exhibición ?

Claro que las diferentes categorías de público no se presentan aisladas lo cual en la mayor parte de los casos obliga a buscar soluciones múltiples.

A continuación un análisis de las diferentes clases de público.

4.3.1 EDUCACION A ADULTOS

En general el adulto no presenta mucho interés por su pasado y es característico también el querer comprender el presente que lo rodea y tratar de vaticinar el futuro.

Pero está no es una característica esencial o constante en el adulto.



Por otro lado los cambios en las sociedades en cuanto a tecnología, ciencia, cultura etc. hacen que el adulto se tenga que poner al día, en cuanto a sus conocimientos ya que lo aprendido se volvió obsoleto, así pues el museo será una nueva alternativa.

El aspecto recreativo del museo es un punto importante ya que el adulto dispone de poco tiempo para descansar, y distraerse, haciéndolo ahí le puede servir como centro de entretenimiento.

4.3.2 EL PUBLICO ESPECIALIZADO

Aquí entran las personas que usan el museo como parte de su trabajo profesional, incluyendo a investigadores y científicos, artistas profesionales, críticos de arte, becarios y universitarios y técnicos empleados en la industria.



Cada uno por su profesión al museo especializado obviamente.

Los museos deberán esforzarse por satisfacer las necesidades de estos desarrollando nuevas formas de cooperación entre ambos y creando facilidades que les permitan lograr su objetivo.



El museo representa una necesidad constante a profesionistas como científicos e investigadores. En cambio para el artista representa una fuente de inspiración y estímulo a la creación.

4.3.3 EL PUBLICO CULTO



Así denominaremos a la categoría del visitante típico que serían profesionistas, con títulos universitarios (médicos, arquitectos, ingenieros) estudiantes universitarios y gente de clase alta, y no profesionales, es un grupo heterogéneo sin embargo tienen en común haber desarrollado sensibilidad y capacidad intelectual, buscar por medio del museo una satisfacción de tipo estético, intelectual, de entrenamiento y de ahondar sus conocimientos. Este grupo vendrá voluntariamente ante el museo y se interesarán por su propia cuenta de las exposiciones y actividades colaterales culturales que organice el museo.

4.3.4 LOS MAESTROS

Esta es una categoría particular ya que el

interés de los maestros y el museo por enseñar se junta.

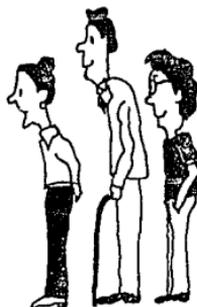


El maestro busca encontrar en sus clases otra dimensión y que sus alumnos las vivan más así pues el museo se presenta como una alternativa más, para complementar las clases. Así los maestros deben tener conciencia de como el museo es un auxiliar y a la vez un medio único de transmitir ciertos conocimientos e información.

(SEPAKONSKI, 1973)

4.3.5 EL GRAN PUBLICO

Este grupo de adultos está integrado por la mayoría de la población; adultos miembros de un país, una sociedad, clase o grupo que no llegan fácilmente, trabajadores, profesionales de preparación técnica (comerciantes, artesanos etc.) padres de familia de diferentes niveles socioculturales. En el grado de atención prestada a este público es donde el museo manifiesta su auténtico sentido y proyección.



Ofrecer servicios educativos a este público es una de las tareas más complejas para la actividad museológica y educadora del museo, por eso no basta con que los programas

educativos se centren en las salas de exposiciones y en las colecciones.

Los programas educativos deberán diseñarse en forma integral, o sea añadiendo o expandiendo la información de las salas a través de cursos, conferencias, talleres, exposiciones itinerantes, etc. Para estos programas se necesitará más personal especializado que se encargue de desarrollarlos y lleve a cabo, ésta. Además de contar con recursos financieros apropiados. Atraer el gran público es la gran tarea.



4.3.6 LOS TURISTAS

Dentro del turismo los museos están infaliblemente incluidos. Pero como todo plan turístico organizado el museo forma parte de un todo, generalmente son visitas cortas y superficiales. Sobre todo los nacionales reciben masas de gente (turística) diariamente, y practicamente son a la vez museos internacionales, a veces se ponen las necesidades educacionales de los visitantes extranjeros antes que los de la población nacional, es comprensible que eso suceda ya que en realidad la mayor parte de la gente que entra en un museo son turistas por lo que ya están cautivados entonces los esfuerzos



deben centrarse en servir a la población local. Por esta razón la mejor forma que los museos puedan servir a los turistas es simplemente a través de buenas cédulas y publicaciones, hechas en diferentes idiomas. Es uno de los mejores medios ya que el turista su visita es de paso y tanto superficial.

4.3.7 LOS MINUSVALIDOS



Debemos concientizarlos y mencionarlos como parte de la sociedad que son, este grupo debe de ser tratado como cualquier otro grupo. Simplemente el museo debe tener en cuenta que tiene que ofrecer las facilidades adecuadas para que se puedan desenvolver comodamente. Osea que tengan algunos instrumentos especiales que faciliten su manejo por las personas impedidas como sujetadores de piezas, y que tengan facilidad de circulación.

4.3.8 EDUCACION DE JOVENES - ESTUDIANTES



Esta categoría es también compleja, ya que los medios masivos de educación absorben en gran medida la atención de los jóvenes. Tanto a través de la T.V., cine, radio, etc. En este sentido los museos deben despertar intereses y así poder expresarlos. El museólogo que se embarque en la tarea de diseñar programas educativos para jóvenes

estará emprendiendo una tarea difícil, ya que deberá ser innovadora, que requiere más espacio y personal especializado.

Sin embargo a niveles generales y para el caso de los jóvenes los museólogos o educadores deben pensar en el principio que el museo como experiencia directa, es muy importante para los jóvenes que actualmente no desarrollan su habilidad de absorber una experiencia por sí mismos.

4.3.9 EDUCACION NINOS

Los programas educativos de muchos museos han despertado atención en los niños en forma especial y casi única. La razón radica también en que los museos ofrecen a los niños la educación que otras instituciones no hacen.

La educación que se imparte en los museos es tanto complementaria como pionera en tanto que se dirige a aspectos de la formación del niño que no son desarrollados en otros medios.



El museo tiene el campo y la oportunidad de tener un impacto en la vida del niño tanto por medio de las escuelas como independientemente de ellas.

La necesidad del juego es intrínsecamente en la naturaleza del niño, por lo que si el museo ofrece situaciones de juego tanto en exhibi-

ciones como en el área de servicios educativos formará parte de la vida real de los niños dentro y fuera de la escuela y transmitirá un nuevo conocimiento diferente al que le dan en la escuela. El poder usar y tocar algunos objetos es parte de la situación de juego.

Siendo los niños los adultos del futuro, es importante que el museo forme parte integral en la formación y desarrollo del niño, para que cuando este sea adulto, muchas de las barreras existentes hoy en día entre el público y el museo sean superadas.



Objetos a exhibir

El objeto es el principal elemento de exhibición y por lo tanto el recurso más importante para el logro de una presentación atractiva, su naturaleza y característica también implican limitaciones o condicionantes.

5.1 Importancia

La importancia de la que hablamos aquí no es su valor monetario ni la calidad artística de las piezas sino a la trascendencia que tiene en el contexto del mensaje general.



" Cada obra debe atraer la atención por su importancia relativa, ya sea su naturaleza, su belleza, el lugar que ocupa en la obra de su autor ".

(Renoist. 1960:50)

5.2 Calidad

La calidad de las piezas también crea ciertos problemas que deben atacarse mediante un profundo análisis y sin perder de vista el mensaje básico de la exhibición.

Las obras de valor mediano son necesarias en tanto que representan silencio y reposo.

Otra situación problemática es la creada por la diferencia de calidad de las obras y su



importancia relativa.

A veces para evitar que la excepcional calidad de una obra pueda distraer el mensaje que trata de transmitirse se tiene que sacrificar su inclusión en la exhibición y procurar una ubicación permanente en otro lugar del mundo en que no interfiera con los objetivos de una exposición específica y en que se le de toda la atención que su jerarquía merece.

5.3 Valor

El valor económico de las piezas tiene implicaciones al realizar la museografía, pues cuando éste es muy elevado independientemente de su belleza o importancia, introduce dificultades específicas de seguridad ya que pueden ser particularmente tentador para los ladrones de bienes culturales. En este caso la vitrina o vidrio protector pueden ser males necesarios.



5.4 Antecedentes

Los antecedentes de una pieza, es decir la atmósfera que originalmente lo rodeaba, la función que desempeñaba, la dinámica de la pieza cuando estaba en uso o tenía vida deben ser tomados en cuenta al presentarla al público. Ya que el fin es comunicarle al



visitante " el espíritu " del bien cultural que se exhibe.

? Cuántas cualidades originales se pueden respetar dentro del estático marco de una exposición ?. Por ejemplo si volaba o no. era una especie de pájaro, avión, nave etc. a éstas preguntas podríamos añadir muchísimas otras.



Devolver el objeto a su estado original es prácticamente imposible y muchas de sus cualidades originales no pueden respetarse íntegramente. No obstante se hacen esfuerzos en muchos museos para tratar de devolver a las piezas parte de su imagen original. Así hay exposiciones que tienen máquinas en movimiento, o instrumentos musicales que emiten el sonido que hacían (mediante una grabación).

3.5 Tamaño

El tamaño de los objetos en la exhibición es un factor de debemos tomar en cuenta y al que se enfrenta el museógrafo ya que debe tomar en cuenta la escala de las piezas a presentar de lo contrario se podrían presentar errores tales como hacer perder su magnificencia a una pieza de grandes proporciones, o hacer pasar desapercibida a otra de pequeño formato. Al no



tomar en cuenta la escala: "Corremos el riesgo de hacer insignificante los objetos voluminosos o aumentar fuera de toda proporción razonable los objetos pequeños, aun que en un museo el visitante común no tenga mucha conciencia de estos factores, pero por un proceso inconciente de identificación, puede experimentar una sensación de estrechez o de incomodidad si las relaciones de dimensión no son satisfactorias".

(Adams 1959:61)

5.6 Color

(Dérivere)

"Existen un mundo de los colores como un mundo de las formas y, por lo demás vivimos naturalmente en un mundo colorado y nuestro ser recibe sus manifestaciones como un espejo se penetra de ellas y reacciona instintivamente en consecuencia".



El papel juega un papel muy importante en la psicología del visitante trasmite sensaciones de color o frío, calman o excitan, fatigan o des cansan, creando un entorno agradable o desagradable. El color casi siempre debe ir acompañado de la luz ambos juegan un papel importante en la presentación de las piezas y hay que condicionar ciertos factores



condicionantes del color de los objetos a exhibir, ya que son constantes que no podemos alterar. En exhibiciones temporales no se cambia ni alfombras, ni muros, ni techos, ni color de las piezas. Sin embargo " El color del suelo y las paredes tiene una gran importancia.... Los muros de las grandes salas deben ser claros, los de las pequeñas más elevados, el tono de los muros mate y neutro, debe variar para evitar la monotonía".

(Benoist, 1960:48)



Al no poder cambiar el color de los objetos tendremos que adecuar a este el de los elementos museográficos. Una selección de color inadecuada puede hacer pasar inadvertidos ciertos objetos, anular sus matrices propios o incluso anular totalmente sus valores.

5.7 Textura



Hablando de texturas que deben hacer consideraciones muy parecidas a las del color, puesto que la textura de cada pieza es muy importante y debe analizarse para hacer la presentación evitando la monotonía que significaba utilizar materiales museográficos de textura similar a la del objeto que estará

en contacto con ellos. Esto no quiere decir que no puedan emplearse materiales de una misma especie que la pieza pero siempre con conciencia " la piedra se casa con la piedra, y el bronce con el mármol y la tierra cocida con la madera ".

(Renoist 1960:51)

A veces conviene recordar el ambiente en que originalmente se encontraba la pieza utilizando una textura que lo evoque. Debemos cuidar de no utilizar demasiado color y textura en el montaje.

5.8 Protección



Las limitaciones de protección están relacionadas con las características, que ya examinamos, de los objetos, dada su importancia conviene analizarlas por separado. El museo maneja una de las mayores responsabilidades que es la de cuidar o proteger los bienes culturales que les han sido encomendados contra cualquier acción que pueda causar su deterioro, destrucción o robo. El deterioro o robo puede ser ocasionado, ya sea, por los efectos del medio ambiente (luz, humedad relativa, temperatura, ataque de insectos y de microorganismos, la contaminación ambiental, etc .) también por

la acción del hombre accidental o intencionada, (golpes, raspaduras, incendios, etc.) contra ambas acciones, la del medio ambiente y la del hombre, deben protegerse las piezas durante su exhibición y tomarlas en cuenta al diseñar la museografía.



Las medidas de protección contra los deterioros naturales vamos a designarlas como " CONSERVACION " y las hechas por el hombre, de " SEGURIDAD ".

5.9 Conservación

Al presentar una exhibición debemos tomar en cuenta las características de los objetos pues si no se toman precauciones adecuadas pueden sufrir varios daños. Al mostrarse al público los bienes culturales (exposiciones, etc.,) forzosamente hay que iluminarlas y someterlos al medio ambiente de las salas del museo quedando afectadas por las propiedades del aire (temperatura, humedad, pureza y homogeneidad).



Las variaciones de temperatura, las de humedad relativa ocasionan cambios en las características mecánicas y químicas de los materiales de que está constituido un cuerpo. los cambios sobre todo bruscos y los de efecto acumulativo, dañan los bienes

culturales bien conocidos son los efectos destructivos que tienen sobre el papel, las pinturas y los textiles tiene la acción solar. " La luz intensa debilita los colores y favorece la oxidación de la celulosa. Se produce la desecación de los materiales ".

(Boustead, 1969:235)

En el museo se debe eliminar o reducir al máximo los efectos mencionados y se debe tratar las condiciones climatológicas y luminotécnicas dentro de los parámetros recomendables utilizando los recursos que la ciencia y la tecnología nos proporcionan: instrumentos de medición de temperatura, humedad y luz, equipos de acondicionamiento del aire, filtros etc. Incluso hay métodos que no requieren de altos costos para los museos de bajos recursos económicos que son por medio de esponjas, plantas, u otros materiales húmedos. En espacios pequeños pueden colocarse soluciones saturadas de sales. A continuación algunos parámetros tomados de un folleto de la American Association of Museums (1977) en cuanto a valores de iluminación.

Según el material que sea tiene un cuadro de condiciones climáticas en las cuales mantiene un estado relativamente estable, por ésta



razón una temperatura de 68o a 70o (= 2) con una humedad relativa de 45% (= 5%) es recomendable para una mezcla de diferentes materiales.

La unesco recomienda los siguientes valores de iluminación como Maximos.

Iluminación máxima ilimitada: objetos insensibles a la luz metales, piedras, vidrio, cerámica, joyas, esmaltes y huesos.

Iluminación máxima de 250 lux; pinturas al óleo y temple, cueros sin teñir y lacas orientales.



Iluminación máxima de 50 lux: textiles, papel, pintura a la aguada, cueros, teñidos y la mayor parte de las colecciones de historia natural.



Los materiales son muy sensibles a las variaciones de temperatura, a cambios bruscos, y pronunciados son muy perjudiciales debido a su frecuencia y a su efecto acumulativo, la dilatación y contracción repetida pueden provocar la fatiga y la ruptura, así como la corrosión.

El agua de lluvia disuelve muchos de los edificios y materiales antiguos, ya que contiene dióxido de carbono y otras impurezas. la humidificación en los muros disminuye la cohesión de los materiales



debilitándolos en el caso de pinturas, murales, esculturas y otros objetos expuestos, la contaminación atmosférica por su compuesto de oxígeno convierte el aire en un activo agente de desintegración esto puede verse aumentado por las impurezas causadas por el hombre o la naturaleza.

Casi todos los objetos de un museo se deterioran por las impurezas atmosféricas, las sustancias de origen orgánico se manchan y ensucian con partículas sólidas de carbón, alquitran y otros contaminantes como ácidos o sulfurosos, sulfúricos, causando graves efectos en los materiales celulósicos.

En términos generales estos son los principales factores que dañan a los objetos (considerados como bienes culturales) por lo anterior el museólogo debe asesorarse por expertos en conservación para determinar en que condiciones debe exhibir los diferentes objetos.

5.10 Seguridad



Al hablar de seguridad nos referimos a actos de vandalismo, imprudencia por parte del público o del personal, robos, por lo que se obliga a tomar medidas especiales al planear la presentación de las piezas, unas de

carácter general y otras al planear y diseñar los elementos museográficos.

A continuación algunos de los puntos más importantes para la seguridad de los bienes culturales (al ser expuestos).

- Asegurarse de la estabilidad de pedestales, vitrinas, mamparas, al diseñarlos.
- Evitar posibilidades de demasiado acercamiento a piezas valiosas o frágiles, mediante el uso de vitrinas, bandillas, cordones, vidrios protectores.
- Poner mecanismos de alarmas contra robos.
- Situar a vigilantes en puntos estratégicos.
- Instalar (si el museo cuenta con recursos económicos) con circuitos cerrados de televisión.
- Evitar aglomeraciones regulando el flujo de visitantes.
- Incorporar al diseño de vitrinas sistemas de cierre seguros.
- Respetar las reglas de seguridad contra incendios, colocando extinguidores, equipo contra incendio, y hacer que el público lo respete al igual que la prohibición de no fumar.
- Evitar el uso de materiales flamables en el mobiliario museográfico.
- Elaborar un reglamento de manejo de piezas por parte del personal del museo y entrenarlo

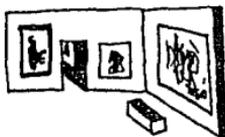


al respecto.

De esta manera se puede preservar los bienes culturales que tienen los museos ya que los propios visitantes son la causa consciente e inconscientemente de la degradación y el principal motivo es el contacto directo con las piezas.

5.11 El local

Las limitaciones debidas a superficie disponible, accesos disposición de las salas, proporciones arquitectónicas, ubicación de ventanas y otras fuentes de luz natural, decoración etc.



Aquí se tratan de resolver dos problemas: circularización y distribución de los objetos. Casi todos los edificios tienen que ser adaptados a museos, a las necesidades de exhibir si esto es cierto en los nuevos edificios hechos para museos, lo es más en aquellos hechos para inmuebles que fueron oficinas, correos, bibliotecas etc.

5.12 El hombre

Al montarse las exposiciones su fin principal es que el hombre las vea, por lo que es indispensable crear la museografía adecuada a las características anatómicas, fisiológicas, y psicológicas del hombre.



Para este aspecto nos ayudamos de :

La Antropometría

La Ergonomía

La Antropometría trata las proporciones y medidas del cuerpo humano y las acciones operativas que realiza.

Esto es para:

- Promedios de altura totales y parciales.
- Parámetros visuales.
- Relaciones espacio - hombre



La ergonomía propone la adaptación óptima de la vida de trabajo, operaciones físicas, máquinas, sistemas de mecanismos, métodos de organización, medio ambiente laboral a las exigencias biológicas físicas y psíquicas de los trabajadores y reclama y promueve un trabajo conjunto de especialidades de las más diversas disciplinas como fisiólogos, psicólogos, arquitectos, expertos en medicina de trabajo, ingenieros etc.

5.13 Recursos

Para una buena museografía para la exhibición de bienes culturales se necesitan varios recursos. Cuantos más problemas se tengan que resolver mayor será el reconocimiento al esfuerzo profesional realizado. Los recursos necesarios para una exhibición son los

siguientes:

- Leer con las manos sentir el objeto.
- Informar de como se usaba el objeto.
- Ubicar la pieza en su medio ambiente original.
- Desarrollo de la pieza explicado a través del tiempo.
- Ubicar el objeto en el contexto cultural mediante una comparación con otras culturas.
- Revelar las influencias que se aprecian en el objeto de otras culturas u objetos.
- Aclarar los valores y el significado funcional desde el punto de vista social, religioso, político, etc.



5.14 Espacio

Los espacios disponibles crean limitaciones a la manera de presentar los objetos, pero también permiten una serie de oportunidades al diseñador creativo, porque el espacio tridimensional permite más posibilidades para disponer las piezas, conducir la circulación, dirigir la atención del visitante y enfatizar determinadas características de los objetos.

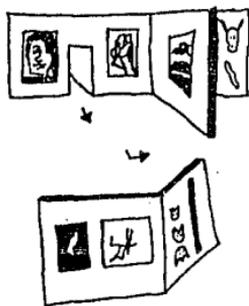
En los museos hay elementos fijos por lo que las paredes, los techados deben resistir a la interperie y ser duraderos ya que además no están sujetos a cambios, pero quitando estos elementos estables, todo el resto como acceso

exterior, iluminación las paredes interiores los techos y los pisos deben ser teóricamente lo más adaptable posibles. Se pueden construir muros ligeros con fabricación hecha por carpinteros que forman parte del personal del mantenimiento del museo. Con materiales poco costosos y cambiables de sitio en caso de necesidad, mamparas etc. todo lo anterior con el fin de cambiar o ganar espacio.

La circulación es importante por lo que el visitante debe tener un orden lógico de la exposición y el itinerario que debe seguir sin eliminar la posibilidad de una circulación parcial, el itinerario general es la visita no debe imponer el público, que está únicamente interesado en un tema o una pieza es importante que obligatoriamente tenga que seguir todo el recorrido del museo (y no solo lo más importante o famoso de un museo).

El acceso a las áreas de descanso y servicios al público, debe ser fácil, desde varios puntos del itinerario general.

El uso imaginativo del espacio puede lograr efectos muy impactantes de tipo escenográfico, sin exagerar o se podría llegar al error de aplastar la pieza con recursos museográficos si se ve más allá de lo que dicho objeto soporta.



5.15 Color y textura

Estos dos elementos están muy ligados pues inclusive en muchos casos son un producto natural de los materiales utilizados. También tienen relación con la luz y el color. Según nos dice Arnheim " hablando en términos estrictos, todo aspecto visual debe su existencia a la iluminosidad y al color. Los límites que determinan la forma de los objetos se derivan de la capacidad del ojo para distinguir entre sí, zonas de iluminosidad y color diferente ".



A veces hay que hacer muchos juicios o sacrificios en cuanto a tonalidades, debido a la importancia del color, a veces delicadas, del objeto al dramatismo estético de la museografía que enfatizará la importancia de la pieza o la belleza de su forma. A veces un fondo de color complementario logra dar un efecto decorativo, pero puede también actuar en contra de las sutiles variaciones de color que puede tener la pieza.

Lo mismo ocurre con la textura, con la diferencia que aquí los contrastes generalmente son deseables.

Luc Renoist aconseja sobre el tema lo siguiente:

Si se trata de grandes estatutos antiguos de

valor, conviene exhibir los en grandes salas, pintadas de un color " atmosférico " como - azul claro que evoca al cielo, o verde oscuro sustituye follaje, lo cual conviene particularmente a los mármoles mientras que los bronce prefieren el " beige " claro o azul pálido. Las tierras cocidas deberán presentarse frente a contraplacas de madera bastante oscura.

(1960:55)

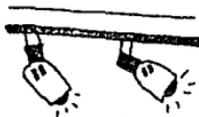
5.16 Luz

La luz es un elemento valioso y versátil puesto que permite al museógrafo dar una ambientación, del tipo que necesite el objeto (misterio, acentuar, enfatizar, resaltar, formar o deformar etc.) Además de la luz depende en gran medida la interpretación de los objetos y el espacio.

Por último la luz tiene importantes efectos sobre el color.

Bajo una iluminación fuerte, los rojos aparecen iluminados porque son los conos de la retina los más sensibles a las longitudes de onda más larga por lo que ellos desempeñan casi todo el trabajo.

La luz verde hace resaltar los verdes y los azules, pero también los hará parecer más



blancuzcos, ya que los bastones serán los más sensibles a la longitud onda más corta, aunque no constituyan a la percepción del matiz. Por algunas de estas razones los colores del artista dependen de la iluminación que se le dé, y sus formas se ven escasamente afectadas por ella.

(Arnhem, 1980:367).

Los objetos coloreados e influenciados por la iluminación son conocidos como " Rendimientos de los colores " .

Al museógrafo le preocupa la correlación que existe entre las variaciones de la iluminación con los objetos iluminados en cuanto a su apariencia de percepción.

De lo anterior se basan para seleccionar fuentes de iluminación artificial para sustituir la luz solar, ya que está deteriora el color de los objetos, además el ojo humano está acostumbrado a valorar los objetos con la luz del día ya que la artificial distorciona, según su intensidad.

La luz natural se proyecta directa o indirectamente, en forma directa puede ser: Lateral, cenital, y diagonal.

Desde el punto de vista visual, la luz más adecuada para la percepción es la luz cenital ya que bifurca sus radiaciones laterales y



oblicuamente. Hay combinaciones y (la vertical difusa para la apreciación general de una ambientación).

Peculiaridades de cada tipo de luz sobre los objetos.

(La luz diagonal permite ver detalladamente puesto que pone de relieve la plenitud del objeto, pero causa reflejo sobre los que no coincide directamente.

- Museo de México

Cd. U.N.A.M. Centro de Investigación.

CAP. VI

Equipos y herramientas

Hoy en día se tienen que tener muy en cuenta las facilidades de la tecnología y conocer sobre ellas ya que de esa manera se facilitarán los trabajos y la presentación será exitosa.



Los principales recursos son equipos modernos que facilitan la comunicación tales como: videos, audiovisuales, multi-media, cintas grabadas, circuitos cerrados de T.V. dispositivos de seguridad, etc.



Para lograr mejores efectos con las piezas y facilitar el trabajo hay técnicas, como los recursos de artes gráficas como la fotografía y la seriografía principalmente.

En cuanto a herramientas para realizar el trabajo físicamente con precisión y rapidez hay una gran variedad las cuales conviene estar al tanto ya que de esa manera se facilita el trabajo de producción museográfica.



Los materiales que se utilizan deben ser conocidos y disponibles en el mercado, sus características, ventajas, limitaciones, precios, etc. Por ejemplo estar informados en cuanto a la iluminación y sus efectos dañinos o sobre los diferentes filtros que existen para atenuar su acción negativa,

además debemos tener en cuenta la calidad, durabilidad, y facilidad de mantenimiento de los materiales seleccionados.

6.1 Mobiliario museográfico

Aquí nos referimos a elementos como: vitrinas, mampáras, tableros, pedestales, bases, tarimas, soportes, caballetes, porta cédulas, elementos para separación de espacio y muebles para áreas de descanso.

El mobiliario es indispensable para la presentación adecuada de los objetos y para protegerlos del medio ambiente, y de las posibles acciones humanas. Lo interesante sería quitar, hasta donde fuese posible, todos los elementos que separan las piezas del espectador, pero eso sería muy riesgoso. Por otro lado estos artefactos son indispensables para que el visitante pueda observar cómodamente las piezas: pedestales, mampáras, vitrinas.



El buen diseño de una vitrina requiere de lo siguiente:

- Permitir una clara visión de su contenido.
- Proveer a los objetos exhibidos una buena iluminación, aun en el interior.
- Para la preservación del bien, mantener un buen clima adecuado a las necesidades que el

objeto requiere.

- Estar dimensionada de acuerdo con parámetros antropométricos.
- Tener fácil acceso y adecuada protección de su contenido.
- Permitir un fácil montaje.
- Facilitar su mantenimiento.

6.2 Mapas dioramas maquetas y gráficas

Aquí nos referimos a que muchas veces la comunicación es difícil de atender solo mediante objetos y cédulas, sobre todo en el caso de museos tecnológicos, científicos etc. La comunicación se puede facilitar por medio de abstracciones tales como maquetas, mapas, dioramas, y gráficos, como complemento de la redacción de las cédulas. Además estas ayudas tienen gran poder didáctico, y llaman la atención al público que desea comprender claramente el contenido del museo.

En algunos casos el costo puede ser alto, pero los resultados que con ellos se obtienen son buenos por lo que justifican el gasto.

(La inversión).

- Diseño y Artisticidad

Trillo Bóctor



Planeación de exhibiciones

El éxito de una buena exhibición radica en la planeación. de esta dependerá que el mensaje que se trata de transmitir al público se logre, además de otros beneficios como ahorrar tiempo de producción, montaje y reducir costos.

El concepto de planeación: escoger entre varias opciones de acción la más adecuada y así lograr los fines perseguidos.

Planear es tratar de que las cosas no sucedan de otra manera que la deseada.

Según Koons y O'Donnell: los principales tipos de planes son:

7.1 Objetivos

Metas que pretendamos alcanzar.

Políticas: Declaraciones de tipo general que sirvan de guía para la actuación de los integrantes de una agrupación.

Procedimientos: Establecer la manera en que se han de realizar las actividades.

Programas: Pasos a seguir para lograr un proyecto, secuencia y fechas que han de cumplirse en cada evento.

Presupuestos: Expresan en términos monetarios y para un proyecto los resultados esperados.



-
- El éxito para una buena exposición consiste en:
- Inaugurar rápidamente.
 - Transmitir un buen mensaje con el material reunido, en términos de su significado cultural.
 - Exhibir la mayor cantidad de material posible (sin exagerar).
 - Presentar las piezas en el contexto del tipo de museo de que se trate sin destruir el valor artístico de las mismas.

7.2 Originalidad

Una exposición cuanto más original, interesante y oportuna sea mayor éxito obtendrá. Con originalidad no nos referimos a la posibilidad que tiene el público de contemplar un bien cultural que no haya visto con anterioridad sino más bien al enfoque que se dará de la presentación y a que su mensaje sea captado por el público. La idea debe estar de acuerdo con la política y los objetivos del museo.



7.3 Guiones

La idea que se tiene se debe desarrollar desde un punto de vista conceptual. esto lo hará un investigador especialista en la materia, es además una larga y delicada tarea ya que del mensaje que dé dependerá el enfoque que el



público dé.

Lo ideal sería que este especialista contara con un asesor en el área educacional, de psicología y sociología. El resultado de esto será el " Guión Científico " en el que se redactará la historia a contar al público. Ya con esta ideología terminada puede el museógrafo elaborar el " Guión museográfico " incorporando todos los elementos requeridos para la puesta en escena de las piezas. El guión museográfico será la estructura teórica sobre la que se construya la museografía.

Un guión museográfico que puede desarrollarse relacionando la secuencia de la exposición en 4 columnas:

Tópico 1	Objeto 2	Método de exhibición 3	Cédulas 4
-------------	-------------	---------------------------	--------------



1. Relacionará los asuntos a desarrollar de acuerdo con las bases establecidas en el guión científico.
2. Es la lista del material escogido para su presentación y deben estar en correlación con los tópicos anotados en la primera columna.
3. El método de exhibición mostrará el mobiliario museográfico, que se usará para mostrar los objetos. (tableros, vitrinas etc.)

-
4. Las cédulas se utilizará para incluir el contenido de las cédulas que se emplearán.

7.4 Diseño museográfico

Ya terminados los guiones, el siguiente paso a seguir es la elaboración de diseñar físicamente la exposición:

Que superficie ocuparemos.

Cuál será la circulación más conveniente.

Las características del mobiliario museográfico.

La forma de presentar las cédulas y aspectos de diseño gráfico.

La señalización.

Aquí el uso de maquetas y modelos a escala pueden ser de gran auxiliar.

El programa de trabajo: Para éxito de la exhibición y sobre todo cuando la fecha es inalterable, es bueno planear las actividades fijando las fechas en que cada una debe ser terminada.



- La gráfica de Santt.
- El diagrama de flechas o Redes.

La gráfica de Santt muestra el tiempo a lo ancho del papel y las actividades a realizar en forma detallada de manera vertical. De manera horizontal se representará el tiempo de cada actividad: quión científico, quión museográfico, diseño

mobiliario etc.

El diagrama de flechas es una ilustración gráfica del conjunto de un proyecto y sus interrelaciones. La red está formada por flechas que representan actividades y nudos que son los hechos. Los hechos en la gráfica son círculos y significan la terminación de una actividad y la iniciación de la subsecuente.

7.5 Presupuesto

Aquí se van a analizar en forma valuada todos los elementos que forman el costo de la exposición: mano de obra, materiales y otros gastos.

También existe el presupuesto para la restauración de un bien (mueble) que se realiza partiendo de la proposición de los procesos a que debe someterse la obra, se toma en cuenta el personal que lo va a ejecutar, el tiempo necesario según el programa, todos los materiales que se van a utilizar, gastos de laboratorio.

Para el precio unitario de un concepto determinado, se tomen en cuenta los elementos que lo componen y la descripción del trabajo que se va a realizar, con un desglose de los materiales, mano de obra,



herramienta, equipo, laboratorio, se suman todas las cargas y eso nos va a dar un total que el cobro directo el precio por unidades que contenga la obra nos dará el presupuesto.

1. Precio unitario para determinado concepto

1.1 Elementos

1.2 Concepto de trabajo



1.2.1 Materiales - cantidad - unidad costo del material empleada - manejada - material
Total material -----

1.2.2 Mano de obra. Se determina el grupo de trabajo y el rendimiento en el día.



Personal necesario =

salario real = salario + % aumento por prestaciones, seguro social, etc.

Técnico + ayudante = Precio de mano de obra / m²
m² en el turno de 8 hrs.



1.2.3 Herramienta y equipo

mano de obra = porcentaje / m²
desgaste de herramienta

1.2.4 Gastos de laboratorio

Costos de las pruebas de laboratorio = costos m²
m² de la obra tratada



1.2.5 Se suman todas las cargas

Total material -----

Total material -----

Total mano de obra -----

Total de herramienta -----

Total de laboratorio -----

Costo directo por M2

Para instituciones que cuentan con recursos propios, el presupuesto se obtienen multiplicando la cantidad de la unidad de medida por el precio unitario.



- 2.5 En el caso que el trabajo lo realice un contratista, el costo indirecto será calculado.

Gastos oficinas y campo = Porcentaje que se sumará al costo directo de la obra por año.

Costo directo + % costo indirecto = costo / M2

Esto fue un ejemplo de como se puede hacer un presupuesto, dependiendo de las necesidades de cada pieza y de cada museo. Es la información mínima con la que debe de contar el museólogo para poder discutir con el conservador los cálculos de las horas - hombre y de los materiales que se necesitan para la conservación, basados en la información de las revisiones periódicas, teniendo una clasificación de los daños por categoría

(inmediata, urgente, necesaria, y deseable),
lo que permitirá establecer prioridades.

- Proceso de Planeación de las exhibiciones - La
museografía.

Felipe Lacouture

CAP. VIII

Comunicación en el museo

El museo tiene como misión la conservación de productos que representan diversas épocas de la humanidad, y por lo tanto la transmisión de cultura mediante la recolección, conservación, presentación y explicación de dichos bienes culturales.



Pero de igual manera su tarea es de lograr una buena presentación museográfica y una inteligente explicación de los objetos exhibidos.

Ya que los objetos por sí mismos no pueden transmitirle explicación al visitante. Sólo mediante explicaciones adecuadas se logra interés del visitante y transmitirle el mensaje y objetivo de dicha exposición.

8.1 Problemas de comunicación

El emisor de mensaje (el museo) debe saber que el (visitante) receptor capta el mensaje a través de una serie de filtros sensoriales, operativos y culturales. Por ejemplo, la capacidad del individuo de captar los mensajes cromáticos, sería el filtro sensorial, puesto que un daltónico no podría captarlos. Los filtros operativos dependen de las características



constitucionales del receptor, o sea que un niño no puede captar, mensajes sofisticados, aptos para un adulto. Los filtros culturales son reconocidos solamente por el receptor, lo que queremos decir es que sería inútil tratar de transmitir un mensaje escrito a un analfeta.

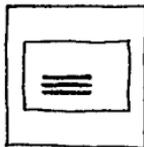
Por eso es muy importante planear bien las explicaciones ya que el vamos a dar, y a que tipo de receptor va dirigido el mensaje y los filtros a los que nos enfrentemos.

8.2 Información visual

Es el tipo de comunicación que es la base que tienen la mayoría de los museos, si bien el lenguaje fundamental de expresión es el uso adecuado de los objetos estos deben ir acompañados de elementos didácticos complementarios de carácter gráfico o de lenguaje escrito.



El tipo y extensión de las explicaciones varía según la clase de objetos que se exhiban. Ya que en exhibiciones de pintura se requiere de menos información que en exhibiciones de adelantos tecnológicos.



Como ya hemos dicho antes el museo tiene un mensaje que comunicar y eso lo hace con los bienes culturales que exhibe, pero el



cedulario es un complemento muy necesario para la comprensión de la historia.

Mucho del éxito del museo depende de la calidad del cedulario.

El cedulario debe ser un instrumento que atraiga y mantenga la atención del visitante, además de ser concreto e impartir información sobre los objetos exhibidos y que haga que el visitante quiera conocer más sobre el tema, que no lo abruma con datos que no va a leer.

Existen museos que cuentan con guías, catálogos y estudios manográficos para la gente interesada en información mas profunda, sobre un tema en general o aspectos particulares de la colección.

Las guías y catálogos son importantes, pero no deben ser indispensables para que el visitante entienda el museo. Este material en la mayoría de los casos no es gratuito, por lo contrario llega a ser una fuente de ingresos en algunos museos lo primero no es posible ya que llega a tener un costo de producción. Las fotografías, gráficas y mapas facilitan la comprensión del funcionamiento de ciertos objetos o su procedencia y las ubican en el tiempo y el espacio.

Existen explicaciones adicionales como

tableros u hojas de consulta, catálogos, y monografías.

8.3 Información audiovisual

Uso de transparencias acompañadas de sonido, de videotape y de películas, adecuando para dar información introductoria antes de iniciar la visita, con objetos de ubicar al visitante en el contexto de la exposición.



8.4 Información oral

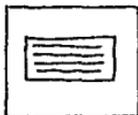
Las grabaciones son de gran utilidad para transmitir la información, especialmente en museos de sitio en donde es difícil colocar las cédulas (monumentos, catedrales, castillos).

Existen grabaciones puestas en lugares estratégicos que se activan con el depósito de una moneda, o simplemente con oprimir un botón visitas guiadas; son interesantes ya que permiten el dialogo, las pregunta y respuesta y hasta la opinión.



8.5 El cedulario

Como ya lo mencionamos con anterioridad son la base de las explicaciones visuales. Es muy importante puesto que adquiere lo dicho con gran sentido del humor que " Un museo es una colección de cédulas cuidadosamente planeada e



ilustrada con objetos".

(Wilson y Medina).

Al elaborar cédulas hay que tomar en cuenta los siguientes aspectos:

Cedulario

- | | | | | |
|--------------|--------------------------|--------------|--------------|---------|
| • Planeación | • Guión Científico | • Objetivos | | |
| | • Guión Museográfico | | • Filtros | |
| | • Integración | | | • Costo |
| | • Tiempo | | | |
| • Redacción | • Idioma | • Producción | | |
| | • Extensión | | • Forma | |
| | • Contenido | | • Tipografía | |
| | • Redacción | | • Color | |
| • Producción | • Material (durabilidad) | • Colocación | | |
| | • Identificación | | • Lugar | |
| | • Colocación | | • Distancia | |
| | | | • Angulo | |

8.6 Planeación

De la buena planeación, tendremos una buena museografía. El guión científico es la fuente de datos para el cedulario, de estos guiones y los museográficos, además de su profundidad y calidad dependerá la eficacia de las explicaciones.



El guión museográfico es el que sugiere qué cédula específica se requieren y dónde colocarlas.

Las cédulas juegan un importante papel educativo en los museos.

Una secuencia lógica y explicaciones adecuadas podrá lograr que el visitante se interese y entienda la exposición pues con los solos objetos no sería posible.

El cedulario se divide:

- Cédulas generales o introductorias; Dan información global, pero completa, con carácter sintético.
- Cédula de conjunto de objetos que pueden explicar los agrupamientos que por diversas razones hayan hecho el museográfico.
- Cédulas para un objeto en particular; Indispensables para piezas importantes. generalmente el público especializado es el interesado en estas cédulas. Existen catálogos por objeto con el fin de evitar problemas

estéticos de presentación, y hacen referencia de las piezas por medio de números. (sustituyendo la cédula).

8.7 Redacción

La preparación de las cédulas queda a cargo de técnicos su redacción debe ser clara concisa, y sencilla ya que el visitante debe ser capaz de comprender fácilmente el carácter y sentido de la exposición. Sin olvidar las necesidades informativas, educativas y estéticas.



Es importante definir si deben redactarse en más de un idioma y cómo proporcionarlas (En la misma cédula o en material adicional).

El número y extensión debe ser suficiente cuidando de no abrumar al visitante.

El redactor de cédulas debe tomar en cuenta que un adulto no lee más de 250 a 300 palabras por minuto. (unas 5 por segundo) por lo que si una cédula contiene 255 palabras, y la lee a este promedio de 5 por segundo, tardará 45 segundos. Lo hace probable que después siga sólo hojizando los objetos sin interés y sin leer.

Por lo que conviene usar pocas palabras y usar las que tengan fuerza, colorido, y sean activas y claras.

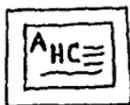
Se debe hacer una buena verificación del

equilibrio entre piezas y explicaciones y calcular el tiempo de lectura.

Ahora con el uso de la fotografía, audiovisual, radio, televisión, cine, etc. el individuo ha adquirido cierta pereza mental para la lectura, por lo que evade leer escritos largos.

8.8 Producción

Al hablar de producción nos referimos al equilibrio que debe existir entre funcionalidad, Estética, y Costo, tomando en cuenta la duración de la exposición, el tipo de objetos a exhibir los materiales a emplear etc. El color de las cédulas y su tipografía, además de relacionar rápidamente la cédula con el objeto exhibido.



8.9 Colocación

A este aspecto de las cédulas se les recomienda:

- Las cédulas principales (titulares) no deben colocarse a más de un pie sobre el nivel de los ojos.
- Las cédulas secundarias deben quedar colocadas al nivel de los ojos o un pie por debajo de este.
- Las cédulas de grupos de piezas y las individuales deben quedar lo más cerca posible



de los objetos que describen.

- Ninguna cédula escrita con letra (tamaño de máquina de escribir) debe quedar a menos de 24 pies del suelo.
- Las cédulas deben quedar lo más cerca posible de un ángulo recto con la línea de visión del visitante.
- Las cédulas que se instalen en la parte baja de una vitrina deben colocarse en un ángulo que facilite su lectura. Al igual los que queden en la parte alta o a un lado de la vitrina buscando siempre la proximidad al ángulo recto de la visión del visitante.



No hay que olvidar que un gran número de gente usa lentes y les es muy difícil leer las cédulas colocadas por arriba de la línea normal de visión lo cual constituye un filtro operativo importante para asimilar el mensaje. Las hojas de consulta, en las que se amplía la información y que están al alcance del visitante es mejor que se hagan en un material más durable que no sea papel.

Medios de difusión para el museo

Los medios de difusión masivos son: periódico, el radio, y la televisión y el cine.

Así tratan de abarcar a todo el mundo de la población hasta en sus más reconditos sitios, sea esta población rural, urbana, regional nacional o internacional.

El objetivo del museo al usar estos medios es llegar al público a través de fuentes comunes y corrientes de información.

9.1 Radio

Este medio de difusión es quizá el más común ya que es un medio fácil de trasladar, hay mas cantidad de radios que de televisores ya radio permite hacer otra actividad. (en el trabajo).

Es un medio barato ya que su realización es más fácil y requiere de menos costos que otro medio, además llega a las amas de casa, choferas, trabajadores, etc. (aún trabajando)
A continuación algunas propuestas para tipos de programas:



- 1) Pueden producirse programas regulares de museos explicando con detalle objeto de sus colecciones, su historia, etc. contar con la presencia de expertos en el asunto.

artistas, críticos, y otros relacionados.

- 2) Las estaciones de radio pueden hacer propaganda ofreciendo noticias e informando en intervalos (sobre el museo) en canales educativos o comerciales.



- 3) Sustener entrevistas con miembros del museo es otra manera de llamar la atención.

A manera de anuncio comunicar sobre nuevas exhibiciones (o extensiones del museo) Así como divulgar algún ciclo de conferencias u otro tipo de actividad cultural (como conciertos etc) .

- 5) Informar horarios, servicios que ofrece como cafe, biblioteca, tienda, etc.

9.2 Televisión



Todo el mundo ve la televisión inclusive personas que nunca han estado en un museo.

Pero aquí su realización requiere de profesionales, gente especializada en planear, seleccionar, y escribir un guión, estos encargados la mayoría de las veces por personas del mismo museo de la colección a ser presentada.

Según André Malvaux: el museo en la T.V. es un museo sin paredes ya que llega a millones de

personas en sus propios hogares.

Hay museos que cuentan con su propio equipo de cámaras, luces, aparatos y estudios de grabación, claro que son contados.

Invitan a artistas, celebridades gravando exposiciones temporales y permanentes.

La técnica a seguir:



- 1) Grabar directo con un guión previo, escogiendo los principales objetos a ser mostrados ya sea por su importancia, relevancia o siguiendo un objeto específico.

- 2) Grabar la exposición sin voz guía y luego editar con una grabación de voz con texto preparado de antemano.

La televisión también sirve a través de encuestas y cuestionarios buscando la opinión pública, el horario más adecuado, con el fin de lograr más audiencia y mayor receptividad.

El museo education and 'imagination sugiere hacer programas para gente joven y niños con el fin de que desde chicos acudan al museo.

9.3 Periódico

El periódico es un medio de difusión muy bueno ya que abarca a otro tipo de gente, otro nivel de cultura.

La prensa tiene posibilidades de anunciar

actividades variadas del museo.

Periódico

El periódico es un medio de difusión muy bueno ya que abarca a otro tipo de gente, otro nivel de cultura.

La prensa tiene posibilidades de anunciar actividades variadas del museo .

- 1) La apertura de una nueva exposición es siempre una buena historia.
- 2) Entrevista con algún experto local o extranjero, con un arqueólogo, o un biólogo etc. Las entrevistas enfocadas al tema de las colecciones del museo.
- 3) Publicar planes de expansión en el museo, nuevas políticas, nuevos servicios, etc.
- 4) Revista sociales y para mujeres de buen medio y llegar a un público determinado.
- 5) Lista de periodistas a los que se les pueda mandar información sobre acontecimientos en el museo y reconocidos en su medio de trabajo.
- 6) Tener recopilados todos los anuncios puestos con un registro y tener referencia de cual atrajo más y en que época del año conviene más anunciarse en el periódico.

El periódico es importante ya que el museo es noticia y la gente se entera de su



objetividad y actividad de centros culturales
comunitarios.

- Aranguen José Luis L.
La comunicación Humana
Ediciones Guadarrama
S.A. Madrid
Pág. 11, 198

9.4 Patrocinadores

No es fácil conseguir patrocinadores para los programas de difusión de los museos.

En general los propios museos financian sus propagandas a través de fondos recaudados de la venta de boletos, donaciones de instituciones, o particulares, ventas de libros, objetos, en la tienda etc.

pero de todos modos las obligaciones financieras son muchas y se tienen que dividir entre sus varios sectores, además de los gastos de mantenimiento del edificio, están los sueldos y su personal debe ser bien pagado para responder a su buena función. ya que no puede funcionar a las expectativas del público (con bajos costos,) su bajo recurso hace que acudan a las asociaciones.



Sin temor a una excesiva y generalizada opinión se podría decir que estas se encuentran todavía en una fase previa a la comprensión de la crisis que afecta al museo.

Las Asociaciones Amigos del Museo tienen como función la recaudación de fondos para la adquisición de algunos costos, o intereses como obras de arte, y hasta la preparación de inauguración de exposiciones en las salas de los museos.

Otra función es la de difundir culturalmente

el museo a través de sus realizaciones y experiencias con el fin de estrechar e intensificar las relaciones entre el público y el museo.

La sociedad amigos del museo surgió en Canada denominada " Art Rental " consistió en un servicio como el de las bibliotecas pero con obras de arte creado por un comité de damas voluntarias ajenas al museo.



También tienen como tarea averiguar las preferencias del público proyectar el museo al anterior.

Para la asociación amigos del museo participar en la institución significa generalmente cumplir una triple función.

- Potencializar la creación del museo buscando conocer sus necesidades y de ahí intentar resolverlas.
- Colaborar en la adquisición de obras de arte costosas de interés para el museo a través de donativos personales, firmas comerciales. u otras instituciones.
- Promocionar y proyectar la institución Museo en el entorno social motivando al público a visitarlo y participando en las actividades del museo.

9.4.1 Icom



Es el consejo internacional de museos y es una organización internacional, no gubernamental y profesional, representativa de los museos y la profesión museística, además está en estrecha relación de consulta y cooperación con UNESCO e ICOMOS, el centro internacional de estudios para la conservación y restauración de los bienes culturales es, así como de otras organizaciones.

9.4.2 Sus objetivos

- A) Definir y apoyar a instituciones museísticas, para establecer, defender y reforzar la profesión.
- B) Organizar ayuda y cooperación entre museos y profesionistas museísticos en los diferentes países.
- C) Mostrar la importancia del papel de los museos y de la profesión museística en cada comunidad para un mejor conocimiento y una mejor comprensión entre los pueblos.



Además Icom reconoce a los museos designados tales como:

- A) Los institutos de conservación y galerías de exposiciones dependientes de las bibliotecas y de centros de archivo.



B) Los sitios y monumentos arqueológicos etnográficos naturales, además de sitios y monumentos históricos que tengan las características de un museo por sus actividades de adquisición, conservación y comunicación.



C) Las instituciones que presentan especímenes vivientes, tales como jardines botánicos zoológicos, acuarios y viveros etc.



El Icom basa sus actividades en dos grandes cuerpos llamados Comités Internacionales y Comités Nacionales.

Los primeros agrupan a los miembros según su especialidad o área de interés, sin importar su nacionalidad.

Los segundos agrupan a los diferentes especialistas en base a su nacionalidad o lugar de residencia.

México cuenta con un comite nacional mexicano.

9.4.3 Comité Nacional Mexicano del Icom

Es una asociación civil, construida conforme a las leyes mexicanas y regidas por el Código Civil del Distrito Federal, aplicable a toda la república. su fin es el de enlazar la organización internacional (que parte de la unesco) con los miembros del Icom que radican en México.



Sus funciones



- Promover las acciones del Icom en la República Mexicana.
- Representar en el país los intereses de la profesión museológica y profesionales que la ejercen.
- Buscar financiamiento para actividades y programas de la organización.
- Llevar a cabo estos y apoyar a los museos mexicanos que lo necesiten.



Este comité desarrolla actividades dentro de distintas áreas y en diferentes instituciones gubernamentales y privadas en el país.



Buscan dar asesoría de distintas ramas, de la museología, como lo es la educación, arquitectura, conservación, documentación, museográfica, administración, etc. a los museos que los soliciten.

Principios Museológicos

Elaborar una clasificación adecuada de museos es difícil, por las características y es difícil, por las características, y contenidos tan diversos en cada museo.

Sin embargo, partimos de 2 criterios básicos:



10.1 La agrupación geográfica que determina la ubicación de los museos en el territorio nacional, (clasificación, hecha con museos de México).



"Museo del Auto"

10.2 La agrupación temática que define el contenido básico de cada museo.

a) Museos Nacionales

Los que sus colecciones particularizados o diversificados, (según su especialidad) de una porción de territorio aceptada o definida como " Región ", por razones geográficas.



b) Museos de Artesanías Populares

Todo aquel museo cuyas colecciones corresponden a material y artesanal, histórico o contemporáneo, y que pertenezca a alguna o algunas regiones del país.

c) Museo de sitio

Todo museo instalado en un lugar de interés arqueológico o histórico, en donde sus

coleccionen ilustran el sitio mismo, y su finalidad es representar los valores culturales de las zonas arqueológicas en donde se ubican.

d) Museo local



Vinculados a un monumento, a una localidad, y ofrece una visión integral del lugar en donde se encuentran y convierten en espacios para la expresión cultural de su localidad (relacionados a un perímetro rural o ámbito urbanos).

e) Museo comunitario

(museos del Inah, con reciente creación)



Gracias a una intensa labor de promoción pretenden que la población participe en la creación de exposiciones, con temática afines a sus intereses e inquietudes.

f) Museo Escolar



(perteneciente a algún museo)

Estos van dirigidos a promover en la población infantil el conocimiento, rescate, conservación y enriquecimiento del patrimonio cultural del país a través de colecciones hechas por los niños.

g) Museo universitario

(dentro de los campus de las universidades)
Es material que muchas veces son copias de material original, y en otros casos es o fue material de estudio.

h) Museo de procer



(personaje)

Museo dedicado a un personaje histórico, conteniendo colecciones, relacionadas con él, representativas e ilustrativas de su vida, y de sus hechos sobresalientes en la proyección social, cultural o política que tuviera.

i) Museo monumento



Edificio o Edificios que por si mismos constituyan objeto de exhibición, a través de sus elementos y debido a su valor arqueológico o arquitectónico.

2) Los museos se agrupan también conforme a el área de conocimiento o el tipo de manifestación cultural, a que hacen referencia sus colecciones y la información en que se apoyan.

a) Museos de arte



Acogen las piezas de las civilizaciones dotadas implícita y cualitativamente de un valor artístico. El museo de arte forma una categoría independiente para cubrir

necesidades, estéticas prácticas e históricas.

b) Museos de Antropología, Arqueología, e Historia



Su campo de acción concierne el gran legado que la antigüedad ha suministrado, así como los permanentes descubrimientos de las excavaciones, lo que dota a los museos de una renovación y enriquecimiento permanente. Además, se definen por la exposición del material ideológico, narrativo y discursivo de los hechos y cambios sociales que han afectado a la historia de las civilizaciones.

c) Museo de ciencia y tecnología



Recogen, estructuran y analizan piezas de carácter científico, su interés radica en el estudio de la evolución de los objetos naturales transformados y conservados en la naturaleza originaria o acondicionada; dirige producción y reproducción, creación y recreación: fabricación o imitación, originalidad o industrialización todas estas alternativas dialécticas las plantea una cultura actual.

d) Museo de Etnografía, Artesanía y Cultural Popular

Estudian las civilizaciones materiales, primitivas y las más desarrolladas, y los fenómenos de supervivencia caracterizados por

las artes y oficios populares. Los criterios atienden tanto al valor cualitativo de la pieza como al testimonio que ella ofrece de los usos, costumbres, idiomas, folklore, etc.

e) Museos de temas diversos

En ellos se exige la colaboración activa del espectador actual, como elemento sustancial en el desarrollo del ser humano.

En este sentido los museos requieren que el contenido se exprese claramente y en su propia personalidad sin lugar a confusiones y lograr en el público una toma de conciencia, como antes conformantes del mundo que contemplan y de su capacidad creativa e interpretativa.

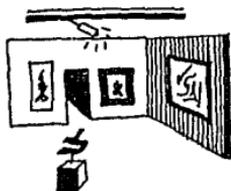


- Guía de los Museos del Distrito Federal
Rosario Encinas

CAP. XI

El Diseño en los Museos

En los museos el diseño tiene múltiples aplicaciones, los espacios, la ambientación, el mobiliario (vitrinas, bases, tableros) y todos los elementos de comunicación (letreros, señales, esquemas informativos, etc.) Deberán planearse para que el resultado de cada uno de sus elementos este colocado dentro de un contexto general, de una manera armónica y efectiva para que el mensaje educativo sea correcto y asimilable por un público multivalente por tanto en el desarrollo del curso de museografía se ha tomado muy en cuenta la preparación básica que el estudiante de estos problemas deberá tener de las técnicas de diseño que se aplica en la museografía moderna.



El diseño y montaje trata de dar las pautas generales y lógicas para una mejor comunicación con el visitante por medio de la recreación del ambiente de un museo, haciéndolo más agradable sin descuidar la expresión didáctica en el montaje de los objetos y en la concepción de los espacios.

- Diseño Gráfico Aplicado a los Museos

Centro Interamericano de Capacitación Museográfica.

11.1 Diseño Gráfico

Diseño es la creatividad puesta al servicio de la fabricación de objetos de elementos de comunicación para cumplir su cometido debe manejar técnicas que permitan que el producto resultante soluciones ampliamente las necesidades para las que fue previsto.

La primera y más importante fase del proceso de diseño es la adquisición y ordenamiento de la información que dara las bases de aplicación de la técnica de diseño, que tomará en cuenta necesariamente las especificaciones y acondicionamientos que demanden las funciones que deban cumplirse.

Al diseñar se identifican y enfatizan las cualidades abstractas del objeto que serian importantes y aceptables para el público.

El diseñador gráfico debe expresar alegría creadora que le rodean y expresarlas en su lenguaje, debe ser capaz de plasmar en su obra toda la emoción sentida, porque el diseñador ante todo el artista de nuestra época.

El diseñador debe tener la preparación intelectual necesaria para no imponer su obra como única, ni como la mayor realización individual, sino una creación utilizable y funcional comunente, además de actuar en función de su época.





Por lo tanto representa el lenguaje visual con el que manifestamos verdades acerca de nuestras experiencias internas y extraer más del mundo, que las palabras (por si solas) no pueden expresar: y que proyectan una imaginación creativa canalizada dentro de un grupo de condiciones objetivas, auxiliadas por un analista de diseño, de tal manera que este lenguaje constituye un medio de vital importancia tanto para el artista gráfico como para la sociedad, para comprender y dar forma a la experiencia.

- Diseño
Rawson Phillips

11.2 El Cartel

El arte del cartel tiene sus fundamentos en un remoto pasado, aunque es hasta la segunda mitad del siglo XIX cuando el cartel toma su forma definitiva, válida hoy día, gracias a la contribución de dos grandes artistas, Bonnard y Lautree, sucesores de Jules Cheret, el padre del cartel moderno.

Más tarde con el desarrollo de la industria, el cartel se convirtió en un poderoso medio de propaganda, así la publicidad formó parte de la vida diaria.



El cartel es un escándalo óptico: no quieres mirarlo y aun así lo ves, su forma está determinada por las leyes ópticas, debe ser leído instantáneamente.

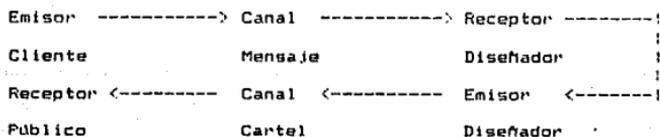
El cartel es un telegrama publicitario.

En el cartel influyen factores psicológicos, técnicos y estéticos donde la comunicación es instantánea, ya sea por medio de signos abstractos o imágenes.

Estas son algunas de las razones por las que el Diseño Museográfico debe tomar muy en cuenta.

El cartel como medio de comunicación para anunciar exposiciones y por sus valores estructurales de composición, aplicables al diseño de elementos dentro y fuera de vitrinas. El cartel es un elemento poderoso de la

comunicación que por el sentido y contenido de su mensaje, así como por su expresión gráfica, nos mueve a hacer algo. En toda comunicación deben existir tres elementos básicos que son:



Los procedimientos de comunicación con valores reconocidos son: formas, color, letras, signos, dibujos etc.

Existen diversos tipos de cartel y están divididos de acuerdo al contenido de su comunicado:

- a) Carteles comerciales: Productos enlatados, naturales, industria, modas etc.
- b) Carteles publicitarios: Libros, ediciones, etc.
- c) Carteles metropolitanos: anuncios urbanos, ferias, campañas, turismo.
- d) Carteles de instituciones: Escuelas de arte, talleres.
- e) Carteles sociales: Colecciones, campañas de prevención de drogas, contaminación, salud etc.
- f) Carteles políticos: Campañas de partidos,

candidatos.

g) Carteles decorativos: Arte, paisajes, pensamientos etc.

h) Carteles infantiles: Temas dedicados a la niñez.

i) Carteles culturales: Festivales, teatro, exhibiciones, galerías, conciertos, danza, etc.



El cartel al percibir algo, vemos, su forma y su color, y para que la percepción quede registrada en la mente, debe estar relacionada al concepto de esencia, así la comunicación se retendrá en la mente.

El destino del cartel será el público que asiste a los sitios donde es colocado, éste deberá atraer la atención, interés y curiosidad, además atractivo a pesar de ser inmóvil.



El cartel debe de ir de acuerdo con la personalidad, edad, carácter, nivel de educación, economía, y formación.

El cartel de éxito debe lograr un impacto visual duradero, diferente, curioso, raro único, original y sobre todo nuevo; sorprendente que oblique a prestar atención al público.

La mayoría de las veces el cartel es publicidad exterior pegada en paredes, fachadas, postes, faroles, columnas, en

centros urbanos, estaciones de metro,
aeropuertos, escuelas, teatros, etc.

- Dibujando Carteles

Iván Tuvar

Barcelona 1980

Editorial Ceac

- Tesis Cartel "Grito pegado en la pared"

Martha Jirash Kaim

ULA

11.3 Elementos de un cartel

11.3.1 Fotografía

Se ha dicho y se ha probado ininidad de veces que la imagen fotográfica ofrece un mayor realismo y trasmite por lo tanto una mayor credibilidad.



Cuando se dice que la realidad, por ser verdadera y cotidiana acaba por ser intrascendente, de modo que a veces no llega a impresionar a los sentidos, así el diseñador con su fotografía debe salir de la realidad y lo cotidiano y ofrecer una imagen insólita.



Cuando se quiere representar algo que debe aparecer tal y como es, o que debe tener valor de testimonio documental. Aquí se acepta la idea de la fotografía como tal, y tiene la misma validez que una representación gráfica, solo ha de buscarse la forma de dar a la fotografía un sentido artístico.

11.3.2 Ilustración

Es un medio gráfico representativo, cuyo principal fin es el de representar una imagen visual útil, y funcional, por medio de símbolos, elementos figurativos y abstractos que se combinan en variaciones infinitas y transmiten la expresión del ilustrador a partir de un texto, literatura o simplemente una idea, es una manifestación subjetiva sobre un tema concreto, y requiere de un desarrollo creativo intenso que permite transformar los sentimientos, ideas, y conceptos en imágenes comunicativas.



Las ilustraciones pueden ser:

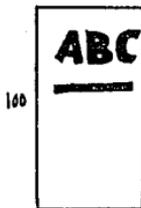
Informativas: Con información específica como un mapa.

Sugestiva: Trata de llamar la atención del lector y evoca con él un ambiente, una sensación determinada.

Ilustrativa: Pretende reflejar una realidad, lo más fiel posible.

11.3.3 Tamaño y proporción

El tamaño estándar de un cartel es de 70 cms X 100 cms. claro que esto puede depender según el cartel, y el lugar donde se van a colocar. existen carteles más pequeños y más grandes.



70
—
70 X 100cm

El tamaño varía también según las proporciones del diseño.

Se consideran 2 tipos de proporciones.

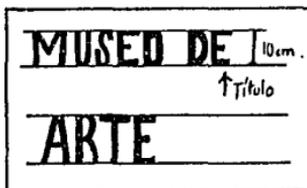
Tamaño del cartel por el lugar donde se exhibirá proporciones del cartel en cuanto a su composición interna.

Se deberá analizar el tipo de lugar público en donde se exhibirá para no pasar desapercibido y el tamaño de las proporciones del diseño y la tipografía para adecuarlo a un tamaño estandarizado.

Es muy importante que al recoger el papel en el que será impreso el cartel, tenga una medida adecuada para cortes, y sobretodo que no sea demasiado el desperdicio.

11.3.4 Títulos

El título es igual de importante que la imagen, éste deberá ir de acuerdo con la idea del mensaje, y tendrá que tener el mismo equilibrio en cuanto a color y a imagen, (ya sea fotografía o ilustración).



11.3.5 Logotipos

Significa " imagen de la palabra " capacidad identificadora del nombre, como signo permanentemente verbal, y es la forma standard y característica para escribir el nombre o la razón social de la corporación diseñado especialmente para identificarlas seleccionando la tipografía adecuada, que por su forma comunique el mensaje deseado.



Aparte de su obvia función verbal, la tipografía posee una dimensión semiótica no-verbal, icónica, que incorpora por connotación significados complementarios al propio nombre. La opción tipográfica adecuada mediante selección o diseño de alfabeto creando estilos variados, y así expresar con ellas estados de ánimo utilidad, firmeza, rapidez etc.

11.3.6 Los imagotipos

Al nombre y su forma gráfica, logotipo se suele sumar con frecuencia un signo no verbal que posee la función de mejorar las condiciones de identificación al ampliar los medios. Se trata de imágenes estables y muy pregnantes que permiten una identificación al ampliar los medios.



Se trata de imágenes estables y muy pregnantes que permiten una identificación que no

requiera la lectura en el sentido estrictamente verbal del término.

Estas imágenes - imatopos, pueden adoptar características muy diversas, pues su único requisito genérico es su memorabilidad y capacidad de diferenciación respecto del resto.

11.4 Color

Si el color se usa debidamente, puede ser muy efectivo para el cartel, ya que atrae la atención y llega a ser una de las herramientas más importantes. sin embargo si el cartel esta bien compuesto y los colores mal escogidos, el cartel no tendrá éxito, ni impacto.

La mirada humana percibe la forma antes que el color: si se acerca al centro del campo visual humano, de forma progresiva, como un trozo de papel de color, el sujeto reconocerá primero la forma y después el color, por lo que debemos lograr impacto primero con la forma, y después elegir el color adecuado.

El impacto y poder de capacitación de un color dependen de su tonalidad, claridad y saturación (Color saturado = color puro).

En 1861, el parisino Chevreul dió a conocer el círculo cromático, para la clasificación de los colores. Partiendo de los 3 colores básicos rojo, azul, y amarillo, luego



estableció 12 sectores: dividiendo cada uno en seis partes iguales resultando los 72 colores francos, que son colores obtenidos por la mezcla entre sí con los 3 primeros.

Así de importante son los colores de los que vivimos diariamente, ya que todos tendemos a relacionarlos con algo, ya sea el rojo con atención, peligro, sangre etc, el azul con mar, cielo, lejanía etc, el amarillo en especial no posee máxima atención.



Existen contrastes de color clasificados de mayor a menor :

1. negro sobre blanco
2. negro amarillo
3. rojo blanco
4. verde blanco
5. blanco sobre rojo
6. amarillo negro
7. amarillo violeta
8. blanco azul
9. rojo amarillo
10. azul blanco
11. blanco negro
12. verde rojo
13. rojo verde
14. negro rojo

No existe color que no armonize con otro se trata solo de encontrar el tono y matiz adecuado.

Según los tratados de color.



- No debe usarse una gran superficie de color luminoso como amarillo, naranja, salvo que su fin sea llamar la atención.



- No es bueno componer con colores abigarrados, basta con 2 colores base: uno cálido y otro frío, uno más violento; los otros colores serán disminuidos, y se animarán con el contraste de los colores base.

11.4.1 Clasificación del color

De los 7 colores que atraviesan el prisma. 3 son primarios o fundamentales y son: amarillo, rojo y azul, y mediante una mezcla apropiada reconstruyen a los demás.

La mezcla de 2 colores primarios constituye un color binario.

Además los colores pueden descomponerse o combinarse por síntesis subtractiva y síntesis aditiva.

- La síntesis subtractiva, entre la mezcla de 3 pigmentos de colores primarios no subsisten a los rayos luminosos de ningún color, constituye teóricamente el negro (colores

pigmento).

- Síntesis aditiva, se suman variaciones para obtener un espectro más intenso. (colores luz). La percepción del color está asociada con la luz y con el modo en que ésta se refleja.



Las síntesis representan un importante papel para la reproducción de los colores en las artes gráficas, la fotografía en la T.V.

La elección de los colores que convienen en cada caso y la yuxtaposición de los mismos obedecen no solamente a consideraciones estéticas, sino también a reglas físicas, fisiológicas, psicológicas etc.



Existen también colores fríos como el azul y el verde, y son los de menor longitud de onda y surten efectos sedativos, mientras que los colores cálidos, en los que denominan en rojo y el amarillo y ejercen una acción excitante.

11.4.2 Propiedades del color

Las propiedades más importantes del color son:

Matiz: Calidad que permite que los colores se distingan entre sí, es función de longitud de onda.

Brillantez o

Claridad: Característica de intensidad varía de claro a oscuro, de brillante a tenue.

Saturación: Es la pureza e intensidad del

matiz.

Viveza: Cualidad, entendida como térmica en la que el rojo y el amarillo son cálidos, mientras el verde y el azul son fríos.

Dureza: Es una especie de cualidad táctil por la cual el rojo, el blanco y el amarillo son duros y el azul y negro son blandos.

Tono afectivo: Lo atractivo o inatractivo, como lo placentero o displacentero de un color.

Grandiosidad: Cualidad de estímulo, mas que una cualidad perceptual.

Área: Las superficies que se ven verdes o azules son mayores que las que se ven rojas o amarillas.

Localización: El rojo y amarillo dan la impresión de estar cerca, el azul y verde lejos.

Transparencia: Capacidad de revelar u ocultar lo que está detrás o más allá.

Forma: Los colores dependen de la forma del objeto.

Las diferencias de luminosidad son más fuertes que los de tonalidad, como usando naranja clara destacará más que un rojo, o azul oscuro.



11.4.3 Efectos del color

La impresión de color se puede dividir en: plasta (color sólido o directo), trama directa

o uniforme (Separación de color), y trama desvanecida, (fotografía, selección).

El color plasta se usa para reproducir negativos de línea o medio tono. Cada color necesitará una lámina de impresión: por lo que más caro será el trabajo entre más colores lleve.



- Pero utilizando un solo color puede tener una gran variedad de efectos, imprimirse al 100% y tomarse con pantallas al 5% al 95%, y se puede imprimir como plasta rebasada dejando la figura en el color del papel. Cuando se usa pantalla o se use como plasta, con textos colados se debe cuidar la tipografía sea de gran tamaño o bold para evitar distorsión y el color debe ser oscuro, si el papel es blanco, para lograr un buen contraste.
- Usando varios colores, aquí el diseño será más variado, ya que de 2 colores se pueden mezclar y usarse individualmente, y hasta en porcentajes para lograr un rango de tonos. Es posible usar un número ilimitado de colores, pero generalmente cuatro es el máximo.

- Graphic Design

- Principios de Emulación

Waddstock NY

S. Howard Bartley

The Overlook Press

Editorial Brillar

Glaser Milton

11.5 Folleto

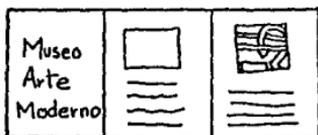
Es una hoja doblada en tres o dos partes, (que su medida puede variar), en la que la primera página aparece la portada que deberá ser llamativa; y en la segunda y tercera se presenta la información que dependiendo del cliente será vasta o concisa y con especificaciones, y en la cuarta página se utiliza para anuncios, ilustraciones o información según sea el caso.

Para llegar al folleto final primero deberá tener la aprobación del cliente, después de que él mismo haya tenido la posibilidad de tener algunas opciones y dummies de otros folletos, sin olvidar la sugerencia y ayuda del diseñador.



La elaboración de un folleto depende de muchos factores (especificaciones) que no podrán depender siempre del diseñador, como serán costos, métodos, limitaciones etc. pero una vez estudiadas estas especificaciones, el papel de diseñador será el de comunicar con creatividad y novedad, y con la técnica más apropiada el mensaje que el cliente quiera dar; escogiendo, el mejor sistema de impresión y el tamaño adecuado para el desperdicio de papel sea razonable.

la ventaja del folleto sobre el cartel es que el folleto se lleva a donde uno quiera y lo puede ver las veces que una desee. la desventaja es que requiere de un lugar en donde se pongan, o gente que los reparta.



Técnicas de impresión

Imprimir o estampar, tinta sobre papel para cierta variedad de fines, se lleva a cabo valiéndose de varios procesos diferentes.

A continuación los más indicados.

12.1 Tipografía

Procedimiento de impresión con formas que contienen, en relieve, los tipos y grabados y que, una vez entintadas, se aplican a presión sobre el papel.

En la impresión por tipografía se distinguen las siguientes operaciones:

Composición, manual o mecánica y tirada de pruebas de la misma destinadas a la corrección; obtención de los clises por fotograbado, compaginación o sea formación de cada página con los títulos, las líneas de texto, los grabados y los blancos; imposición de la forma tirada de nuevas pruebas, última corrección y arreglo de la forma, regulación del entintado impresión de los pliegos.



12.2 Serigrafía

Procedimiento de impresión sobre muy variadas materias, que también se emplea para el estampado de tejidos.

La serigrafía no es sino una aplicación de la técnica del estarcido.

El motivo que se ha de imprimir o estampar se reproduce primeramente en un tejido de seda o nylon o una tela metálica fina tendidos en un marco.



(bastidor o cernedor) de modo que las mallas correspondientes a los detalles del dibujo queden libres, mientras que las restantes se obturan con cola. Para efectuar la impresión se aplica la tela sobre la superficie que se a de decorar y se vierte la tinta en el bastidor, la cual, al ser extendida, pasa por las mallas y queda aplicada en el objeto.

Este procedimiento que fue al principio un método rudimentario, ha tomado bastante extensión y se aplica hoy con máquinas automáticas a la decoración de muchos productos industriales: papeles pintados, vajillas baldosas y otras labores de cerámica, madera y materias plásticas etc.

12.3 Litografía

Arte de reproducir, mediante impresión los dibujos trazados con un cuerpo graso sobre una piedra calcárea.

El clisé o plancha utilizado en litografía es una piedra litográfica porosa, aunque de grano muy fino, en cuya superficie se trazan las letras o dibujos con lápiz o tinta litográfica.



A continuación se trata la superficie de la piedra con una disolución acuosa de goma arábiga acidulada con ácido nítrico, que favorece la retención de la humedad. La piedra tiene entonces la propiedad de absorber el agua en las partes vírgenes y la tinta en las partes dibujadas, así manteniéndola húmeda, los rodillos solamente entintan los trazos grasos.

En los métodos indirectos o de reporte, el dibujo o texto es preparado sobre otro soporte y se traslada a la piedra fotomecánicamente o por medio de papeles especiales.

El reporte es útil cuando se han de multiplicar las piedras litográficas de un mismo dibujo para obtener tiradas importantes. La piedra litográfica puede ser reemplazada por un plancha metálica, cuya técnica constituye la metalografía.

El procedimiento de impresión offset, es uno de los más importantes en la actualidad, es en cierto modo una variante fotomecánica de la técnica litográfica.

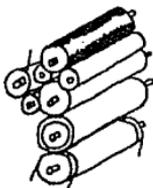
Las prensas para la impresión litográfica difieren poco de la prensas tipográficas.



12.4 Offset

Procedimiento de impresión derivada de la litografía, en el cual la plancha entintada imprime un cilindro de caucho que trasfiere la impresión al papel. (planchas de cinc, aluminio o biometálicas).

Las planchas para impresión offset llevan las letras y la figuras grabadas positivamente al revés de los de los sistemas de impresión cuyas formas son invertidas (la derecha se halla a la izquierda).



La plancha es arrollada sobre un cilindro de la máquina de imprimir y por medio de rodillos interpuestos, es sucesivamente mojada con agua y entintada. Así la plancha solamente toma tinta en las partes impresoras.

Las máquinas para tirar en varios colores tienen alrededor del cilindro portaplancha, otros tantos tinteros y sistemas dadores como tintas se han de imprimir.

El procedimiento offset tiene las siguientes ventajas.

- Comodidad para la preparación y montaje de los clisés.
- Posibilidad de obtener excelentes impresiones sobre papeles de no muy buena calidad (ya que el rodillo de caucho se deforma y se aplica la

tinta en las depresiones, cosa que no puede hacer una forma o plancha metálica).



- Gran rapidez en razón del funcionamiento rotativo de las máquinas que permiten tirar a varias tintas en pliegos muy grandes y en papel de bobina.

Papel offset, no muy liso propio para la impresión del procedimiento offset.

12.5 Material

Papel

12.5.1 Definición

Hoja delgada y lisa, preparada con fibras vegetales. Químicamente está constituido por celulosa impura, substancia que forma el armazón de las plantas, y que se halla en las células de los tejidos vegetales.

Las celulosas varían mucho, según su procedencia, en sus propiedades químicas y físicas, diferencias que se tienen muy en cuenta en la fabricación de papel para que éste tenga determinadas cualidades.

Se emplean fibras de algodón y de lino en forma de desperdicios, trozos o papeles viejos etc.

La mayor parte del papel se prepara con pasta de celulosa procedente de la madera, sobre todo de coníferas, que se divide en trazos y se hierve en sosa cáustica o sulfato sódico, en bisulfitos de calcio y magnesio, y luego se blanquea. En el procedimiento de fabricación de papel a mano se obtienen hojas sueltas de determinadas dimensiones.

Existen varias clases de papel, con diferentes cualidades: ejemplo. heliográfico, kraft, de lija, marquilla, metalizado, mineral, pintado, de seda, secante etc.

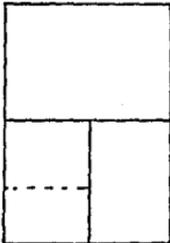


Papel de impresión

Papel hecho con pasta de calidad mediana o superior, especialmente destinada para ser impresa.

Para tiradas muy importantes se extiende el uso de papel continuo en bobinas, para las máquinas planas o planocilíndricas.

Existen formatos que pudieramos llamar, normalizados, aún cuando sus dimensiones, fundadas exclusivamente en la tradición, son poco racionales. A continuación algunas de entre las más corrientes.

	Designación	Dimensiones en cm.
	• Gran cicero	110 X 77
	• Cicero	100 X 70
	• Doble marca mayor	90 X 65
	• Doble marca mayor	88 X 64
	• Doble coquille	88 X 56
	• Gran cicero	77 X 55
	• Cicero	70 X 50
	• Marca mayor	68 X 47
	• Marca mayor	65 X 45
	• Marca mayor	64 X 44
	• Coquille	56 X 44
	• Marquilla	53 X 37
	• Folio prolongado	47 X 34
	• Folio regular	45 X 32

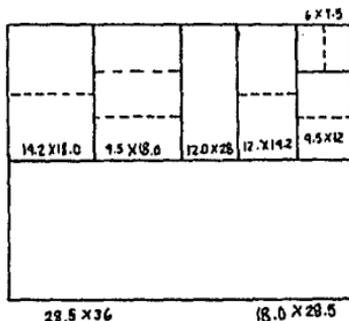
(observese que con un mismo nombre pueden designarse varios formatos diferentes, lo cual obliga a precisar las dimensiones).

Otra característica del papel es su espesor o cuerpo, llamado gramaje porque se expresa en gramos de peso por metro cuadrado de papel y así un pliego de 100 X 70 y de gramaje 90 pesa 63 g.

La unidad empleada para empaquetar el papel es la RESMA, la cual consta de 500 pliegos.

Las hojas más delgadas de papel se emplean para folletos, libros, papel membretado e impresos.

Este es un ejemplo de 8 tamaños prácticos cortados de hoja de 57 X 72 cm. →

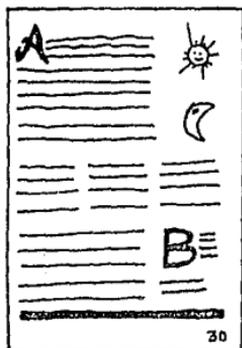


- Manual de las Artes Gráficas
Randolph March

12.6 Diseño Editorial

Es una parte extensa e importante del diseño gráfico, su función es poner en práctica todos los factores necesarios, para la facilitación de la lectura y la capacitación del mensaje al lector.

Las palabras e imágenes deben interrelacionarse estrechamente de tal manera que no se contrapongan, ni sean apreciadas como partes independientes, sino como elementos que dan sentido a una unidad total, cumpliendo un objetivo común: Hacer más accesible un mensaje.



El diseño editorial encuentra en otras áreas apoyos indispensables para su óptimo funcionamiento, como lo es la publicidad, mercadotecnia etc. intervienen de manera definitiva en el proceso de la elaboración y comercialización de un libro, un periódico, una revista o cualquier otro tipo de adición.

El diseño editorial es una especie de arte aplicado pero sería absurdo interponer la emocionalidad del diseñador a la funcionalidad de trabajo.

En el diseño editorial pretendemos tener una lista de necesidades objetivas y deseos del lector, del diseñador etc. valorarlos y

procurar tenerlos a la vista a lo largo del trabajo.



12.6.1 Formato

Se refiere a las dimensiones finales reales de un impreso.

Esta es una decisión que debe tomarse no sólo considerando lo agradable que sea una proporción determinada, sino también tomando en cuenta la medida del papel que se desea.

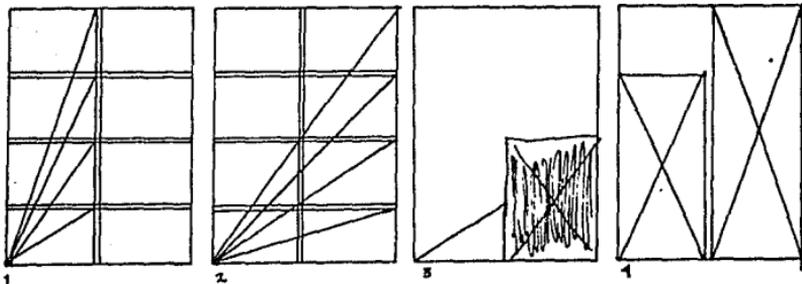


Para poder dar una medida a nuestro diseño editorial se deberá tomaren consideración las diferentes alternativas en cuanto al tamaño en que se fabrican los pliegos de papel. En el mercado existen medidas estándares, pero cuando requerimos un formato especial es posible fabricarlo, siempre y cuando el volumen lo amerite.

4 Formatos diferentes en una retícula de 8 campos.

La mayor parte del material impreso se adapta a los formatos normalizados DIN.

El diseñador hará bien en servirse de estos utilizados formatos de papel.



12.6.2 Margen

Se llama margen a cada uno de los cuatro espacios que quedan en blanco a los lados de la página impresa y a los cuales se dan los nombres de margen de cabeza (superior) falda o margen de pie (inferior) margen de lomo y margen de corte.

La mancha siempre queda rodeada de una zona de blancos, por un lado por motivos técnicos como por el ejemplo: el corte de las páginas varía normalmente entre 1 y 3 mm. y a veces hasta 5 mm.

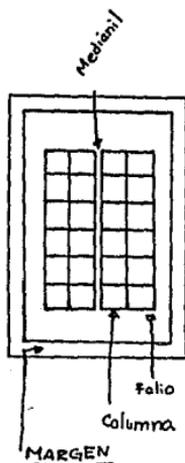
Por otra parte por motivos estéticos, unos blancos bien proporcionados pueden acrecentar el goce de leer.

Si el margen es pequeño, la impresión puede estar en peligro de ser cortada.

Un blanco grande corresponde también a una necesidad técnica.

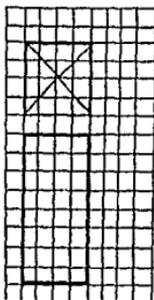
Una relación armónica y proporcionada un efecto agradable y tranquilizador.

De los márgenes y sus proporciones, la relación entre ellos, puede tener una marcada influencia en la impresión óptica dada por una página.



12.6.3 Reticula

Es un principio de organización que permite la concepción y configuración de las soluciones visuales de los problemas de diseño de la forma más segura y rápida.



La reticula es importante para mantener un orden en una página la cual junto con todo el conjunto forman un libro, revista, boletín etc.

con diseño y buena disposición en el manejo de los elementos de diseño.

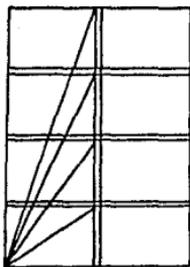
Puede atraer más fácilmente al lector, una información de títulos, subtítulos, imágenes y textos de las imágenes con lógica y claridad, se leen con mayor rapidez, menor esfuerzo y se entienden mejor además de retenerse más en la memoria.

Funciones

Ayuda a establecer orden y claridad, objetividad y disciplina en los procesos mentales. Penetrar hacia lo esencial y la racionalización de los procesos creativos y tecnoproductivos. Integración de elementos formales y cromáticos y materiales con el dominio de la superficie y el espacio.

Reticula Tipográfica

- A) Campos: la superficie de la retícula se divide en campos o espacios más reducidos a modo de reja, pueden tener las mismas dimensiones o no. la altura y el ancho se dividen con medidas tipográficas, con puntos, y ciceros o cuadratinos.

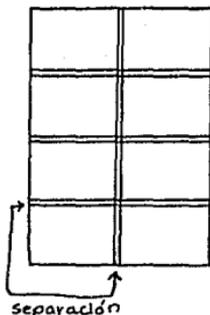


Reticula de
8 campos .

12.6.4 Separación de campos

Se hace con objeto de que las imágenes no se toquen y se conserven la legibilidad o que puedan colocarse explicaciones bajo las ilustraciones.

La distancia entre los campos es de 10 ó más líneas. La distribución horizontal es de acuerdo al tamaño de los tipos de letra en cuadratines.



Al ordenarse los elementos tipográficos, ilustrativos, etc. en la parcelación de los campos reticulares, se adaptan su magnitud. La ilustración más pequeña corresponde al campo reticular más pequeño en lo largo o ancho, teniendo dimensiones de 1, 2, 3, ó más campos reticulares.

Así se consigue una unidad en la presentación de las informaciones visuales. A cada problema corresponde una red, de divisiones específicas, para que el mensaje sea leído con mayor rapidez y menor esfuerzo, se entienda mejor y se retenga con más facilidad en la memoria.

12.6.5 Columnas; anchura

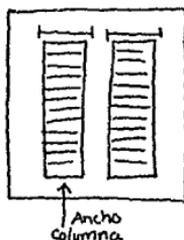
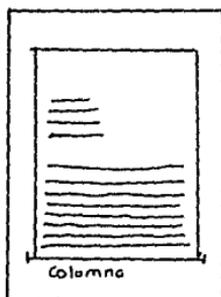
La anchura de la columna es problema de legibilidad, la cual depende también del tamaño y del tipo de letra, y la longitud del interlineado entre líneas; el material impreso en formato normal (tamaño carta) se lee habitualmente a una distancia de 30 a 35 cm. letras muy grandes o pequeñas se leen con esfuerzo y es cansado.

La anchura se mide en picas y cuadratines; cuando es ella mayor es el número de caracteres que caben en la línea, a efectos de legibilidad una regla aceptable es no componer a una medida en picas mayor al doble del cuerpo en puntos. (8 puntos no mayor de 16). El cuerpo puede componerse en cualquier forma, ya sea circular o a lo largo de un controno irregular, la anchura tiene que ser adecuada al tamaño del cuerpo de la letra, ya que las columnas demasiado anchas cansan al ojo resultan psicológicamente negativas y las demasiado estrechas interrumpen el flujo de la lectura y cansan.

En ambos casos se disminuye la capacitación de retener lo leído, una anchura favorable, cuando el texto es largo, es más o menos de 10 palabras por línea, los tipos de 20 puntos requieren de una anchura de columna

relativamente grande y los de 8 menor, si el título es de 20 puntos y el texto de 8 se deben adecuar a la de 8 puntos.

Cuando se utilizan tipos grandes en columnas anchas, los márgenes no deben de ser tan pequeños porque se produce la impresión de que las letras se acercan demasiado al margen y se fuerza el espacio disponible.



12.6.6 Interlineado

interlinea → ABCDEFGHI
JKLMNOPQ
RSTUVWXYZ
12345678910

Se le denomina así a la separación entre líneas, no modifica al cuerpo ni alarga las líneas, la expresión 8/9 significa que se compone de un cuerpo de 8 y un interlineado de un punto; o sea que la distancia de una línea de base a otra es de 9 puntos.

En interlineado es ideal para una lectura fácil, cuando las líneas del texto están muy próximas entre sí, se obliga al ojo a la lectura simultánea de párrafos vecinos y perjudica el ritmo de lectura, cuando éste es sucesivo, cuesta trabajo encontrar la unión con la línea siguiente y se genera inseguridad y cansancio, un buen interlineado en cambio se recibe y se conserva más fácilmente.

El interlineado modifica el tono de la mancha de texto a mayor interlineado más clara es la mancha. El interlineado tiene una influencia decisiva en el ancho de columna, los textos largos deberán de tener un interlineado relativamente grandes, estar separados por las señales de párrafo o mediante una línea blanca que lo anteceda una primera línea de entrada, una inicial o una resalita. El interlineado es la distancia vertical de línea a línea, adaptada al tamaño de la letra.

12.6.7 Descripción de los originales mecánicos

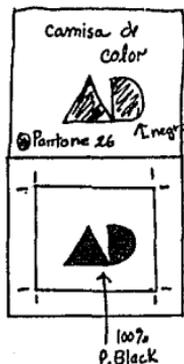
El diseñador vierte sus ideas en un papel; el impresor las transfiere a un metal o a una película. El proceso por el cual un diseño se convierte en impreso, no importa al usuario final, pero para el diseñador gráfico esto es crucial, porque es el proceso de impresión el que lo guía para elegir la tipografía, las ilustraciones y el papel, e incluso la forma de preparar sus originales mecánicos.

Así que, entre más sepa el diseñador acerca de los procesos de impresión, mejor control tendrá sobre el costo y la calidad de su trabajo.

Para el impresor, todo aquello que va a imprimirse: tipografía, fotografías, ilustraciones, etc., se debe dividir en dos categorías: originales de línea y de tono continuo.

Los originales de línea son aquellos en los que la imagen está hecha de negro sólido, sin graduación de tonalidades como: líneas, puntos, masas sólidas, etc.

Este original se fotografía con una película de alto contraste, que sólo capta lo blanco y lo negro. Los originales de tono continuo son aquellos en los que la imagen tiene diferentes tonalidades desde el blanco hasta



el negro, como fotografía o dibujo, se puede ver que los diferentes tonos se mezclan entre sí; como es imposible reproducir estos tonos así, ya que una prensa sólo puede imprimir tonos sólidos, el tono continuo se debe convertir a línea. Esto se hace fotografiando el original con una pantalla intermedia y así se convierte éste en original de medio tono, es decir que el tono continuo es reducido a cientos de puntos de diferentes tamaños que al ser impresos dan la ilusión de tono continuo.

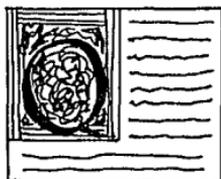
Las pantallas se miden en líneas por pulgadas; entre más líneas, el punto será más fino y la calidad será mejor.

La medida de la pantalla está determinada por el tipo de papel a usarse, el proceso de impresión y las tintas.

- Secretos de Estudio para el Artista Gráfico
Herman Rube
Buchan Jack
Madrid 1988

12.7 Tipografía

Diseñar para la imprenta es uno de los desafíos más estimulantes que puede afrontar un diseñador. Sin embargo hay que considerar varios problemas fundamentales: los dos más importantes son la anchura variable de los caracteres alfabéticos y la dificultad del espaciado de palabras. Si no se entienden bien ambos problemas, el producto final puede fallar tanto en lo que se refiere a atractivo como a legibilidad. El problema de los caracteres alfabéticos es que su anchura varía según como se produzcan.



La mayoría de las máquinas de escribir al componer tipos emplean un sistema de nueve anchuras diferentes, para asegurar un espaciado ópticamente uniforme entre las palabras. A su vez el espaciado de palabras presenta problemas semejantes, que tienen un origen bastante antiguo, ya que la costumbre de variar el espacio entre palabras es muy anterior a la invención de la imprenta.

En la época medieval, los escribas trataban de que las páginas contiguas de sus libros tuvieran un aspecto simétrico. Esto les hizo insistir en que el margen derecho estuviera alineado verticalmente, lo cual sólo se podía hacer abreviando muchas palabras. Para

solucionar esto se inventaron numerosos signos, llamados contracciones, que se empleaban para sustituir a las palabras más frecuentemente abreviadas, pero pronto se abandonó el empleo de contradicciones, sin embargo el alineamiento del margen era necesario para el proceso de impresión de textos.

En la tipografía, las letras se mantienen bajo tensión dentro de un marco rígido rectangular llamado forma. Para conseguir esto basta con un sistema de cuatro anchuras diferentes para los espacios.



Cuando se componen los tipos con el margen derecho alineado verticalmente, esto se consigue distribuyendo cantidades aproximadamente iguales de espacio entre cada palabra de la línea.

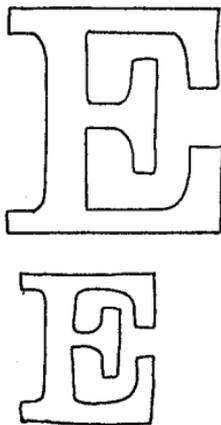
A este proceso se le llama composición justificada.

En terminos estrictos se trata del proceso de asegurar que todas las líneas de una página tengan la misma longitud.

Manual para Diseñadores Gráficos
Celeste Editores

12.7.1 Tamaño de los tipos

En los tipos la parte que se usa para imprimir está en relieve. cuando los tipos se fundían a manos a esos instrumentos se les denominaba contraquenzones aún se usaba la palabra contra para describir la parte en blanco, tanto si este se hacía en metal fundido o en cualquier otra forma de composición. El tamaño del pinto se mide en puntos o en milímetros.



El cálculo se hace referente a la pieza de metal en la que se apoya el caracter. Dentro de esta dimensión la naturaleza del diseño puede variar considerablemente.

De los dos sistemas de medida el más antiguo es el de puntos. Antes de su introducción en Francia cada tipógrafo podía escoger el tamaño que más le gustase personalmente. Para acabar con una confusión se ideó el sistema de puntos. Se basa en la división de la bulgada (o un equivalente anterior al sistema métrico en 72 subdivisiones).

En los estados unidos el sistema de puntos angloamericanos es universal, en Inglaterra recién tomaron el sistema métrico decimal.

En europa coexiste este, y el sistema de puntos. El punto europeo es un poco mayor que el angloamericano. Los diseñadores

tipográficos pueden adoptar un sistema de medición basado en el sistema decimal básicamente la elección depende del sistema de medición adoptado por las compañías que intervienen en la producción. En el sistema angloamericano hay otro término que se emplea para medir la pica o pica. Una pica tiene doce puntos y se usa para medir la longitud de las líneas (ya que los puntos no son prácticos para esto).

El equivalente europeo es el Didot (debe su nombre al tipógrafo Firmin Didot.

En Francia y Alemania el equivalente de la pica es el cicero; en Italia la riga y en Holanda el augustijn. Entre ambos sistemas no existe relación, ni entre el sistema didot y el métrico decimal.

E E
E E

Todo buen tipo debe dar un buen aspecto en conjunto y ha de tener espacio blanco abundante no sólo entre letras y líneas, sino también entre una letra y otra.

12.7.2 Partes de los tipos

- Ojo

El carácter o letra fundido en relieve en la parte alta.

- Profundidad U Hondura

La parte sumida dentro del ojo y alrededor del

mismo.

- Patas

(Llamadas también costillas o grada)

Las líneas transversales de los extremos de los rasgos o trazos principales.

- Hombro o ceja

La parte del tipo por debajo de ojo, viendo hacia la cara en que está el cran o signatura.

- Alzada

La parte biselada debajo de ojo y encima del cuerpo.

- Marca del punzón

Pequeña marca redonda, a un lado del tipo hecha por el dispositivo que extrae el tipo sacándolo del molde.

- Cran o signatura

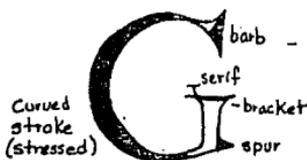
Parte o partes sumidas, transversales al cuerpo del tipo, que sirven de guía para el cajista cuando coloca los tipos en el componedor.

- Pie

2 proyecciones sobre las que se sostiene el tipo, que están separados entre si por el canal.

- Volado

Cualquier parte del ojo que sobresale del extremo del cuerpo del tipo.



12.7.3 Familias de tipos

Cada uno de los miembros que integran un familia de tipos presentan las mismas características generales de dibujo, con la diferencia de que éste puede ser:

fino, seminegro, negro, supernegro, (o extranegro) etc.

12.7.4 Fuentes de tipos

Es un surtido de caracteres que incluye: versales, minúsculas, números, fracciones y signos de puntuación llamados puntos.

ABCDEF GH - Fino
ABCDEF GH - Semifino
ABCDEF GH - negro
ABCDEF GH - condensando

12.7.5 Caracteres

Los tipos (letras o caracteres) tienen sus raíces en los del pasado, a lo largo de la historia.

Clasificación

Estilo antiguo, moderno, de transición, sin patas, gótico, manuscrito y contemporáneo.

Estilo Antiguo

ABCDE

Se refiere principalmente a Caslon y Garamond. Su masa resulta agradable, legible ya que sus caracteres son abiertos, redondos y anchos.

Moderno

ABCDE

Su principal rasgo es el extremado contraste entre líneas muy finas y perfiles muy gruesos, dando un efecto de luz y sombra las patas no son cruzadas, sino rectas y finas. ejemplo Bodoni.

De transición

ABCDE

Su principal rasgo el anillo inferior abierto de la g minúscula. ejemplo Baskerville.

ABCDE

Sin (sans serif)

Existen monofono (un solo grueso) o tienen perfiles finos y gruesos. ejemplo Vogue.

Gótico

Dibujos puramente geométricos, por lo que son

muy legibles, las versales y minúsculas redondas son circunferencias, tiene ciertos rasgos de estilo antiguo, y un estilo modernista. Ejemplo Cairo.

Manuscrito

AABBCCD

Destinados a imitar la escritura manuscrita, son fragiles y delicados aunque también los hay como el tipo Bookman, con dibujos toscos, sin adornos y de líneas muy pronunciadas.

Contemporáneos

ABCD

Son tipos variados hechos en los años treinta y cuarenta por los fabricantes de matices, especialmente hechos para libros, como la Times Roman.

CAP. XIII

Ordenamiento Metodológico

Todo ordenamiento metodológico es un proceso que parte de una situación elemental manifestada por medio de una demanda verbal, amparada por una serie de circunstancias que apoyan la realización de un objeto; por decirlo así, es la materialización de la palabra mediante una serie progresiva de codificaciones y decodificaciones para llegar al diseño de ésta tesis, nos basamos en el método Diana ya establecida toda la información de la tesis estudiada en relación con el diseño, en su aspecto analítico, intervienen 3 factores básicos a partir del usuario cuyas necesidades configuran los términos de la demanda por lo que la respuesta del diseñador para producir un objeto satisfactorio.

Las necesidades del usuario sólo se configuran en una demanda concreta cuando se puede discernir su ubicación, su destino, su economía.

- Ubicación

Corresponde a la definición del específico donde surge la necesidad. (espacio-tiempo).

- Destino

Que finalidad se persigue con la satisfacción de la demanda. (todos los aspectos de diseño como objetos satisfactorios).

- Economía

Evaluación de todos los recursos disponibles para llevarlos a cabo, por lo que engloba los recursos económicos, técnicos, materiales y humanos.



Por ello se tendrá que responder a los interrogantes " Donde ", " Para que " y " Con qué ", y a su vez dentro de estos 3 se deberán tomar en cuenta los siguientes niveles de solución: El funcional, el ambiental, el estructural, el constructivo y el expresivo.

En cuanto al orden jerárquico:



- Funcional

La solución dada entre el objeto y su uso .

- Ambiental

Problemática que plantea la relación funcional entre el objeto diseñado y su ambiente.

- Estructural

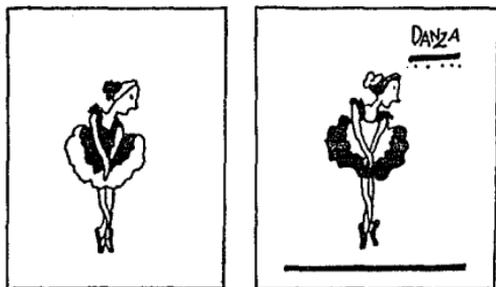
La rigidez o durabilidad del objeto en función del uso.

- Constructivo

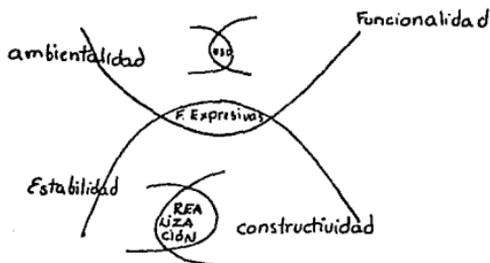
Area de problemas que surgen de los medios de producción.

- Expresivo

Aquí se ven los niveles de solución no lógicos, ni legales, sino estéticos.



Cambios estéticos



Una vez establecidos los datos y clasificaciones con miras a integrar los términos de definición de ubicación, destino y economía, se deben distinguir cuales son constantes, variables o especificaciones.

Se consideran

- (Constantes (K S)

Elementos que forman parte del objeto, y que ya están definidos.

- Variables (Vs)

Elementos que se deben diseñar y tienen una serie de alternativas de solución.

- Especificaciones (Esp.)

Son todos los términos del problema, y que forman parte fundamental de los términos de la demanda, sólo tienen carácter normativo.

- Metodología para el Diseño

Oscar Olea

Ed. Trillas

ORGANIZACION DE DATOS

Unidades Comprensivas del Planteamiento de la Demanda		Ks	Vs	Esp	U	D	E
	Cartel						
	Dirigido a toda clase de público			.			
K ₁	4 carteles diferentes para una misma exposición			.			
K ₂	Formato	.					
A	Sistema de impresión	.					
K ₂	Fotografía	.					
A	Sistema de impresión	.					
K ₃	Fotografía	.					
B	Papel	.					
K ₄	Tiraje	.					.
C	Número de tintas	.					.
D	Tipografía	.					.

ORGANIZACION DE DATOS

Unidades Comprensivas
del Planteamiento de la
Demanda

		K ₁	V ₁	Esp	U	D	E
	Un folleto			.			
	Dirigido a toda clase de público			.			
K ₁	Formato	.					
K ₂	Fotografías	.					
A	Sistemas de impresión			.	.		
B	Papel		.				
C	Número de tintas			.		.	
K ₂	Tiraje			.	.		.
D	Tipografía			.			

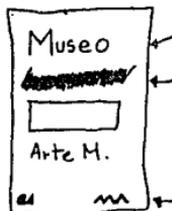
<u>Economía</u>					<u>Destino</u>					<u>Ubicación</u>					Alternativas	Diccionario
Fun	Amb	Exp	Est	Con	Fun	Amb	Exp	Est	Con	Fun	Amb	Exp	Est	Con		
			.	.	.										A	Sistema de impresión
				.											A1	Serigrafía
															A2	Offset
			.												B	Papel
															B1	Bond
			.												B2	Gouché
				.											C	Número de tintas
															C1	1 tinta
															C2	2 tintas
															C3	3 tintas
			.		.										D	Tipografía
				.											D1	Times Roman.
															D2	Helvética
															D3	Baskerville

13.1 Planteamiento del problema

Diseñar material gráfico de apoyo para la exposición permanente del Museo de Arte Moderno, de la Cd. de México que consta en la elaboración de un folleto y 4 carteles. La información realizada sobre museología es de vital importancia para conocer todo lo que hay detrás de un museo, así como sus necesidades, objetivos, funciones etc., y sin conocer todos esos aspectos, no se podría llegar a una solución adecuada del problema.

13.2 Necesidades Gráficas del Museo

Dar una imagen a carteles representativos del Museo de Arte Moderno, no es fácil ya que se requieren una serie de requisitos como:



- Una tipografía legible actualizada y que vaya de acuerdo a la grafía o al grafismo elegido.
- Líneas o colores en vivo contrastes, que causen impacto visual y vayan de acuerdo con el resto del diseño.
- Una información concisa y adecuada para que el mensaje sea aceptado por el receptor.
- Espacios equilibrados, entre diseño, tipografía información etc.
- Tamaño adecuado o standard, (según el papel y el diseño sin desperdiciar, más que lo razonable.
- Dar una imagen actual, sintetizada y moderna

del Museo, que causen impacto visual.

Esta fotocopia es el único material existente y gratuito (de la colección permanente), que el museo proporciona a sus visitantes.

Museo de Arte Moderno

Exposiciones y eventos



Felix Droese
La armonía del desorden
Dibujos, xilografías, pinturas,
grabados sobre papel y objetos
Sala Antonieta Rivas
Mercado
Hasta el 3 de enero de 1993



Terra incognita
Escultura en cerámica
Gerardo Ascóniga, Javier Marín,
Alparrá, Madrell.

Palma Torres y Marco Vargas
Sala José Juan Tablada
Hasta el 1 de noviembre

Germán Venegas
Potro de imágenes
(Título de Octavio Paz)
Galería Fernando Gamboa
Hasta el 8 de noviembre



Colección permanente

Sala
Navier
Villaurrutia



Visitas
guiadas
previa cita en
Servicios
Educativos
tel. 553 6233



Gerardo Ascóniga



Encuentros
*De la historia del arte en
el arte contemporáneo
mexicano*

Cilberto Alvarez Navarro, Arnoldo Belán, Alberto
Castro Lohere, José Carlos Lohere, Rafael Cuatrecasas,
Arnaldo Carr, Ramón de Ocampo, Lázaro
Espinoza, Fernando García Carrón, César Gu
Alfonso Coronilla, Fanny Midland, Paul Matisse,
Irvin Mooney, Roberto Farfán, Rodrigo Paredes,
Oscar Bata, Arturo Escobar, Teresa Herrera, Alberto
Vargas, Mariana Villalobos y Nahum B. Zaid.

Rueda de Prensa
martes 27 de octubre
11:30 hrs.

Preinauguración
miércoles 28 de octubre
19:30 hrs.
Comisión del Encuentro Civil de la
Comunidad de México de la
Ciudad de México
Cada
Cada cinco minutos y gratuito
Dinámico personal. \$15000 (2)
Inscribirse en el Museo de Arte Moderno

Sala Carlos Pellicar
Inauguración
29 de octubre, 19:30 hrs.

Museo de la Reforma y Gandhi, Bosque de Chapultepec, México, D.F.
Horario de visita: de martes a domingo de 10 a 17:30 hrs.



13.3 Descripción del contexto

El museo de arte moderno en la Cd. de México, ubicado en Paseo de la Reforma y Gandhi en el bosque de Chaultepec es un museo que depende del Instituto Nacional de Bellas Artes, y del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, es un museo que tiene 4 salas de exhibición, 1 galería también de exhibición, además de una tienda.

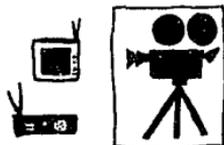
El principal objetivo del museo es el de difundir la cultura por medio del Arte, por lo que es un museo dirigido a toda clase de gente, de cualquier nivel, y cualquier edad, los artista que exhiben sus obras son en su mayoría mexicanos, aunque hay también de todo el mundo. Las Salas de exposiciones temporales, a mi parecer, tiene todo tipo de promocionales, lo que carecen las salas permanentes.



Existe una tienda donde se venden postales, carteles, libros, algunos folletos, y otros artículos, pero como lo mencionamos anteriormente la mayoría son de las exposiciones temporales, quedando un poco olvidada la sala de exposición permanente en la que existe solo un cartel de Frida Kahlo, algo viejo sin tipografía, fechas, o información, ni el nombre del museo, no hay

folletos. Hay ocasiones en las que el artista o la embajada hace un convenio con el museo y éste lleva sus folletos y carteles. El museo no tiene un departamento de impresión por lo que el INBA se encarga de lo referente a la impresión, y la Sociedad Amigos del Museo recauda dinero también para eso y otros fines. Después de haber hecho un estudio en la tienda se comprobó que los extranjeros y adultos son los que más consumen, y un aspecto importante es que los artículos que más se venden son, los carteles, postales por su bajo precio.

La impresión de los carteles que existen están hechos a color, fotografía (selección de color) lo que afirma que el museo cuenta con el presupuesto necesario para la elaboración de estos.



El museo anuncia sus exposiciones por medio de la prensa, revistas, radio, promociones con escuelas, el metro, algunas veces en la T.V., y grandes carteles fuera del museo.

En una pequeña encuesta realizada a 50 personas preguntándoles lo mismo, en un área relativamente cercana al museo, se pudieron hacer las siguientes observaciones.

De 50 personas :



- 20 Han oído hablar del museo de Arte Moderno.
 - 30 Han acudido a algún museo.
 - 42 Saben lo que es un museo.
 - 9 Han visto alguna propaganda o promocional del museo.
 - 28 Personas les gustaría ir al museo de Arte Moderno.
 - 41 Personas les gustaría ir a algún museo.
 - 17 Les interesa el Arte.
 - 14 Tienen algún concepto sobre lo que es Arte
 - 29 Les interesa conocer el Museo de Arte Moderno.
 - 17 No les importa el tema, ni ningún Museo.
 - 21 Comprarian algo en el Museo.
 - 18 Comprarian algo si el precio fuera menor de 10 Nuevos Pesos.
 - 13 Personas comprarían una postal.
 - 7 Comprarian una camiseta.
 - 27 No comprarían nada.
 - 14 Comprarian un poster
 - 7 Comprarian el libro del Museo (dependiendo el precio).
 - 26 No estaría en su presupuesto comprar el libro.
- En las siguientes preguntas contestarán :
- Que Museo es del que más han oído hablar ?.
 - Que promocionales ha visto sobre el Museo ?.

-
- En que zona de Cd. están mas Museos ?.
 - 23 Han oido hablar sobre el Centro Cultural de Arte Contemporáneo.
 - 18 Sobre el Museo de Antropología.
 - 21 Han visto anuncios en la televisión del Centro Cultural Arte Contemporáneo.
 - 10 Contestaron saber que en el centro es donde estan la mayoría de los Museos.
 - 14 Contestaron saber que en Reforma existen varios Museos.
 - 22 Contestaron no saber donde estan.
 - 26 Contestaron que en diferentes sitios.

Viendo estas respuestas nos pudimos dar una ligera idea de la situación del Museo o de los Museos en general que están algo abandonado, también pudimos ver la falta de difusión que existe y vimos algo muy claro, que el Centro Cultural Arte Contemporaneo, fue uno de los más conocidos o que la gente ha visto propaganda o han oido hablar, este hecho se debe a que la difusión que tiene es buena, ya que se anuncia en la televisión, periódico, y por medio del Cartel, esto se hace con el respaldo de que tiene mucho presupuesto para esto. De ahí que surgiera la idea del Cartel para la difusión del Museo de Arte Moderno por



las ventajas antes mencionadas por ser un medio sobre todos los demás barato, y por la eficiencia y resultados que tiene, el folleto se hizo por necesidad y pensando que al ser gratuito podría dar mucha propaganda y llegar a manos de mucha gente, más fácil que alguna otra promocional, siendo gratuito toda la gente querrá tener uno.

Por todo lo antes mencionado se descartó la idea de la elaboración de otro promocional que no fuera el Cartel o Folleto, ya que una camiseta, un encendedor o hasta un libro, podría correrse el riesgo de no tener un mercado o comprador por lo que se descartó la idea de la elaboración de estos, y como difusión es lo que necesita el Museo de Arte Moderno, se empezó por darle la difusión necesaria por medio del Cartel, y el folleto quizá en un futuro, el Museo contempla la idea o corra el riesgo de hacer otro tipo de promocionales. El Museo de Arte Moderno se alegró por el hecho de que existen otros museos, que cuentan con un poco más de presupuesto por lo que tienen más difusión, pero este museo al ser uno de los más importantes en su género carece de visitantes y gente que acuda a sus exposiciones permanentes.



13.4 Definición de objetivos

- A) Facilitar y dar a conocer la comprensión del problema a través de la museografía.
- B) Promover y Difundir la exhibición permanente del Museo de Arte Moderno. (Sala Javier Villaurrutia)
- C) Elaboración de un folleto gratuito, ilustrativo e informativo sobre dicha sala.
- D) Elaboración de 4 carteles con temas exhibidos en la Sala de Exposición permanente.
- E) Lograr que la gente conozca y visite este museo a través del material gráfico de apoyo elaborado.

13.5 Lista de requerimientos

- a) Utilizar un lenguaje sencillo y fácil de asimilar.
- b) Incluir fotografías que ilustren obras de los expositores del museo.
- c) Proponer una serie de bocetos para luego llegar a los finales y originales.

La investigación se llevó a cabo de las siguientes fuentes de información:

- Museo
- Museografía
- Cartel
- Folleto
- Color

- Impresión
- Tipografía

13.6 Organización de la información

(Variables y Constantes)

Se consideran constantes todas aquellas características que no se pueden cambiar, ya sea porque el cliente así lo requiere o porque el diseñador con su propio criterio así lo considera. Las variables son características que puedan cambiar.

- Ubicación, destino y economía de las proposiciones para determinar la demanda.

Ubicación se refiere al lograr donde estarán estos folletos y carteles; hay características que están relacionadas exclusivamente con la ubicación, como sería tamaño, papel, sistema de impresión etc.

Destino se refiere a toda persona que recibe el folleto y vea el cartel, y que tiene algo que de interés de los mismos.

Economía trata los costos para la elaboración de los carteles y el folleto.

Las especificaciones son los términos del problema que son: carteles y folleto. Dirigido a toda clase de público, etc.

- Diseño Experimental

Fowell, Dick

13.7. Etapa de Bocetaje

Para la elaboración del cartel fueron necesarias :

- 1.- El Título - que este caso fue el Museo de Arte Moderno.
- 2.- Información - Exposición Permanente.
- 3.- Fotografía o Ilustración -
- 4.- Datos o Información Necesarios - Creditos



Instituto Nacional
de
Bellas Artes

* I N B A

* Consejo Nacional para
la cultura y las Artes.



Consejo Nacional
para la
Cultura y las Artes

* Museo de Arte Moderno.

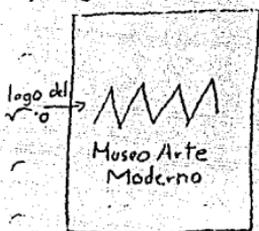


Museo de Arte Moderno

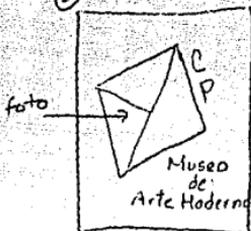
Proyectos Burdos

(Carteles)

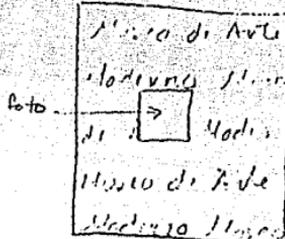
①



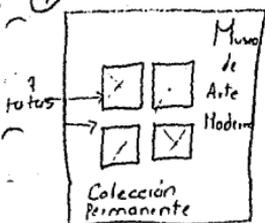
②



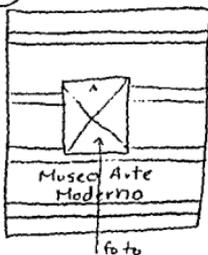
③



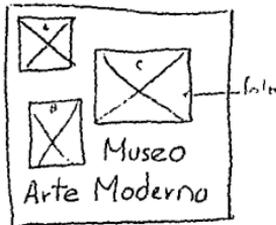
④



⑤



⑥



⑦



⑧



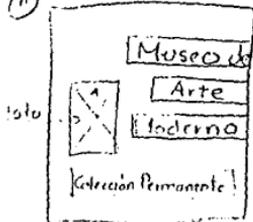
⑨



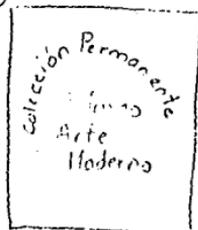
⑩



⑪



⑫



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

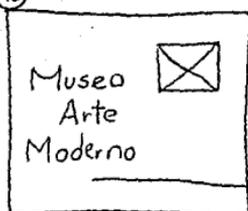
13



14



15



16



17



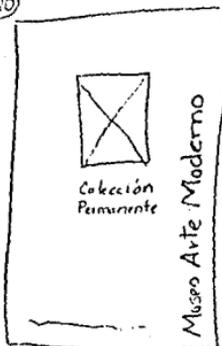
18



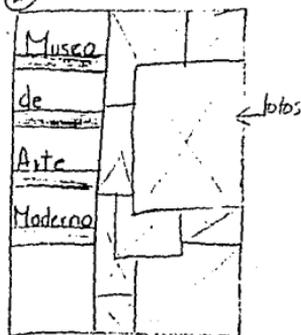
19

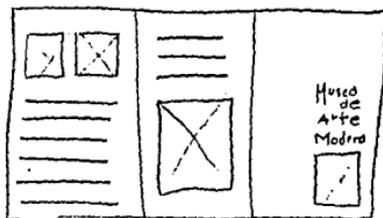
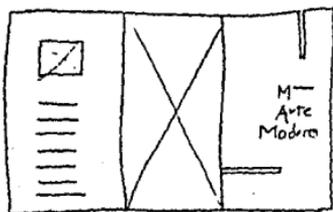
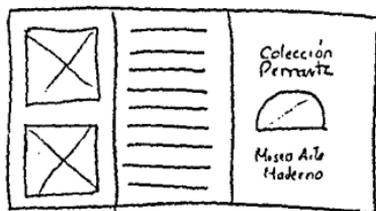
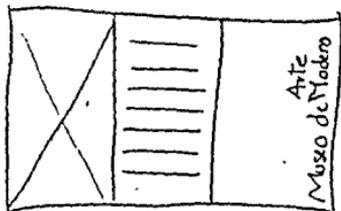
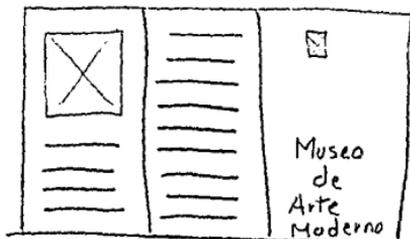
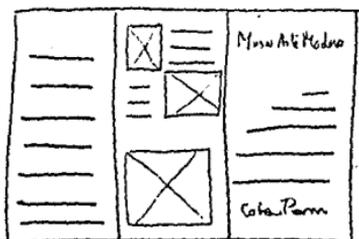
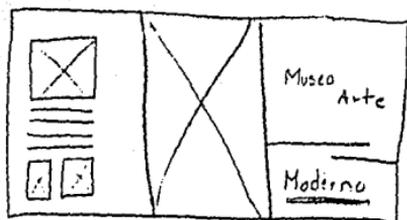
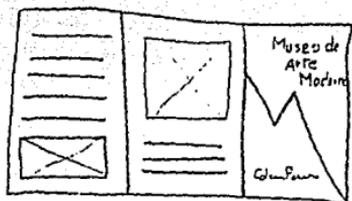


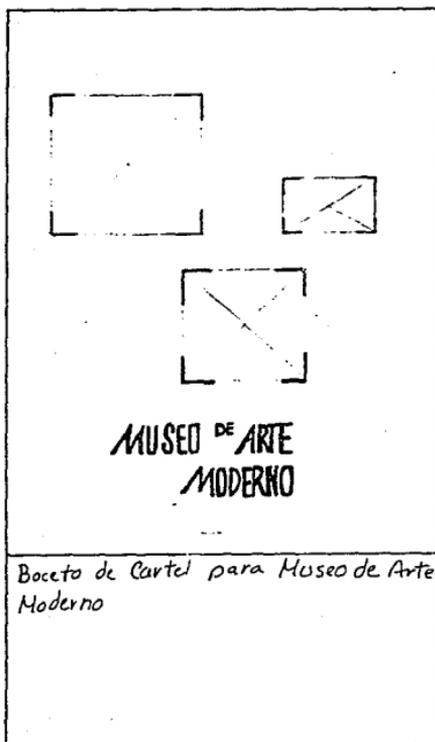
20



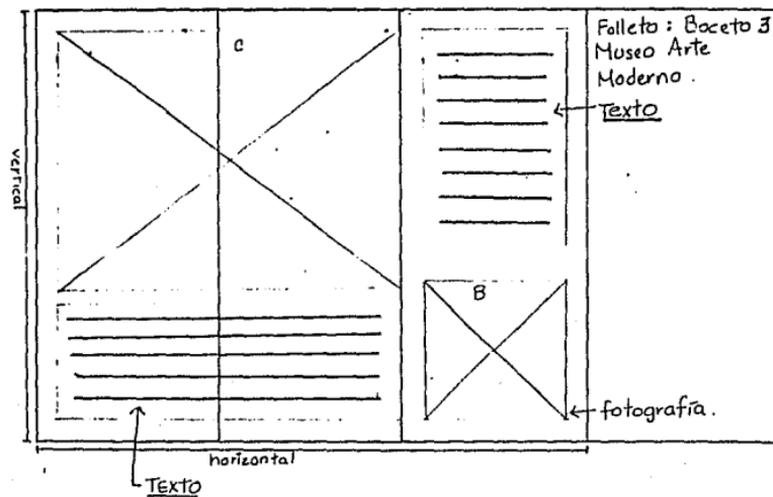
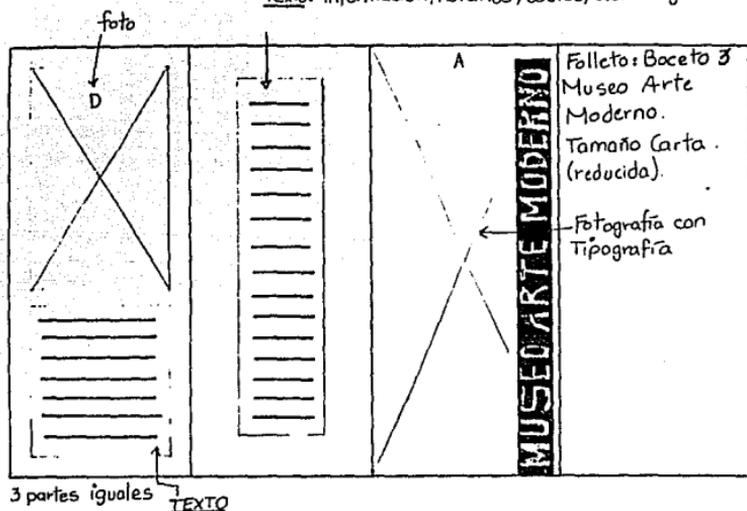
21

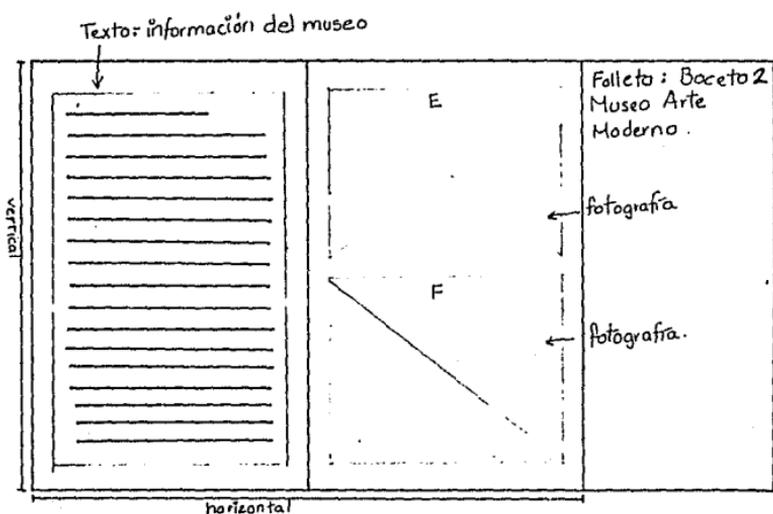
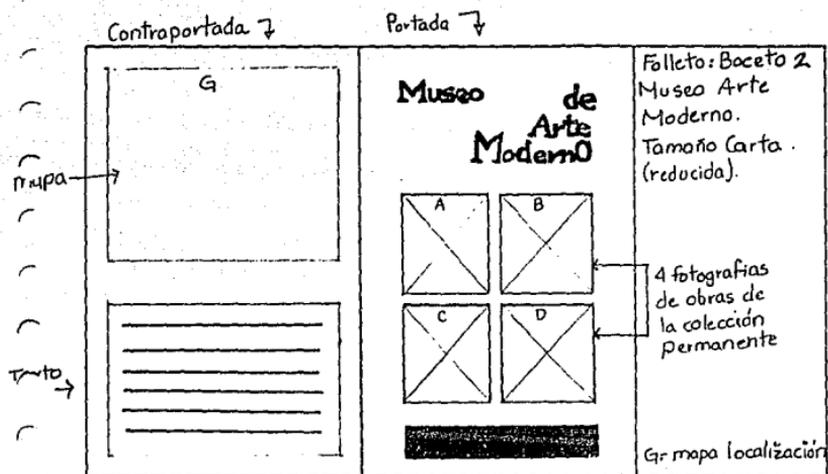




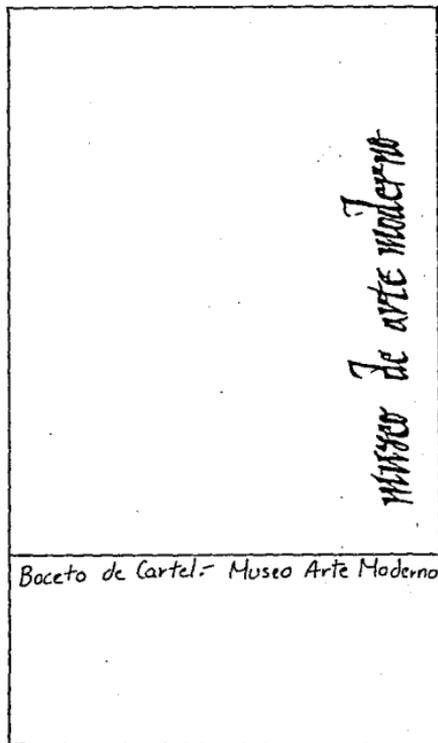


Texto información, horarios, costos, visitas guiadas











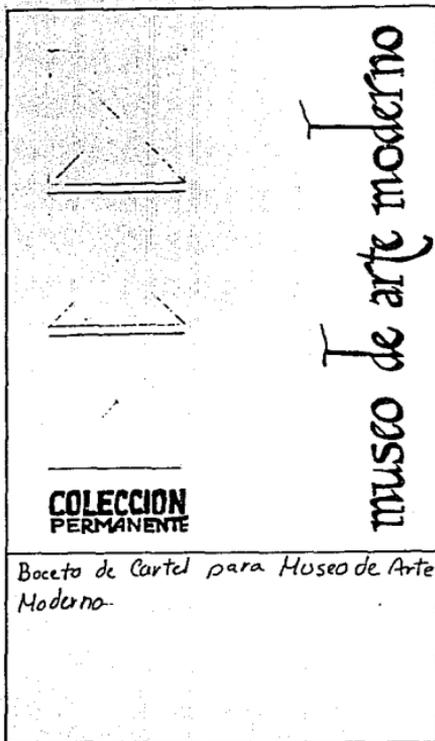
Boceto de Cartel para Museo de Arte
Moderno

MUSEO DE ARTE MODERNO

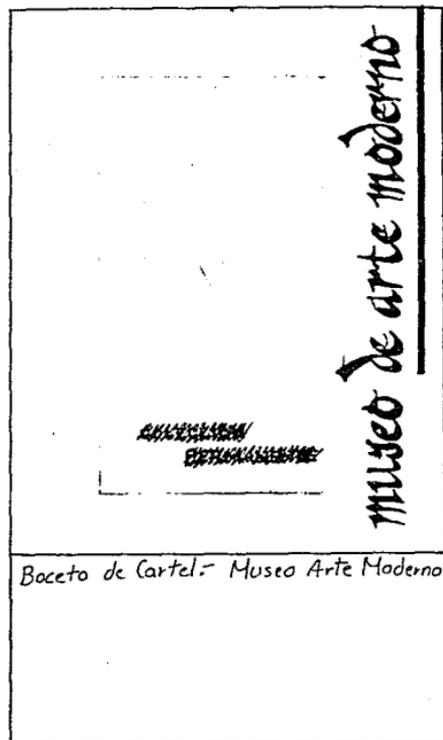
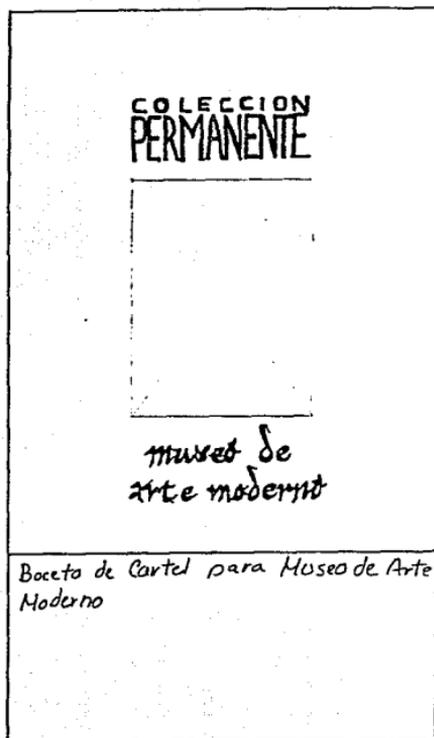


COLECCION
PERMANENTE

Boceto de Cartel - Museo Arte Moderno







museo de arte moderno

museo de arte moderno

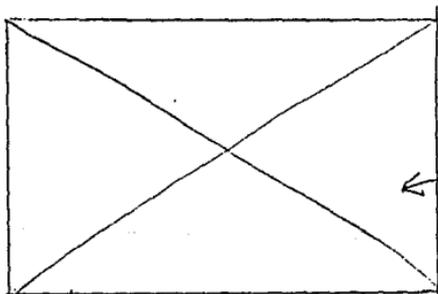
museo de arte moderno

MUSEO

DE ARTE MODERNO

museo de arte moderno

MUSEO
Arte
MODERNO



← foto

MUSEO
DE
ARTE
MODERNO

Foto
1950
Cano

e x p o s i c i o n
p e r m a n e n t e

EXPOSICION
PERMANENTE

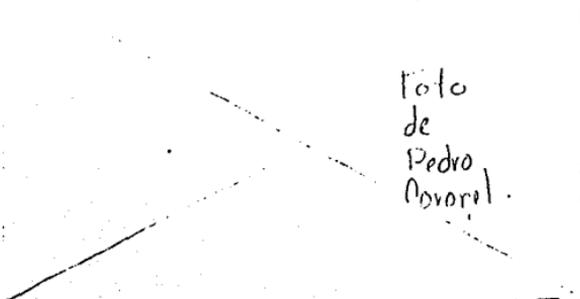
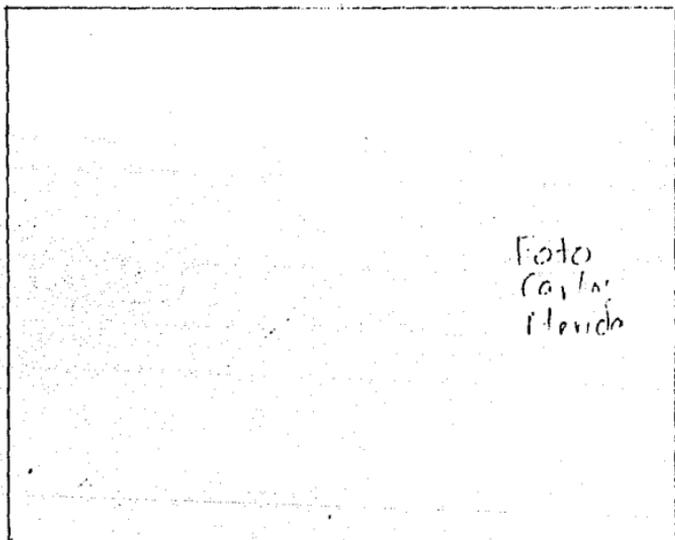


Foto
de
Pedro
Novais.

MUSEO
DE
ARTE
MODERNO

Boceto 1.º 7.

COLECCION PERMANENTE



**MUSEO
DE
ARTE**

MODERNO

INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES LINGÜÍSTICAS Y LINGÜÍSTICAS Y LINGÜÍSTICAS

INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES LINGÜÍSTICAS Y LINGÜÍSTICAS Y LINGÜÍSTICAS

INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES LINGÜÍSTICAS Y LINGÜÍSTICAS Y LINGÜÍSTICAS

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

COLECCION

PERMANENTE

1965
Honori
1965

MUSEO

ARTE

DE

MODERNO

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

EXPOSICION PERMANENTE

Foto
Javier
Felgoso

MUSEO DE ARTE MODERNO

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

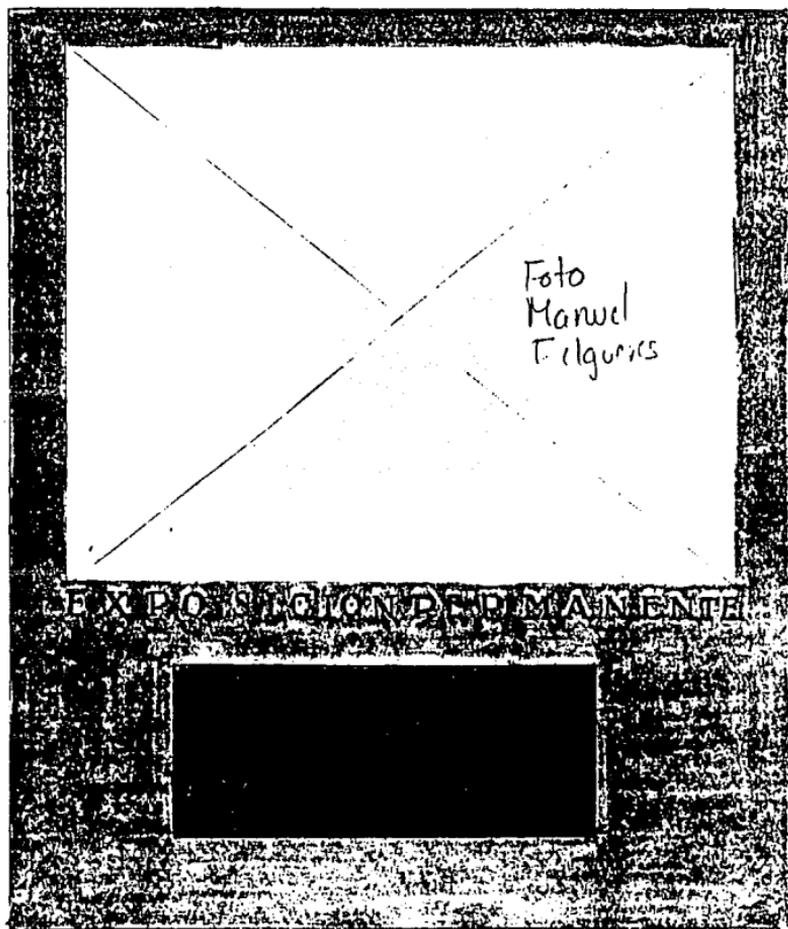
MUSEO DE ARTE MODERNO

Foto
Carlos
Méndez.

exposicion permanente

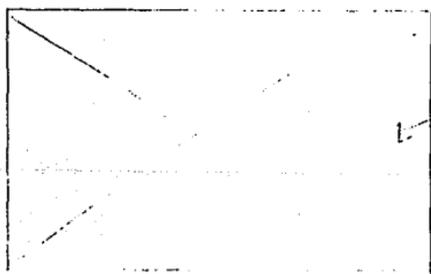
194

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Museo COLECCION MUSEO
arte arte ARTE
MODERNO moderno PERMANENTE
coleccion MUSEO MUSEO PERMANENTE
PERMANENTE arte ARTE
arte de ARTE coleccion
MUSEO MODERNO Permanente moderna
ARTE de ARTE permanen
PERMANENTE ModernO
MUSEO ARTE M

MUSEO ARTE MODERNO



← foto

Colección
permanente

**MUSEO DE
ARTE
MODERNO**

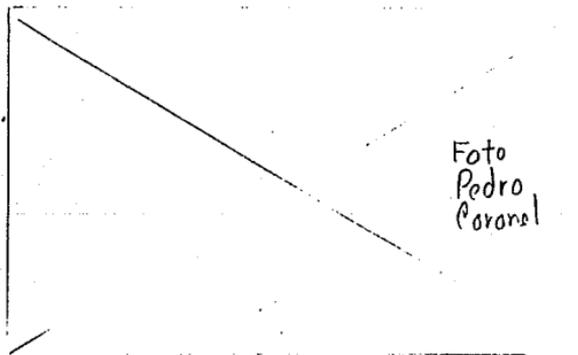
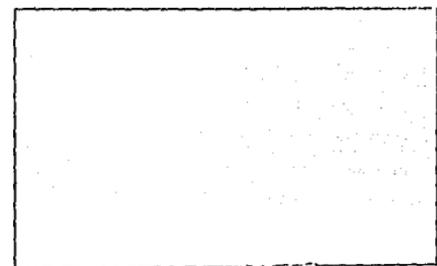


Foto
Pedro
Coronel

EXPOSICION PERMANENTE

Boceto N° 5.
Fino

exposición



permanente

museo

de

Arte

Moderno

MUSEO
DE
ARTE
MODERNO

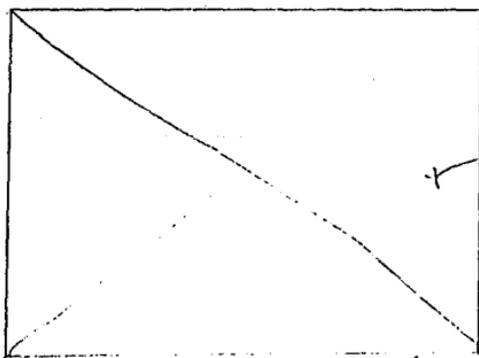
COLECCION
PERMANENTE

200

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

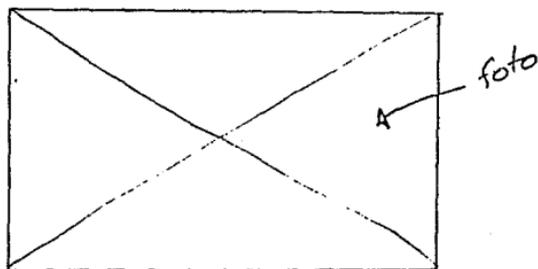
CO
LECC
IÓN

PERMANEN
TE



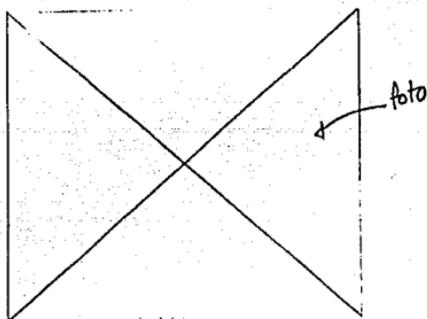
museo arte
moderno

MUSEO ARTE MODERNO



exposición permanente

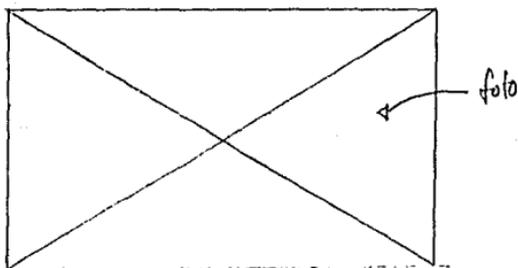
exposición



permanente

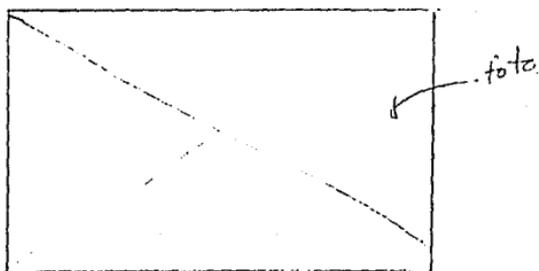
Arte museo
moderno

Museo de
Arte Moderno



Exposiciones

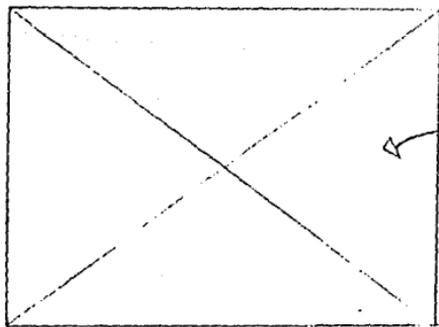
MUSEO de ARTE MODERNO



**Museo
Museo de**

**Arte
Arte
Arte**

**Moderno
Moderno
Moderno
Moderno**



← foto

A continuación breve resumen, de las obras y autores, (elegidos - para los carteles).

13.7.1 Manuel Felguérez.

Nace en Valparaíso en Zacatecas en 1928, su obra se caracterizó por su gran capacidad de integrar la pintura, la escultura, los relieves y la pintura mural.

Su interés por las series matemáticas aplicadas a la geometría, las cuales plantea como punto de partida para organizar sus composiciones derivadas de planteamientos algebraicos, que con una serie de variables van produciendo sucesivas transformaciones, incursionando en la vanguardia internacional.

- " En busca de la gaviota. "

Es una pieza subdividida en planos alternativos, superpuestos entre sí a partir de un canevas compositivo, pero observado lentamente logra unificarse con acierto por el manejo de la gama tonal y colorística, resuelto a base de policromía basada en tonos cálidos, sutilmente apagados, y cierta vibración por ligeros trazos negros que enfatizan las zonas de mayor acento visual. Este hecho puede trasladarnos a quizá el nuevo tiempo de la pintura mural mexicana.

13.7.2 Pedro Coronel.

Nace en Zacatecas en 1922, estudió en la Esmeralda, su obra pictórica está inspirada en los colores y formas del arte prehispánico aunque tiene varias etapas; naturalista estructuralista, lírica, cromática y redescubrimiento de la cosmovisión indígena. Sus creaciones escultóricas destacan entre las más sobresalientes de la plástica moderna de México y vienen a ser la más acertada. Interpretación contemporánea de la gran estaturia prehispánica.

- "En su obra el advenimiento de ella" no existe más que trazo, textura y contrapuntos cromáticos, con un alto contraste tonal. El espacio dentro del cual se yuxtaponen formas y apenas insinuadas apariciones lo ha sabido resolver incrustando variantes tonales, apenas perceptibles en sus enlazamientos o entrecruzamientos, capas superpuestas. Colores cálidos, actuando en sentido opuesto a los emanan de la naturaleza o como manchas galaxiales en un universo dentro del actual los colores cálidos actúan; dejando cierta sensación.

13.7.3 Carlos Mérida.

Nace en Guatemala en 1891, estudió en Quetzaltenango, luego fue a París en donde pintó con Van Dagen, Camarasa y Modigliani, luego se estableció en México, donde trabajó con el arquitecto Mario Pani; de sus temas el público las considera como familiares y diálogos fácilmente con el geometrismo de su alineamiento creó varias técnicas, y en numerosas ocasiones se dedicó a la creación arquitectónica, en pajaros en diálogo, confirma su gran capacidad para plasmar su arte en la técnica del tapiz, sin olvidar su característica, la cual fue realizando con lenta parsimonia, ahí se encuentra en un principio, el génesis de sus composiciones, y el proceso que lo condujo a sus conjunciones y simplificaciones matemáticas y el manejo del color como reafirmación subsecuente de los valores simbólicos.

En su interior un desfile de pequeños habitantes, casuales chaneques o enanos mayas que se entrecruzan o entrelazan con signos calendáricos tomados de las estelas de Copán o de los frisos de Palenque.

13.74 Obras Elegidas para los Carteles.



Se busco una tipografía sencilla legible y a su vez original y poco común, así se escogió la Perpetua Medium una letra algo redonda y con patines, se fue escribiendo en altas y en bajas, y en varias combinaciones hasta llegar a la elegida luego se buscaron los colores que le dieron armonía y significado a la obra en este caso fueron el negro, rojo, azul y blanco logrando completar la comunicación que la obra ya tenía.

El negro en el fondo por ser oscuro, compacto tiene carácter impenetrable, rígido y es el de menor resonancia da una impresión de distinción nobleza y elegancia, fácilmente identificable, y que combinandolo con el blanco es pureza, la tipografía de Museo de Arte Moderno se puso blanca para darle contraste, luminosidad y llamar la atención sugiere algo inaccesible e inexplicable, crea una expresión de vacío e infinito provoca un efecto refrescante, con la proximidad de la luz es algo grande que no se acaba.

luego las palabras exposición permanente se pusieron en rojo con azul con el mismo tipo de letras pero usando solo bajas y el cambio de color se dio por la armonía que con la obra tiene además de darle cierto movimiento al cartel. el rojo le da un toque de vivacidad.

fuerza masculinidad y dinamismo, es un color universal. visto a diario. Usado en la obra y obras de este autor con frecuencia además de ser cálido, ardiente vivo y desbordante de vida, lo asociamos con precaución y distrae fuertemente la atención.

El toque azul se dio para contrarrestar la atención del rojo y así tener una sensación de feminidad, fresca gravedad solemne y celestial, nos acerca al infinito, conciernè con lo espiritual y lo interior.

Así se logra dar un equilibrio entre la obra, el color y la tipografía usada.

Una vez elegidas la letra Perpetua Medium.

MUSEO DE ARTE
MODERNO EXPOSICIÓN
PERMANENT

Demasiado
Formal.

museo de arte moderno
exposición permanente

esta se
ve bien
pero es muy
igual a la
de abajo

estas 2 le daban el
carácter necesario a lo
que significan.

1) Museo de Arte Moderno

2) Museo de Arte Moderno

3) MuseO de ArtE ModernO.

Nº 4) MuseO de ArtE

ModernO

se bajó
Moderno.

Aquí
se cambió
una bajita
por una
Alta

De todas estas opciones:
- Primero se escogió en Altas y bajas
- luego se fueron desfasando
hasta llegar a la Nº 4
que se bajo moderno.
por era muy larga la información

MuseO de Arte ModernO

se editó de...
para incorporar
más arte y que
no quedara volando.

← Esta letra en blanco.
por el contraste que
haría con un fondo de color.

exposición permanente

← Esta en Rojo

exposición

← esta letra
se hizo en otro
color.

permanente

← esta letra
se hizo en azul.

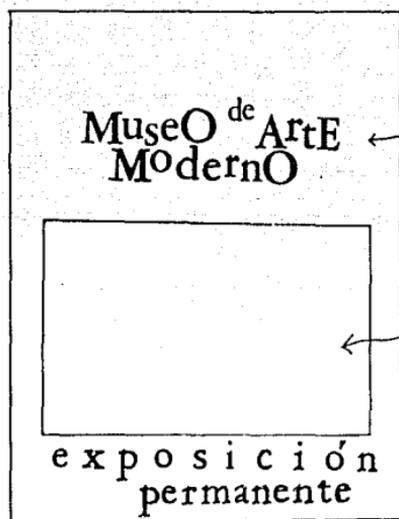
☑ azul Rey

Se le cambiaron las primeras
y las últimas letras para darle
otra opción visual y de percepción

Ya resulta la tipografía

- Solo falta ver la acomodación

Estas 2 letras
se hicieron en azul.

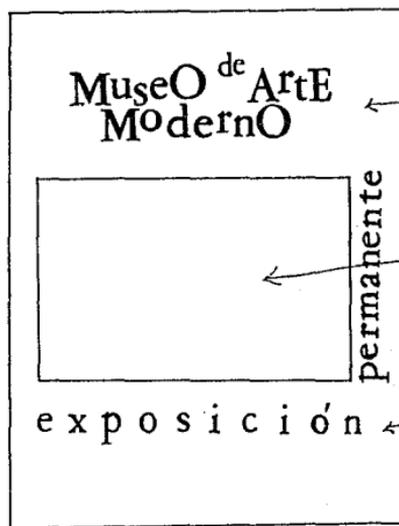


← Esto se veía muy pesado sobre la fotografía además de quitarle importancia.

← fotografía

← no se ve bien.

→ En esta opción ya no cobren los créditos



← Aquí sucedió lo mismo, por lo que se decidió cambiar este bloque hacia abajo de la foto.

← fotografía

← esta tipografía así armoniza con la foto a lado.

← no se ve mal. pero podría darse el caso de leerse antes permanente.

→ Estas letras en ~~esta~~ desorden la sensación de dividido.

→ Aquí irían los créditos



← esta colocación quedaba muy poco legible o más bien se ve mal. una tan extendidas y la otra no.

← foto

← créditos obligatorios

→ No se ve mal pero le falta espacio porque está algo reducido

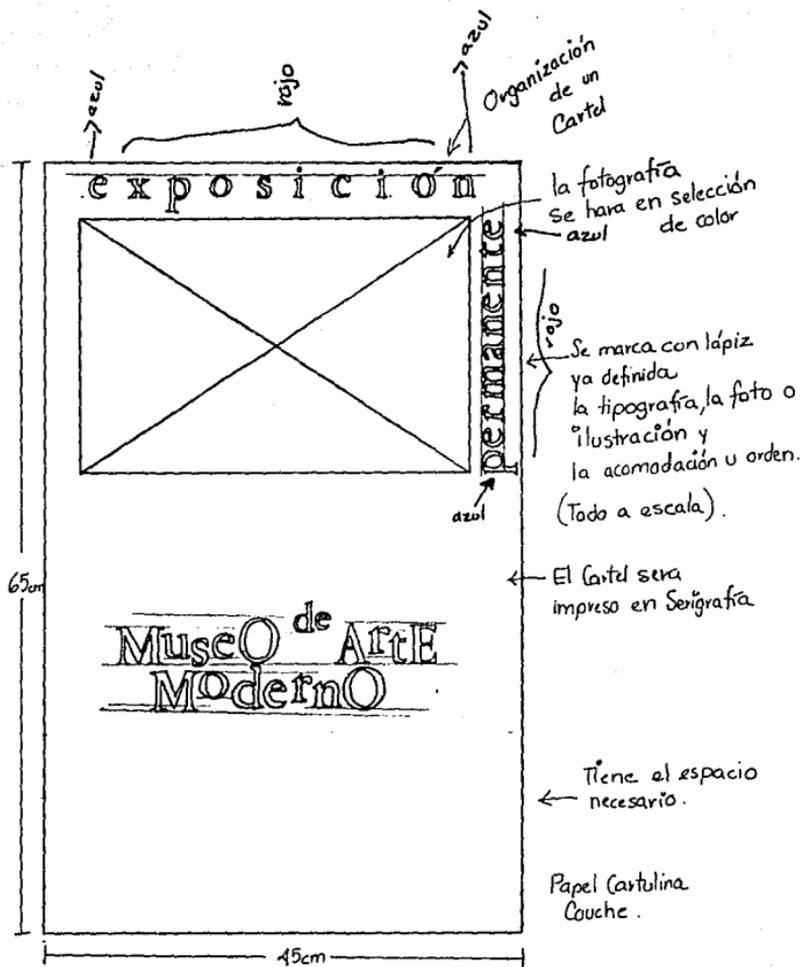


← Esta opción es mejor y le da movimiento al cartel

← fotografía

← Aquí se subió la foto quedando el espacio necesario para la tipografía.

← inf. obligatoria.



Todo el fondo →



← Colores.

Exposición Permanente

↳ museo de Arte Moderno

e x p o s i c i ó n

permanente

MuseO de ArtE
ModernO

No Existe

Página

En este cartel la obra tiene sus formas alargadas, y los colores son muy característicos del autor por los que buscó una tipografía que en armonía con la obra y en función al diseño lograra dar el mensaje que el autor dió a su obra, la tipografía es en letra larga, entendible, contemporánea y carácter llamada Arsis Regular y la otra es un poco más redonda para lograr darle el equilibrio necesario es la letra Hermes aquí se buscó un buen acomodo de la tipografía y luego al ponerle color, se logro un cartel, actualizado sencillo, facil de recordar, y que lograra dar el mensaje que buscabamos, el color azul Rey, es un color usado con frecuencia en la obra de este autor, es un color que nos acerca al infinito un color profundo femenino y relajado, fresco y celestial, expresa madurez, limpieza. es un color frio que armoniza perfectamente con el verde, característico en las obras de este autor y en la misma, el verde se dió de esa manera para darle modernidad y vitalidad al cartel, darle juego y movimiento su color favorable y la manera en la que esta puesto compensa el diseño del cartel además el verde es tranquilidad da esperanza, surge naturaleza, nueva vida, algo alegre.

EXPO

Este tipo de letra.
estaba muy
extendida

EXPO

MUSEO

Aquí se buscaba
una letra más
abiértas

EXPO

MUSEO

Expo

MUSEO

Hermes
en ALTAS

expo

la que mejor
se ve es en
puras bajas

museo

está fue la elegida

exposición permanente

MUSEO

Hermes

ABCDEFGHIJKLM*

MUSEO

ARTE DE

MODERNO

Esta
letra fue
la elegida
Hermes.

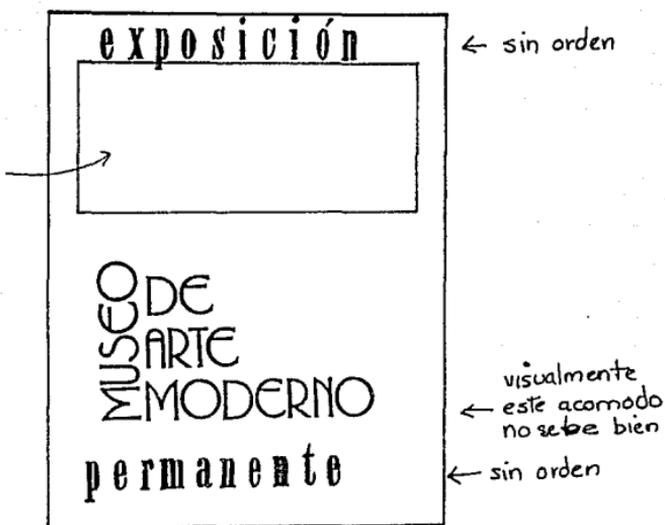
p.
aquí
se
separó
entre
letra y
letra y
entre
palabras

e x p o s i c i ó n
p e r m a n e n t e

efghijklmnop,

↑
← letra Arsis regular

MUSEO
DE
ARTE
Moderno



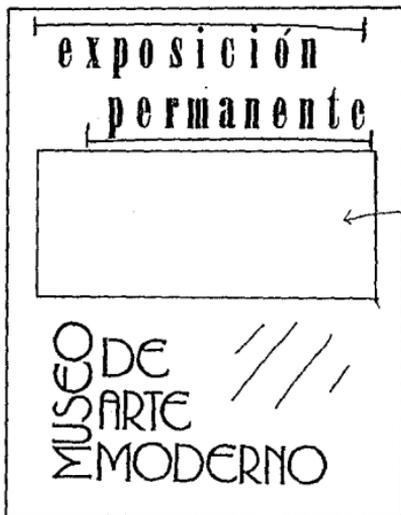
Esta
Tipografía
→ así se quedó.



← fotografía
Pedro Coronel

← esta
opción
fue la mejor

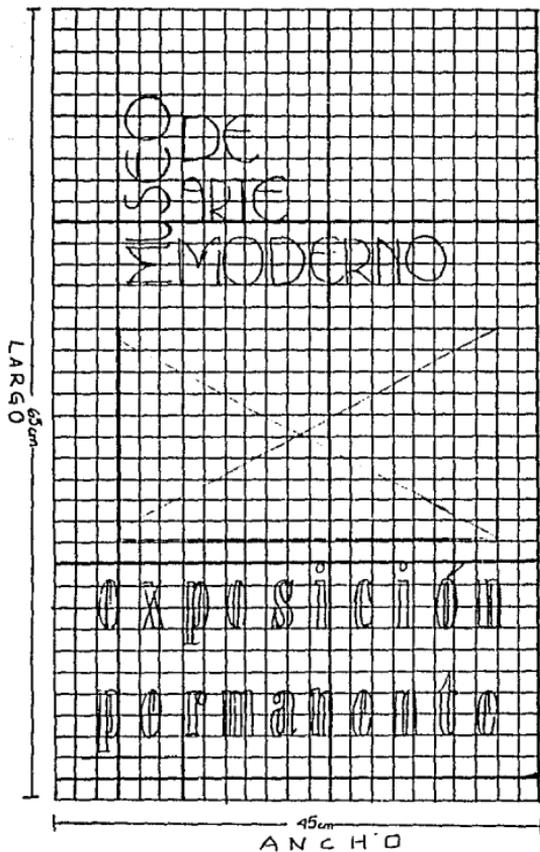
→ Aquí
solo se
modificó
lo largo
hasta llegar
a la medida
de la foto.



← Aquí no se
justifica con
la foto

← fotografía
Pedro Coronel

← Esa tipografía
no estaba
bien balanceada



Esta retícula fue la usada para todos los Carteles ya que todos miden lo mismo

← ejemplo de cuadrícula de un cartel

Cartel 65x45
Museo Arte
Moderno

azul
De
Arte
Moderno

verde

MUSEO DE
ARTE
MODERNO

este acomodo
es interesante
& original

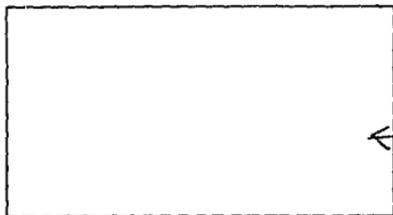


foto de
Pedro Coronel
"El Advenimiento de
Ella."

exposición
permanente

esta tipografía
se separó un poco
de la del principio
quedando legible
y agradable

Expo
Perm



Blanco
el fondo

MUSEO DE
ARTE
MODERNO

e x p o s i c i ó n
p e r m a n e n t e

No Existe

PAGINA

En esta obra " En busca de las Gaviotas " está subdividida en planos, superpuestos entre sí, algo así es lo que se logro dar con la tipografía que es un tanto alargada, para no romper con la armonía de la pintura y su acomodo se dio para darle actualidad, originalidad y modernidad.

El orden de la tipografía se logro después de hacer varias combinaciones, y más tarde se eligio el color, que no es un color muy común en carteles pero que armoniza perfectamente con la obra y la información se logran compensar.

Los colores Pastel se caracterizan por la moderación y suavidad de las cualidades de los colores de los que derivan. Representan el simbolo de una atmósfera íntima, de efecto de todo lo que a uno le gusta contemplar en soledad y silencio, por lo que se unifica con la gama tonal y colorística de la obra.

El Rosa en el fondo es tímido, suave, dulce y romántico, su falta de vitalidad es la imagen del efecto y la feminidad, sugiere gentileza e intimidad.

Así se empezó a bocetar.



MUSEO

← Esta es muy ancha.

MUSEO DE ARTE MODERNO

MUSEO ✓

Museo

museo



MUSEO DE

ARTE
MUSEO

MODERNO



← Así surge la idea de la acomodación de la tipografía

y para que tenga equilibrio con la obra.

Arsis regular ✓

ABCDEFGHIJKL MNOPQ

Letra escogida ↗ ↘

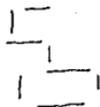
Perpetua medium ✓

ABCDEFGHIJKL MNOPQ;

Museo DE ARTE MODERNO

exposición permanente

↑ este tipo de letra se escogió ya que es muy legible y se compensa con la otra que es alargada



1) MUSEO DE ARTE
MODERNO

← Asi se
empezo

VARIAS OPCIONES Hasta llegar a la
final

2) MUSEO DE ARTE
MODERNO

3) MUSEO DE ARTE
MODERNO MUSEO

4) MUSEO DE ARTE
MODERNO ?

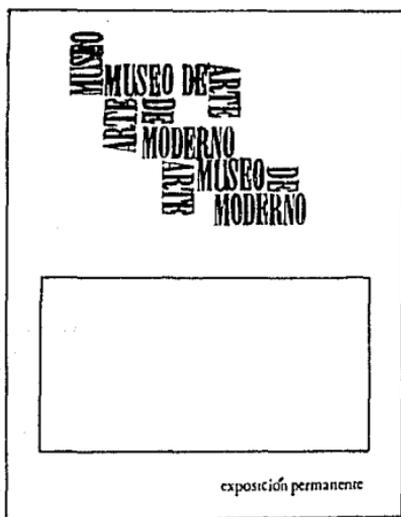
5) MUSEO DE ARTE
MODERNO MUSEO DE
MODERNO

6) MUSEO DE ARTE
DE ARTE
MODERNO

← Esta fue la elegida
por su acomodo.

ARTE MUSEO DE
ARTE MODERNO

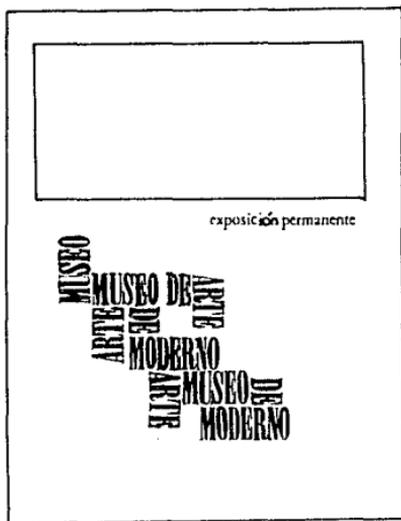
Tipografía elegida →



← Este acomodo pesaba mucho sobre la fotografía y le quitaba atención

← fotografía. Manuel Felguerez

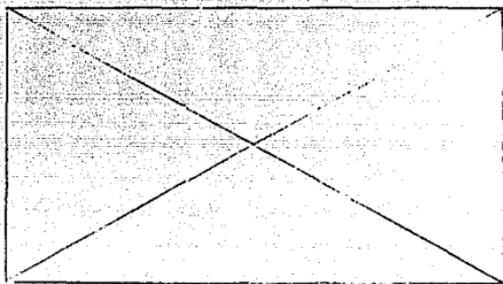
← Tipografía elegida



← la fotografía (Manuel Felguerez)

← Esta tipografía se recorrió del lado izq.

← Este bloque de tipografía se bajo hacia la derecha. para darle ~~ta~~ equilibrio visual. al cartel

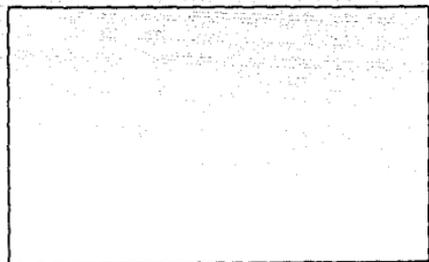


exposición permanente

MUSEO
MUSEO DE ARTE
ARTE DE
MODERNO
ARTE MUSEO DE
MODERNO

→
fotografía
Manuel
Felguez
"En busca de,
las gaviotas"

↖
Perpetua
Medium
bajas



exposición permanente

Después de los
cambios hechos
Así quedó con todas
↖ las proporciones

MUSEO
MUSEO DE ARTE
ARTE DE
MODERNO
ARTE MUSEO DE
MODERNO

← Arsis Regular
AITAS.

Los
colores
elegidos
se deben
a lo
antes.
mencionado

↖ Todo
el fondo



↖ Letras



Una vez listo
Se comienza el
Original mecánico
en las mismas
proporciones

NO EXISTE

PAGINA

Para este cartel se eligió una obra con colores variados y característicos del autor. luego se busco una tipografía bold, con un ligero patin pero que diera una sensación de peso, y de carácter, se puso la palabra arte 2 veces dándole un buen acomodo, pero resaltando ya que Arte es lo que vemos al ir al museo, se dio en rojo, en azul y en negro, el negro para darle seriedad, elegancia, distinción y nobleza, el azul por se fresco, por dar fuerza, expresar madurez y acercarnos al infinito, el rojo para llamar la atención, pero siempre con fuerza dinamismo y masculinidad ardiente, vivo y cálido.

Por ultimo se utilizó la caligrafía para darle toque de originalidad y hacerlo más personal, este autor pinta siempre su cultura maya y todo ese maravilloso mundo que hay entre México y Guatemala por lo que la caligrafía que la relacionamos con algo del pasado, le logra dar modernidad y personalidad al cartel.

Para este cartel se busco un Texto Moderno de Tamaño medio en negro & se vieron varias opciones de letras y se busco' tambien tipografía para equilibrar la anchura y de la letra anterior

ARTE ✓ muy delgada

ARTE

ARTE ✓ muy reducida

MUSEO
MUSEO *Primera idea*

ARTE ésta por su grosor.

MODERNO

exposición ← ésta estaba muy gruesa

exposición

MUSEO ← negro

color →

ARTE

Así se equilibra el peso de la letra

color →

exposición ✓
permanente ✓
ésta fue la mejor por dimensión

MODERNO ← negro



visualmente
no se ven
bien los créditos
por el espacio tan
reducido.



Creditos →

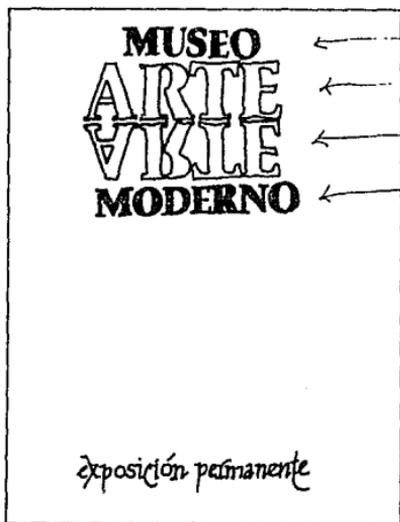


← poco legible esta tipografía en la manera que está acomodada

exposición permanente

← Existe mucho peso sobre el final.

No hay lugar para créditos → ya que arriba no se ven bien.



← centra y negra

← da color centrada

← da color y centrada

← centra y negra

Aquí existe un equilibrio entre los
↳ Artes y museo moderno.

Esta opción era la que → mejor se veía.

Créditos →

← caligrafía.

Tipografía
centrada.

Negro
Museo y
Moderno

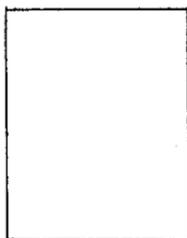
azul

rojo

MUSEO
ARTE
VIVILE
MODERNO

Aquí existe un
equilibrio visual
por lo que el
Cartel quedó así

fotografía
Carlos
Merida



65 cm largo
couche

créditos

exposición permanente

Después de un
bloque de Tipografía
esta letra compensaba
el diseño

45 cm ancho



negro



rojo



azul



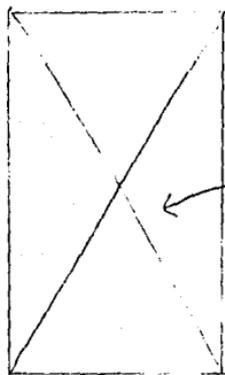
blanco

blanco
el fondo

**MUSEO
ARTE
VIVILE
MODERNO**

exposición permanente

MUSEO
ARTE
VBLE
MODERNO



foto

exposicion permanente

Este cartel se dio con pura tipografía para hacerlo fuera de lo común, original, legible, con diseño, los diferentes tamaños se dieron para no hacerlo monótono y así darle movimiento, modernidad, la letra Perpetua Medium es una letra contemporánea que tiene un ligero patín, no es del todo redonda, ni alargada, es funcional y el color se dio para reforzar el diseño del cartel por lo que eligió un color luminoso o que llamara la atención y que distinguiera la tipografía, que sugiera algo místico, cálido como el sol, majestuosidad, honor, juicio, riqueza, e idolatría, se pusieron los nombres de los autores que exponen en el museo por las razones anteriores, además ese tono hace que las formas se agranden.

FRIDA KAHLO ← Así surge la idea
OROZCOMANUEL FELG
RUFINOTAMAYO
JOSE REMEDIOSVARC
CLEMENTE OROZCO
GUNTER GERZODAVID
A FAROSIQUEIROS

↑ Ir acomodando
los nombres de
los expositores
en diferentes tamaños.
lo que hace que
vayan quedando letras.
en todo el cartel
Por último se escoge el
color.

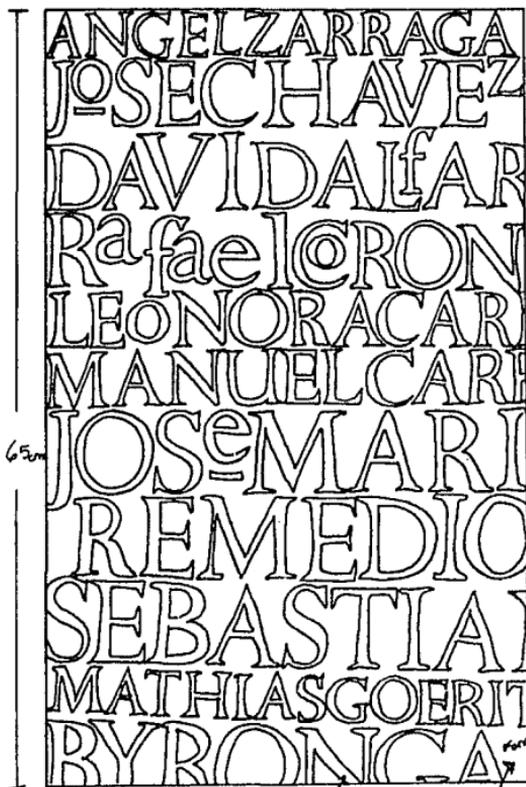
MUSEO de ARTE MODERNO

ROBERTO MONTENEGRO
FRANCISCO ZUÑIGA
ROSA JOSE CLEMEN
ROJAS FRANCIS
OBEJARGO

se acomoda
en diferentes tamaños

↖ Se busca un
letra con más
volumen
y que
canse a la
vista

↑ Letra de volumen
medio ya que es
tanta la tipografía que
así no se confunda y sea
legible



← Ahora se busca un color que quede en armonía y no kanse pero que además resalte.

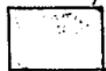
← esto en proporción al tamaño de Cartel es lo que se busca.

Cartolina Couche.

Museo de Arte Moderno. se puso de este color



nombre



Todos los nombres Asr

Ancho



245

fondo

No Existe

Página

Los folletos realizados debían contar con impacto, originalidad y además atraer al visitante a querer tener uno, llevar una información concisa, sencilla de lo que es el museo sin dar una larga explicación detallada. ya que para eso existen libros de venta en el propio museo con este tipo de información y fotos.

Se elaboró un folleto conciso, moderno y con impacto con una ventana que lo hace tener mas dinamismo y actualidad, se puso el fondo el azul oscuro para darle fuerza, frescura , madurez y vida además un ligero toque de verde para darle tranquilidad la tipografía que se uso es redonda (ya que hay quienes sugieren que el azul da la impresión de desaparecer en la vista en un movimiento concéntrico y se indica mejor por un círculo) además es poco común y tiene movimiento sale de lo rígido y aburrido y a su vez, es seria y actual.

El otro folleto se hizo en blanco con negro y una pequeña gama de colores, ahí la tipografía creció y se alargó para darle movimiento y originalidad y los colores por la razón psicológica que cada uno tiene.

Perpetua bold

ABCDEFGHIJ
KLMNOPQR;
STUVWXYZa
bcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
yzi234567890?
ÆŒŒœø\$ç!
o~v~w~

← letra para
Arte Moderno

← Ars Regular
para
Exposición
Permanente

efghijklmnop,



A esta letra se le dio mas espacio entre si

→

exposición permanente



← Esto
era muy
común



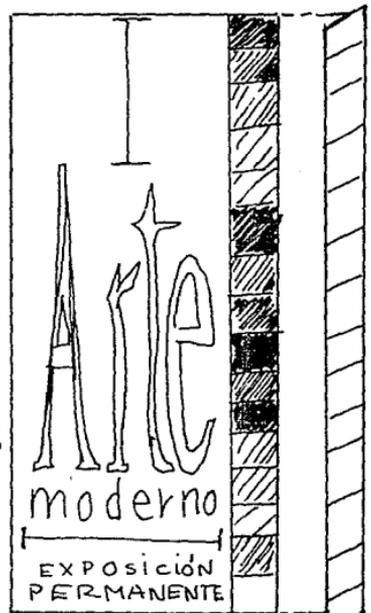
← Esto da la
impresión de
caer sobre la
palabra Arte.

← Alargada
la palabra Arte



↑ se pensó en una
L gama de color.

← Esta
acomodación
se veía muy
amontonada.

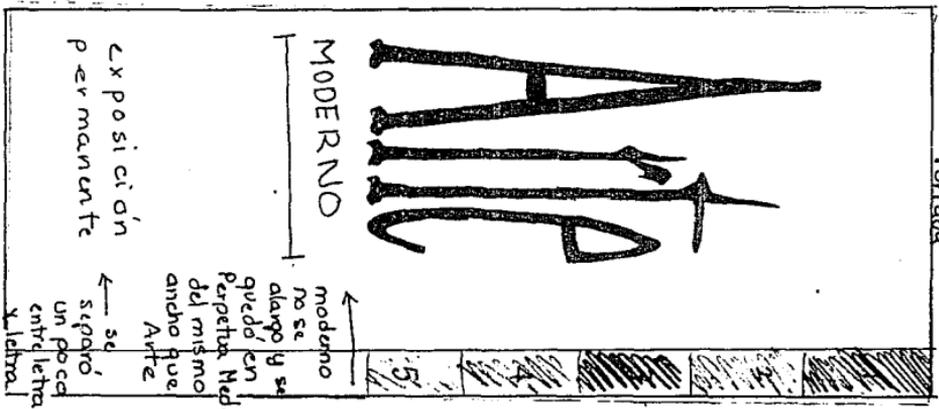
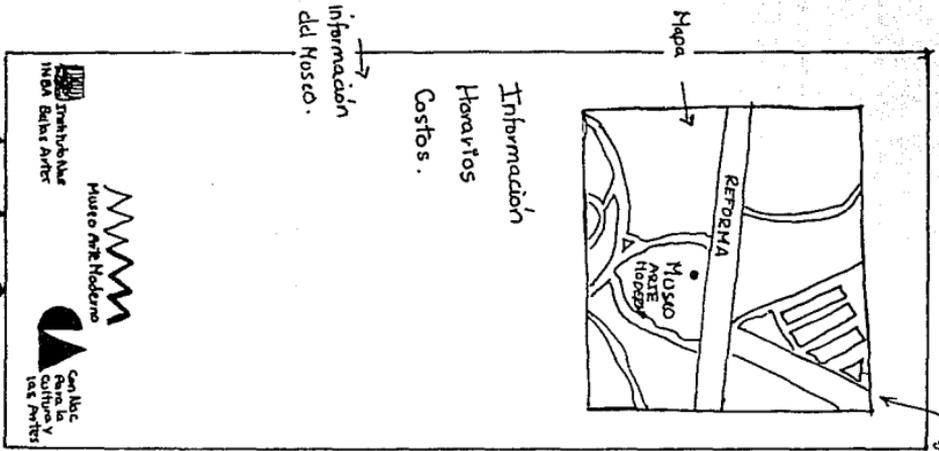


← doblava
la hoja
hacia la
portada

Se cambió la
gama de colores
hacia un lado.

En la contraportada se hizo con la ubicación del Museo.

Arte
se alargó



creditos obligatorios

Toda la tipografía en negro.



EXPOSICION
PERMANENTE

MUSEO
DE
ARTE
MODERNO

EXPOSICION
PERMANENTE

MUSEO DE
ARTE
MODERNO

EXPOSICION PERMANENTE

MUSEO DE
ARTE
MODERNO

← este acomodo
no es malo
pero permanentemente va
descendiendo

← se penso
en este acomodo
con un fondo
oscuro para
resaltar las
letras y
quizas meter
la placa en
otro color, al
igual que otras
letras

□ TAM
> colores.

muy delgada →
 →
 esta seguía siendo muy larga →
 la "R" le da redondez.
 253 →

ARTE
 ARTE
 ARTE ARTE
 ARTE
 MUSEO
 MODERN

Aquí se busca una letra redonda moderna y que relacionara fácilmente al Museo de Arte Moderno. Por lo que se escogió la Organda.

esto no tiene diseño

MUSEO DE ARTE MODERNO
 EXPOSICIÓN PERMANENTE

↑ siendo un folleto lo que se iba a diseñar se empezaron por hacer una retícula o más bien formatos.

EXPOSICION PERMANENTE
 MUSEO DE ARTE MODERNO

↑ Aquí después de elegida la letra se puede ver que la tipografía ocupa gran parte de el espacio por lo se necesitan más opciones

→ Aquí no hay mucho diseño

Información.	Museo de Arte Moderno
Admisión.	\$10,000 N\$10.00
Horario.	Martes a Domingo de 11:00 a 18:00 hrs. Los lunes cerrado
Fotografías.	No se permiten dentro de las salas
Tienda.	Libros, catálogos, folletos, posters, postales, etc
Estacionamiento.	\$5,000 N\$5.00 (situado sobre Reforma)
Visitas.	Guiadas, contratadas previamente (tel. 211-87-29)
Teléfonos.	553-62-11 553-63-13
Domicilio	Paseo de la Reforma y Gandhi. Bosque de Chapultepec, México, 5, D.F.

255

Mapa con la ubicación del Museo →

Información del Museo
 Horario
 Visitas
 Costos.
 Domicilio

Museo Arte Moderno
 INBA

Informes y Datos del Museo →

- Creditos obligatorios. →
- INBA
 - Museo Arte Moderno
 - Consejo Nac para la Cultura y los Artes.

↑
Contraportada.

↑ Interior
Texto que hable del Museo

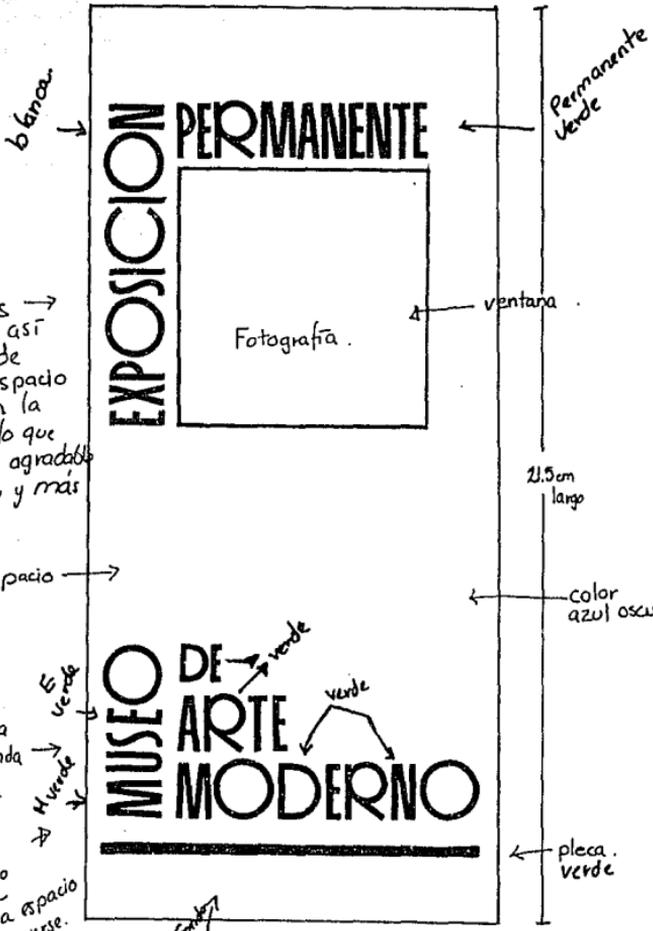
↑ inferior.
 Texto sobre el museo y una fotografía

=Diptico

Museo de Arte Moderno

← Fotografía

Tamaño hoja carta.



Estas 2 palabras puestas así además de ahorrar espacio en marcan la ventana lo que hace mas agradable el diseño, y más versátil.

Este acomodo de letra ahorra espacio y lo hace mas compacto.

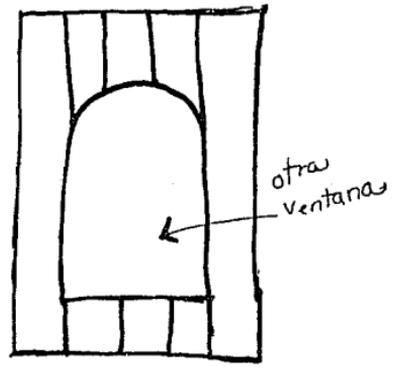
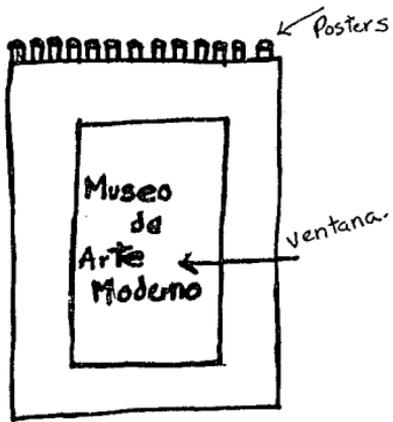
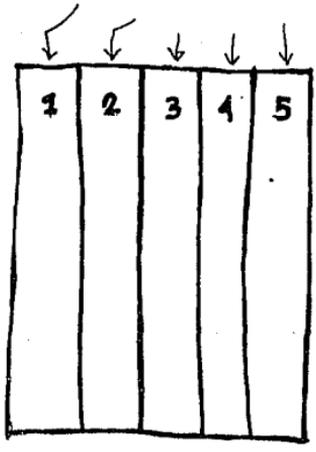
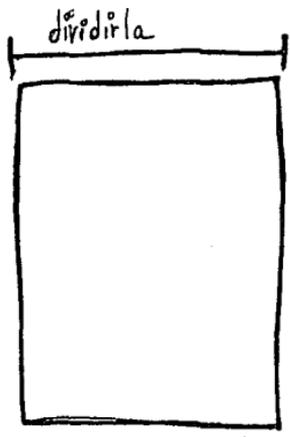


azul 256

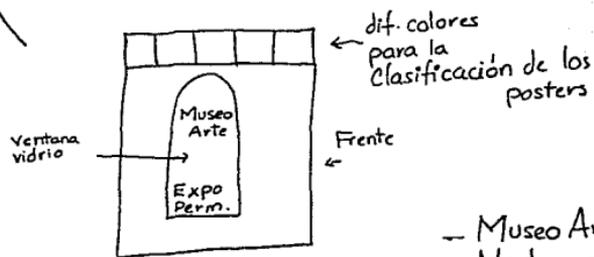
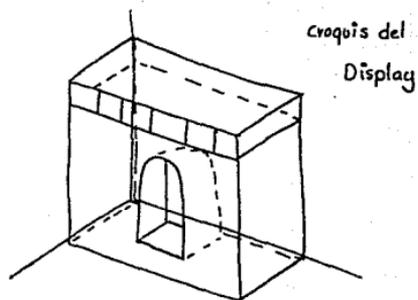
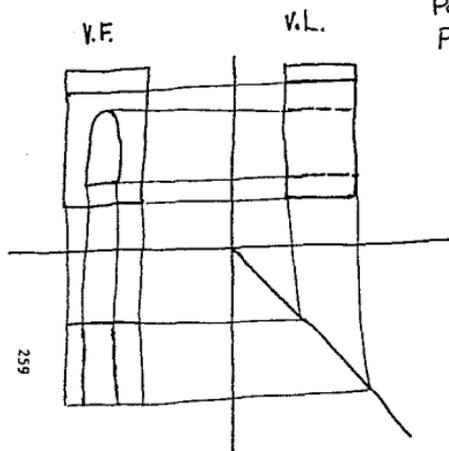
No Existe

Página

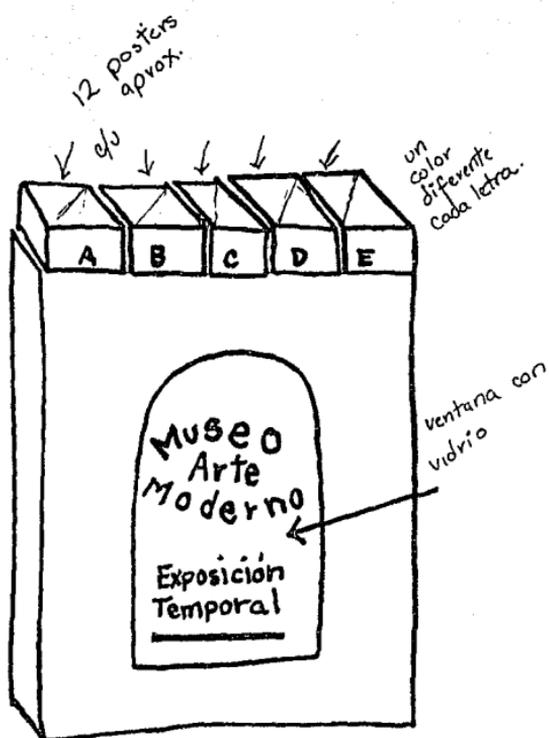
± color diferente
C/P



"Display
Para los
Posters"



- Museo Arte Moderno.
- Exposición Permanente



Conclusiones

Las principales observaciones en la realización de esta tesis fueron las siguientes:

- La información sobre museo y museografía es muy pobre, existen pocos libros que expliquen realmente, sus objetivos, necesidades, elementos recursos etc.
- Gran parte de la información obtenida se complementó de tesis y libros del Museo Nacional de Antropología, considerando que la museología, Teoría y Práctica de Vera Helena, y Hech Carneiro contiene información precisa y bien redactada.
- Principal objetivo del museo, es exhibir los bienes culturales de que dispone permanentemente (su propio acervo) o temporalmente (préstamos) y su responsabilidad es la conservación de estos en sus valores artísticos, históricos, estéticos, científicos etc.
- Para que una exhibición tenga éxito, primero debe existir una buena planeación que además esté acorde a los objetivos y políticas del museo.

-
- Es importante que el museo cuente con los recursos necesarios para montar una exposición como: objetos a exhibir, espacio, color, luz, textura, equipo técnico y, herramientas museográficas; así también mobiliario museográfico y elementos como mapas, maquetas, dioramas, gráficos etc.
 - Los elementos condicionantes son muy importantes para la presentación como el objetivo, los visitantes, la duración, y en los objetos a exhibir (tamaño, color, valor, calidad, etc., la conservación y seguridad de los bienes exhibidos, el edificio, el hombre, y el presupuesto.
 - La comunicación hacia el público es de vital importancia ya que si el mensaje no es bien transmitido, el objetivo de la exhibición no se realiza con éxito.
(cedularios, folletos, guías, T.V. radio, etc.)
 - Es recomendable que el museo se integre a una asociación como el ICOM, o amigos del museo, para apoyo de presupuestos, prestaciones etc.
 - El museólogo, no es el total responsable, del éxito de una exhibición, pero si es el responsable de coordinar a los especialistas requeridos y de asegurarse que cumplan con los

planes trazados.

- Que los carteles realizados se produzcan de igual manera que los bocetos realizados.
- Fue un gusto la elaboración de esta tesis, ya que además de conocer la museografía pude poner en práctica lo aprendido durante la carrera.

B I B L I O G R A F I A

- Atlas Cultural de México
Adriana M. Arriaga
Sep. INAH-Planeta
Myriam C. González
Pág. 5, 6, 10, 11, 85, 86, 87, 182, 183, 184.
- Guía de los Museos del Distrito Federal
Rosario Encinas
- Museología y su doble función Educativa e Instructiva
Galindo y Villa Jesús
- Museo de México
Cd. U N A M Centro de Investigación.
- Diseño Gráfico Aplicado a Museos
Centro interamericano de Capacitación Museográfica.
- Proceso de Planeación de las exhibiciones - La museografía.
Felipe Lacouture
- Museo México
Enciclopedia de los Museos
- Diseño y Artisticidad
Trillo Bécot

-
- Diseño
Rawson Philips

 - Nuevos Museos
Espacios para el Arte y la Cultura
Josep Ma. Montaner
Gustavo Guilli

 - Museología, Teoría y Práctica
Vera Helena, Hech Carneiro

 - Metodología para el Diseño
Oscar Olea
Ed. Trillas

 - Manual de las Artes Gráficas
Randolph Karch

 - Manual para Diseñadores Gráficos
Cejeeste Editores

 - Secretos de Estudio para el Artista Gráfico
Herman Blume
Buchan Jack
Madrid 1988

 - Graphic Design
Woodstock NY
The Overlook Press
Glaser Milton

-
- Dibujando Carteles
Iván Tuvar
Barcelona 1980
Editorial Ceac

 - Principios de Percepción
S. Howard Bartley
Editorial trillas

 - Aranguren José Luis L.
La comunicación Humana
Ediciones Guadarrama
S.A. Madrid
Pág. 11, 188

 - Tesis Cartel "Grito pegado en la pared"
Martha Jirash Kaim
ULA

 - Diseño Experimental
Powell, Dick

 - Benoist, Luc
1960 Museos et Muséologie Presses
Universitaires de France, Paris.
Pág. 48, 50, 51, 55

 - Arnheim Rudolf
1980 Arte y Percepción visual
Alianza Editorial Madrid
Pág. 366, 367
-