



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

"Sistema señalético para la comunidad infantil
del Museo de Arte Moderno"

Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciado en Comunicación Gráfica

Presenta

Maite Lizbeth Vega Navarro

Director de Tesis: Lic. Joaquín Rodríguez Díaz

México, D.F. 2004



DEPTO. DE ASESORIA
PARA LA TITULACION
ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLÁSTICAS
EDIFICIO D.F.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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 esta 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.

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN ... 9

Capítulo I. Teoría de la comunicación

1.1 COMUNICACIÓN ... 13

1.2 DISEÑO Y COMUNICACIÓN ...14

1.3 COMUNICACIÓN GRÁFICA ...18

1.3.1 NOCIONES BÁSICAS DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA ...19

1.3.1.1 Semiósis ...19

1.3.1.2 Texto ...20

1.3.1.3 Contexto ...20

1.3.1.4 Campo semántico ...21

1.3.1.5 Función ...21

1.3.1.6 Discurso ...21

1.3.1.7 Códigos ...22

1.3.2 HERRAMIENTAS DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA ...23

1.3.2.1 Punto ...23

1.3.2.2 Línea ...24

1.3.2.3 Contorno ...24

1.3.2.4 Dirección ...24

1.3.2.5 Tono ...25

1.3.2.6 Color ...25

1.3.2.7 Textura ...27

1.3.2.8 Escala ...28

1.3.2.9 Dimensión ...28

1.3.2.10 Movimiento ...29

1.3.3 DISCIPLINAS DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA Y SUS CARACTERÍSTICAS ...29

1.3.4 LA COMUNICACIÓN TEMPORAL Y LA DURACIÓN ...31

1.3.5 LA COMUNICACIÓN ESPACIAL Y LA SECUENCIA ...31

1.3.6 LAS ORIENTACIONES DE LA COMUNICACIÓN...32

Capítulo II. El museo como espacio de comunicación

2.1 MUSEOS ...35

2.1.1 DEFINICIÓN DE MUSEO ...35

2.1.2 FUNCIÓN DE LOS MUSEOS ...35

2.1.3 TIPOS DE MUSEOS ...37

2.1.4 TIPOS DE EXPOSICIONES ...39

2.1.4.1 Características ...40

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e internet el contenido de mi trabajo académico
NOMBRE: María Elizabeth Vega
Navarro
FECHA: 10 - MARZO - 2004
FIRMA: [Firma]

2.1.4.2 Niveles de lectura ...	40
2.2 EL MUSEO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN...	41
2.2.1 FUNCIÓN COMUNICATIVA ...	43
2.2.2 RELACIÓN ENTRE EL OBJETO, EL MUSEO Y EL HOMBRE ...	49

Capítulo III. Museo de Arte Moderno

3.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL MUSEO DE ARTE MODERNO ...	56
3.2 MUSEO DE ARTE MODERNO ...	57
3.2.1 CARACTERÍSTICAS (ARTE MODERNO Y CONTEMPORÁNEO) ...	59
3.2.2 MISIÓN, VISIÓN Y VOCACIÓN ...	60
3.2.3 ARQUITECTURA ...	61
3.2.4 SALAS ...	64
3.2.5 ACERVO ...	65
3.2.5.1 Colección permanente ...	65
3.2.5.2 Exposiciones temporales ...	67
3.3 PÚBLICO INFANTIL ...	68
3.3.1 CARACTERÍSTICAS ...	68
3.3.2 MATERIALES GRÁFICOS E IMPRESOS ...	70
3.3.3 ACTIVIDADES ...	70
3.3.4 LOS ESPACIOS CULTURALES PARA LA INFANCIA ...	72

Capítulo IV. La percepción en los niños

4.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS NIÑOS ENTRE LOS 6 Y LOS 12 AÑOS DE EDAD ...	83
4.1.1 DESARROLLO MOTRIZ, SOCIAL, INTELLECTUAL Y LENGUAJE ...	84
4.2 DESARROLLO DE LAS PERCEPCIONES ...	86
4.2.1 PERCEPCIÓN DEL OBJETO Y SU REPRESENTACIÓN ...	89
4.2.2 PERCEPCIÓN DE COMUNICADOS ...	90
4.2.3 PERCEPCIÓN DEL ESPACIO ...	91

Capítulo V. Señalización y señalética

5.1 SEÑAL, SEÑALIZACIÓN Y SEÑALÉTICA ...	95
5.1.1 CONCEPTO DE SEÑAL, SEÑALIZACIÓN Y SEÑALÉTICA ...	95
5.1.2 SEÑALAMIENTOS MÁS COMUNES ...	95
5.1.3 ¿SEÑALIZACIÓN O SEÑALÉTICA? ...	97
5.1.4 ESPECIFICACIONES Y FUNCIONES DE LA SEÑALÉTICA ...	99
5.1.5 FACTORES DE LA SEÑALÉTICA ...	100

5.1.5.1 Individuo ...	100
5.1.5.2 Espacio ...	101
5.1.5.3 Medio ...	101
5.1.5.4 Conceptos señaléticos ...	102
5.1.5.4.1 Lingüístico ...	102
5.1.5.4.2 Icónico ...	103
5.1.5.4.3 Cromático ...	104
5.2 LENGUAJE VISUAL ...	104
5.3 COLOR ...	106
5.3.1 TEORÍA DEL COLOR ...	106
5.3.2 VISIÓN DEL COLOR ...	109
5.3.3 PSICOLOGÍA DEL COLOR ...	109
5.3.4 COLOR DE SEGURIDAD Y CONTRASTE ...	110
5.4 MATERIALES ...	111
5.4.1 ANÁLISIS DE MATERIALES ...	111
5.5 SISTEMAS DE SUJECIÓN ...	116
5.6 VISIÓN ...	116
5.6.1 DISTANCIA DE LA SEÑAL AL OJO ...	117
5.6.2 AGUDEZA VISUAL ...	118
5.6.3 MEDICIÓN DE LA LECTURA ...	119
5.6.3.1 Legibilidad ...	119
5.6.3.2 Nivel del ojo ...	121

Capítulo VI. Propuesta del sistema señalético

6.1 METODOLOGÍA DEL DISEÑO ...	125
6.2 PROCESO DEL SISTEMA SEÑALÉTICO ...	126
6.2.1 CONTACTO ...	127
6.2.1.1 Tipología funcional ...	127
6.2.1.2 Personalidad ...	128
6.2.1.3 Identidad Institucional ...	128
6.2.2 ACOPIO DE INFORMACIÓN ...	129
6.2.2.1 Plano y territorio ...	129
6.2.2.2 Palabras clave ...	129
6.2.2.3 Documentos fotográficos ...	130
6.2.2.4 Condicionantes arquitectónicos ...	131
6.2.2.5 Condicionantes ambientales ...	131
6.2.2.6 Normas gráficas preexistentes ...	132
6.2.3 ORGANIZACIÓN ...	133
6.2.3.1 Palabras clave y equivalencia icónica ...	133
6.2.3.2 Verificación de la información ...	134
6.2.3.3 Tipos de señales ...	134
6.2.3.4 Conceptualización del programa ...	134

6.2.4 DISEÑO GRÁFICO ...	138
6.2.4.1 Fichas señaléticas ...	139
6.2.4.2 Módulo compositivo ...	139
6.2.4.3 Tipografía ...	139
6.2.4.4 Pictogramas ...	139
6.2.4.5 Código cromático ...	140
6.2.4.5.1 Código cromático según los niños ...	141
6.2.4.6 Originales de prototipos ...	141
6.2.4.7 Selección de materiales ...	153
6.2.4.8 Presentación de prototipos ...	154
• Tabla de especificaciones ...	158
• Posicionamiento de la Señalética en el Museo...	178
• Croquis del Museo (planta baja) ...	187
• Croquis del Museo (planta alta) ...	188
• Ubicación de esculturas en jardín ...	189
• Siembra de señales planta baja ...	190
• Siembra de señales planta alta ...	191
• Siembra de señales jardín ...	192

CONCLUSIÓN ...193

BIBLIOGRAFÍA ...195

INTRODUCCIÓN

El arte es una forma de representar las ideas, los sentimientos, los sueños, las fantasías; es el reflejo de la personalidad de un pueblo, de su historia, sus gobiernos, tradiciones y mitos. Toda expresión artística es el reflejo popular y académico de la sociedad, el como perciben su realidad, su pasado y su presente. Actualmente es el museo el sitio en común, destinado y perfeccionado para el disfrute de arte; recinto plural donde el visitante sin importar sus ideas, sus vivencias, sin importar sus ideas experiencias o nivel académico puede acceder y aprender de los diversos tipos de arte (escuelas, estilos, épocas, etc.). Un minuto de estancia aprovechado en el museo, es indudablemente, un minuto de aprendizaje.

El Museo de Arte Moderno (MAM), fue planeado y diseñado para desarrollar una interacción con el público al abrir sus puertas y ofrecer a todo tipo de visitante propuestas artísticas y actividades pedagógicas que lo interesen. En caso particular como estudiante de licenciatura me da la oportunidad de realizar mis primeras actividades como profesional (servicio social) en el departamento de Diseño e Investigación; lugar donde puse en práctica los conocimientos académicos adquiridos en la enap (Escuela Nacional de Artes Plásticas de la Universidad Nacional Autónoma de México), aplicando las diversas teorías y disciplinas del diseño a problemas reales; principalmente en ésta área del museo y junto con los demás departamento que lo conforman, pude percatarme del funcionamiento de la institución, sus planeaciones, desarrollos museográficos, y de los servicios que se ofertan al público visitante.

Fui participe del desarrollo y aplicación de los planes didácticos y académicos, de los esfuerzo humanos y de los recursos que se emplean en favor del público, de los mecanismos realizados para el acceso con detalle a las obras plásticas que ahí se muestran —piezas de gran importancia histórico-social, nacionales y extranjeras—; entendiendo que el museo en su función de “responsable y guardián del arte”, exhibe y resguarda la producción artística tanto del pasado como de el presente en un recinto exprofeso para su función; edificado con el objeto de preservar el arte moderno, contemporáneo y de vanguardia, siendo su propósito difundir la memoria. El espectador puede tener una agradable visita al disfrutar e involucrarse con la basta variedad de opciones culturales, de diversión y entretenimiento que proporcionan los diversos recintos ubicados dentro del bosque de Chapultepec; durante las visitas familiares, ideal para el acercamiento y conocimiento del arte, la ciencia y la tecnología que conlleva a modernizarse y mantener acorde los cambios de los tiempos.

Conforme mis conocimientos se ponían en práctica y me enriquecía con nuevos, distinguí que a pesar de que la señalética es tan antigua como el hombre mismo y obedece al acto de orientar en un medio o entorno específico; algo en las señales que forman las guías de recorrido e información dentro del espacio del museo, ¿eran insuficientes? o, ¿era acaso que el sistema señalético era casi nulo? o bien ¿poco visible?; era evidente en ocasiones que se necesitaba de una descripción del lugar, dónde poder ubicarse o buscar un sitio específico, este no existía. En una forma de

justificación pensé que se debía a que se da más importancia a la muestra y se minimiza ésta información; o tal vez, que esto era causa a la variación constante que existe entre el cambio de exposiciones y la diversidad de recorridos que se ofrecen. Pero aun así, hay lugares que mantienen cierta permanencia en su ubicación e información; por lo que concluyo que se puede formar un sistema señalético específico para el MAM, uniforme y estandarizado, enfocado al público con mayor audiencia dentro del museo y de igual forma pudiera ser utilizado por todo tipo de persona, y evitar así, que el visitante se desubique o distraiga constantemente, preguntando al personal información de interés: “¿se puede visitar tal sala?”, “¿dónde se encuentran los baños?”, “¿la cafetería?”, “¿se encuentra abierta la sala, dónde se ubica?”, “qué se puede o no hacer en el jardín”, entre otras; previendo el recorrido de los sitios con los que cuenta el museo, sin interrumpirlos por curiosidad y ésta se convierta en una ayuda en especial para los niños, quienes son el público con mayor recurrencia incitada por las actividades escolares o las mismas visitas familiares, además de que en el MAM se realizan actividades recreativas, talleres y cursos infantiles, específicos a sus intereses ya sea en los recorridos individuales o para un grupo de amigos.

Es por eso que dentro de esta tesis y con la ayuda de la información proporcionada por el museo, llevo a cabo una investigación que dará paso a formar las bases para la realización de una señalética infantil para el público visitante del Museo de Arte Moderno; señalética que tenga la posibilidad de crecer según las condiciones que sean necesarias guiando al usuario en general para que logre efectuar un recorrido claro, seguro, independiente y le resulte agradable; donde tengan presente las normas y libertades (lo que puede y lo que no puede hacer), en cualquier caso hay la libertad de decisión de utilizar o no los servicios, el orden en que visitará los espacios y qué hacer en caso de una eventualidad.

Ésta etapa del museo que busca convertirse en un ser dinámico y vivo que siga el desarrollo, y evolución de los adelantos pedagógicos y científicos para incorporarlos progresivamente, y dar así una proyección de futuro, estimulando progresivamente en el público el placer de conocer el arte, en sus múltiples representaciones, en un espacio de interacción comunicativa fomentando la creatividad mediante la interactividad, implicando a la participación, y exigiendo del espectador una respuesta activa (desde el acto de desplazarse hasta el sitio de la exposición y de caminar dentro de las instalaciones), convirtiéndose así en un museo comunicativo equipado para provocar la participación y la comprensión de los públicos. Y donde los niños respondan a las necesidades de fantasía y descubrimiento de su mundo por la asociación de ideas y procesos de casualidad; proporcionándoles un sentimiento de control y autodominio en un lugar potencialmente extraño e intimidador, haciéndoles saber sus características; servicios y exigencias al inicio de su recorrido, involucrándolo para trabajar autónomamente con la ayuda de las señales que evidentemente, será mejor como menos obligue a los niños a pedir ayuda a las personas mayores y cuanto más haga trabajar su capacidad perceptiva provocando su participación activa y su creatividad, centrándose en pocos objetos de interés para ellos y presentar ideas sobre los mismos que se hayan a la medida de su comprensión.

CAPÍTULO I



Teoría de la comunicación



CAPÍTULO I

TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

1.1 COMUNICACIÓN

Las acciones realizadas cotidianamente por el ser humano establecen enlaces con otros seres, al tiempo que sirven para comunicarse con el medio exterior logrando que la vida en sociedad sea posible por la transmisión de información; teniendo como medio la **comunicación**, convirtiéndose el hombre en producto de ella.

Etimológicamente **comunicar** significa poner en común¹; operación que consiste en hacer público algo de una manera agrupada, dando a conocer experiencias a los demás individuos y convirtiéndose en el fundamento mismo de la sociedad, pues con esta, rompe el aislamiento y establece una red de relaciones entre sus integrantes. Jordi Llovet y Roman Jakobson entienden el acto de comunicación como:

“La construcción, por parte de un emisor, de un mensaje acuñado a partir del marco de posibilidades articulatorias de un código lingüístico común al emisor y al receptor a quien va dirigido el mensaje, vehiculado a través de un canal y que se supone que habla de algo contextual a lo cual remite o refiere el mensaje”²

Todo acto de comunicación implica una relación interactiva y funcional entre dos o más sujetos con su medio; llevando a cabo el intercambio permanente de informaciones y conductas entre un **emisor** y un **receptor**; donde los seres vivos establecen una relación y se desarrollan internamente adaptándose al medio de acuerdo a los estímulos, influencias y condicionantes que reciben de este a través de un **canal**.

El **emisor**, es quien estructura y envía los mensajes con el propósito de establecer contacto con los demás, su función esta determinada por sus experiencias, su visión del mundo, por los valores morales y las condiciones socio-culturales en las que se desenvuelve. Mientras que el **receptor** es quien percibe el mensaje; descifrándolo y actúa condicionado por sus experiencias y su práctica social, aceptando o rechazando total o parcialmente el contenido del mensaje.

El **canal** o **medio de comunicación** se interpreta como el elemento material que sirve de conducto o instrumento para trasladar, amplificar, difundir o reproducir los mensajes, dentro del cual existen los **canales fisiológicos** (el rostro, ojos, manos, etc.), y los **canales técnicos** conocidos también como instrumentos externos; que funcionan como extensiones de sentidos humanos (papel, radio, teléfono, televisión, computadoras, entre otros). En este proceso de comunicación se da el **signo**, el cual es la combinación de dos elementos:

1. **Significado:** Se representa mentalmente al desarrollar una idea.
2. **Significante:** Evoca un concepto, dando forma al desarrollo en el que se realiza la participación, donde lo que en principio transmite uno se convierte en comprensión mutua.

¹ Castellanos, Magdalena Raúl.
Curso Moderno de Redacción,
México, UNAM, 1992, p. 1

² Vilchis, Luz del Carmen.
Metodología del diseño,
Fundamentos teóricos, México,
UNAM, 1998, p. 87

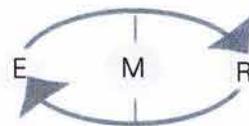
La comunicación, es causada primordialmente por el desarrollo y la fuerza que tienen los actuales medios, dando lugar a que se le distribuya una influencia de tipo social y psicológico, basándose en la necesidad que tienen el hombre de ordenar su ambiente por medio del conocimiento y la información.

Entre los muchos tipos de comunicación; se destacan tres:

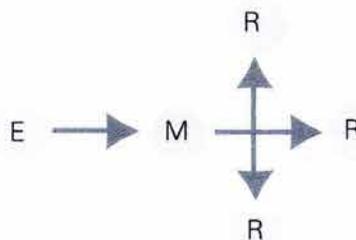
1. La autocomunicación o monólogo, donde el emisor es su propio receptor.



2. La interpersonal o diálogo, donde se permite el cambio de roles entre emisor y receptor permitiendo mayor interrelación entre las partes que se comunican.



3. Y la de los grandes grupos o masas, considerada por el receptor como su fuente principal de información y credibilidad. Esta se caracteriza por que el mensaje es emitido por pocos y recibido por un número indefinido y heterogéneo de receptores.



E=emisor M=mensaje R=receptor

1.2 DISEÑO Y COMUNICACIÓN

Las diferentes disciplinas del diseño pueden ser interpretables por los receptores, a partir de la teoría de comunicación de masas; éstas portan un mensaje y dan como resultado un proceso de comunicación, relacionando la definición y la explicación del fenómeno de comunicación visual; entre su proceso y los personajes del mismo. La función comunicativa del diseño radica en su capacidad transformadora y explicativa, tanto de lenguajes visuales como verbales y se expresa en la relación de diálogo que se establece entre emisor y receptor; su responsabilidad social incluye el contenido de los mensajes, donde los objetos asumen diferentes roles dependiendo del medio de comunicación:³

³ Ibid. p. 80

- Portadores de forma; como sensibilizadores visuales o táctiles que preparan reacciones y estimulan reflejos motores.
- Ocasiones de contacto intersubjetivo; portadores de mensajes funcionales y simbólicos cuyo lenguaje responde a actividades personales.
- Materia de valoración; estimula o entorpece las formas de pensar y reaccionar, propicia originalidad o trivialidad, alineación o dominio.

“Cada elemento del mensaje está al servicio de esa intencionalidad, hay un cálculo y un diseño previo destinado a cumplir con los requerimientos de la distribución y el consumo de la mercancía... el sistema necesita de mensajes para su funcionamiento... el mensaje tiene la función de reforzar la visión parcial de la realidad, además de acentuar el encantamiento de las mercancías...”⁴

El lenguaje personal del diseño parte del punto de comprensión de que los objetos tienen significado funcional, informativo y formativo; estos juegan un papel de entendimiento de la realidad, poniendo de relieve la existencia de tres polos fundamentales: la empresa, el diseñador y el público. Donde el diseñador es quien ejerce el papel de intermediario, enlazando la empresa y su público a través de los diferentes resultados de su tarea como comunicador. La relación entre la empresa, el diseñador y el público consumidor (receptor) constituyen un sistema interdependiente, operando recíprocamente una dialéctica de estimulación y necesidad al mismo tiempo⁵. (Figura 1)



Figura 1. Relación empresa diseñador y público

- El emisor o usuario del diseño, confirma la utilidad y la necesidad de recurrir a las diferentes variaciones del diseño.
- El diseñador en términos de comunicación el codificador de los productos y de los mensajes, es quien ejerce la interpretación creativa de los datos base, relativos a un propósito definido y su puesta en código inteligible.
- El mensaje es el resultado material del diseño gráfico. Es un conjunto de signos extraídos de un código visual que son ensamblados según un cierto orden y sus reglas combinatorias.
- El medio difusor es el canal por el cual circulan los mensajes gráficos: prensa escrita, cartel, libro, entre otros.
- El receptor de la comunicación visual y de los productos de la empresa, es generalmente un segmento social, un grupo definido previamente por sus características tipológicas: económicas, sociales, culturales, etc. El destinatario de los mensajes es el factor que realimenta el proceso de comunicación.

⁴ Prieto Castillo, Daniel. *Diseño y Comunicación*, México, Coyoacán, 1985, p. 11-12

⁵ Costa, Joan. *Imagen Didáctica*, España, CAEC, 1994. p. 10-11

Los objetos diseñados son portadores de lenguaje, por tanto han de ser estudiados como signos, y en tanto signos quedan insertos en los medios masivos de comunicación. Siendo la disciplina que permite analizar los elementos de la comunicación audiovisual, la semiótica quien ayuda al estudio de todos los signos o elementos que integran un mensaje estableciendo una relación entre los elementos de significación y los procesos culturales. El diseño al formar parte de un sistema de comunicación se encuentra incluido dentro de su proceso, implicando la existencia de un objeto o señal que a través de un emisor se transmite a un destinatario o receptor. (Figura 2).

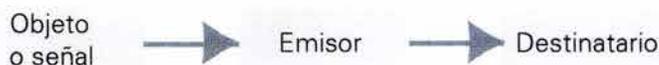


Figura 2. Sistema de comunicación

Los signos monósemicos, son aquellos que poseen un solo sentido y los signos polisémicos, los que en su significante adquieren diversos sentidos. El carácter polisémico de un lenguaje incluye valores meramente descriptivos que pretenden objetividad (denotación), valores subjetivos, éticos, estéticos, religiosos, en los cuales se funda el proceso poético de los diseños (connotación) y se pueden incluir los valores tendientes a la acción.

La comprensión del significado de los signos se logra mediante el conocimiento de los códigos que permiten a emisores y receptores entender su relación con los objetos. Mientras que la semiótica se sirve del lenguaje de los signos para hablar de estos, aplicando dimensiones muy concretas de ellos apareciendo así, tres aspectos distintos de la semiótica que poseen su propia finalidad: la sintaxis, la semántica y la pragmática. Sin embargo, cada uno de ellos implica a los demás, puesto que todos suponen distintas maneras de hacer referencia al proceso semiótico. (Figura 3).

SEMIÓTICA		
SINTAXIS	SEMÁNTICA	PRAGMÁTICA
Estudia la estructura lógica del lenguaje. Posible relación formal de unos signos con otros.	Estudia su contenido significativo y sus posibles relaciones entre los signos visuales con objetos o ideas a los que son aplicables.	Estudia las posibles relaciones de los signos con sus interpretes.

Figura 3. Aspectos de la semiótica

Siguiendo a Ch. Morris se puede afirmar que:

- **Sintaxis.** Estudio de las relaciones sintácticas de los signos entre sí, haciendo abstracción de las relaciones de los signos con los objetos o con los interpretes. Da un conjunto de reglas para manipular los diversos signos y lenguajes.

- **Semántica.** Se ocupa de la relación de los signos con sus designata, y por ello, con los objetos que pueden denotar o que de echo denotan. Estudia su contenido significativo ocupándose de las relaciones existentes entre las palabras y las cosas o los sentidos que adquieren. La semántica presupone a la sintaxis aunque pueda prescindir de la pragmática.
- **Pragmática.** Es la ciencia de la relación de los signos con sus interpretes y se ocupa de los aspectos bióticos de la semiosis, es decir, de los fenómenos psicológicos, biológicos y sociológicos que se presentan en el funcionamiento de los signos. Analiza las actividades determinadas por el lenguaje en la comunidad de hablantes.

Según Ch. Morris, el proceso semiótico supone tres elementos importantes: el vehículo signico, el designatum y el interprete. (Figura 4).

PROCESO SEMIÓTICO		
INTERPRETE	DESIGNATUM	VEHÍCULO SIGNICO
El efecto que produce hasta convertirse en signo.	Aquello a lo que el signo se refiere.	Lo que actua como signo.

Figura 4. Elementos de un proceso semiótico

Los signos están regidos por reglas específicas constituidas en un código, el cual va a regir las relaciones existentes entre los diferentes signos, con la correlación entre el plano de la expresión y el plano del contenido; correlación convencional aunque no arbitraria: lo arbitrario es la relación de la significación.

Por lo tanto se dice que un signo jamás representa a un objeto, pero si constituye un acto de referente, siempre que el código le muestre al intérprete a qué clase de objeto pertenece dicho significante. Los valores del signo se estudian en tres planos diferentes:

- **Significante;** relativo al análisis de las propiedades formales (tipología y materia). Es el estudio sintáctico; su materia la constituyen las características de los signos sin atender a su significado.
- **Significado;** concierne al análisis de los factores iconológicos que configuran al objeto, incluye el estilo, el gusto, las intenciones, las aspiraciones. Es el aspecto semántico o del estudio de los signos al que pertenece la relación entre ellos con lo que denotan.
- **Función;** correspondiente a la relación de los signos con emisores y receptores en su aspecto pragmático.

Las funciones fundamentales de la semiótica, según el análisis original de Jakobson aplicado por J. Llovet da origen al siguiente esquema (Figura 5):

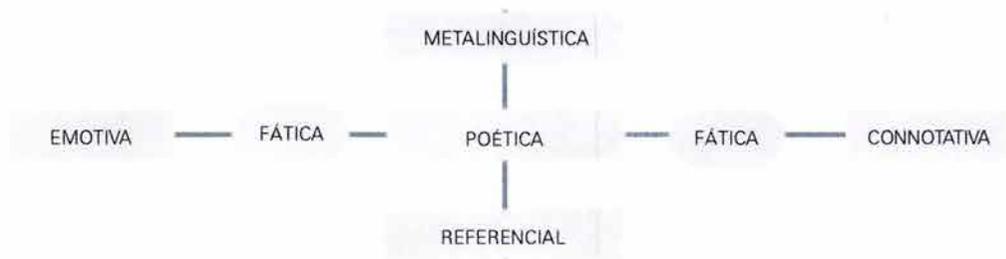


Figura 5. Funciones de la semiótica

Donde:

- Emotiva; define las relaciones entre el emisor y el mensaje pues al comunicar, expresa una actitud determinada respecto del objeto de la comunicación.
- Fática; cuyo objetivo es asegurar el contacto entre los sujetos del proceso comunicativo.
- Poética; también llamada estética, concierne al valor plástico del mensaje.
- Metalingüística; consiste en la definición del sentido de los signos a partir de otro sistema conceptual.
- Referencial; define las relaciones entre el mensaje y su objeto.
- Connotativa; relativo a las relaciones entre el mensaje y su receptor.

El código, es una condición necesaria para la existencia del signo. En el sistema de signo de comunicación se encuentran las señales, que son una variante de los signos cuyo principal objetivo es evocar una acción, modificarla o hacer que alguien desista de realizarla. Una señal sólo se encarga de alentar la presencia que representa, sin emplear ninguna relación de significados.

La comunicación es inseparable al diseño, este puede ser explicado a partir de los elementos del proceso comunicativo, todo diseñador cumple una función expresiva contenida en la información transmitida por el objeto; mientras que la función comunicativa del diseño determina que éste no queda limitado al texto de los objetos sino que implica necesariamente al contexto en el que se da, siendo esta relación la que permite hacer resaltar los contenidos específicos de los objetos mientras que su claridad y precisión dependen del conocimiento que tenga el diseñador del entorno social⁶.

1.3 COMUNICACIÓN GRÁFICA

La planeación y producción de la comunicación gráfica es la actividad de estudio del diseño que, como disciplina estudia el comportamiento de las formas, sus combinaciones, su coherencia asociativa, sus posibilidades funcionales y sus valores estéticos captados en su integridad, orientados hacia la resolución de problemas de la comunicación. Puede caracterizarse como una forma específica de arte y poética, como tal responde a una función determinada: la comunicación gráfica; es decir, proyecta los mensajes que el hombre requiere para establecer un orden con significados donde la tarea

⁶ Vilchis, Luz del Carmen.

Op. cit. p. 87

esencial del diseñador, consiste en una transformación del entorno que se expresa en objetos gráficos, que por extensión modifican al hombre.

A la comunicación gráfica conciernen diversos fenómenos, la interrelación de estos proporcionan el objeto de estudio de la disciplina:⁷

- Fenómeno de comunicación gráfica: Comprendido por el emisor externo, necesidad, contexto, diseñador, medio, emisor interno, mensaje, medios de comunicación visual, condiciones culturales, ambiente perceptual, relaciones entre el mensaje y las referencias de la realidad material o imaginaria, el receptor y las posibles respuestas que proporciona al emisor externo, al medio o al contexto.
- Fenómeno de percepción visual: Integrado por la realidad percibida, el sujeto preceptor, las formas de representación y organización mental de las percepciones, la fijación de la percepción, los destinos de las percepciones y la estructura relacional.
- Fenómeno de configuración o representación: Incluye la realidad material y la realidad imaginaria, las mediciones de la representación, la intención y el contenido, las presuposiciones del contexto, las convenciones culturales, las etapas de representación, los grados de iconicidad y los grados de configuración.
- Fenómeno de semiósis: Establece la correlación entre las sustancias y formas de expresión (sintácticas), las sustancias y formas del contenido (semánticas) y las sustancias y formas de la interpretación (pragmática).
- Fenómeno de producción: Procedimientos sistemáticos para que un proyecto de comunicación gráfica sea reproducido y devenga comunicable, relaciones con la técnica y la tecnología.
- Fenómeno de valoración: Establece los vínculos disciplinarios entre la lógica funcional del valor de uso, lógica del valor de cambio, lógica del cambio simbólico y la lógica del valor-signo.

19

1.3.1 NOCIONES BÁSICAS DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

1.3.1.1 SEMIÓISIS

Semiósis es la posibilidad de uso de los signos; se refiere a una característica fundamental del comportamiento humano, la capacidad de evocar, representar o referirse a algo; todas ellas, relaciones entre el significante y el significado comprendidas en el signo. Es el proceso mediante el cual los elementos formales funcionan como signos susceptibles de interpretación que permiten explicar tanto la configuración de cualquier mensaje visual como su comportamiento social en tanto objeto de significación desde sus tres posibles dimensiones: sintáctica, semántica, pragmática. Esto es factible en la clasificación elemental de los signos por niveles de semantización:

⁷ Viichis, Luz del Carmen.

Diseño Universo de conocimiento,

México, UNAM, Claves

latinoamericanas, 1995, p. 36-37

- Signos indéxicos. Aquellos que significan una sola idea u objeto.
- Signos caracterizadores. Aquellos que significan una pluralidad de cosas y pueden combinarse en diversas formas que expliquen o restrinjan el alcance de su aplicación.
- Signos universales. Aquellos signos que pueden significar cualquier cosa cuyas relaciones son abiertas a cualquier signo y tienen implicaciones generales.

1.3.1.2 TEXTO

Unidad pertinente de comunicación, por el cual no se comprende al signo aislado ni un conjunto de signos, sino un bloque estructurado y coherente de signos que comprende las intenciones comunicativas de un diseño visual, cuyos elementos articulatorios son indiscernibles en virtud de que constituyen una estrategia de comunicación y tiene intenciones pragmáticas específicas: desarticularlo equivaldría a la confusión del mensaje. Se habla de la comprensión del texto desde las propiedades sintácticas y perceptivas de la imagen a partir de los conceptos de unidad y coherencia, bajo estos términos, se puede elaborar el análisis textual desde las teorías de:

- Alfabetidad visual: análisis de la imagen por las relaciones sintácticas de los signos que la integran.
- Iconismo: análisis de la imagen en su relación con la realidad.
- Isotopías: análisis de la imagen a partir de imágenes equivalentes en un espacio determinado.

1.3.1.3 CONTEXTO

Se refiere a la realidad que rodea un signo, un acto de percepción visual o un discurso. El contexto se constituye por todas las mediaciones visuales o no visuales de expresión, asimismo en una totalidad, por la situación completa que rodea a una imagen y que determina el sentido. En la comunicación gráfica vincula los rasgos principales y la acción visual de los participantes, los objetos relevantes, los acontecimientos no visuales y no personales y el efecto que producen.

El complejo contextual se integra de la siguiente forma:

- Contexto visual. Elementos preceptuales internos o externos al discurso.
- Contexto discursivo. Abarca el sistema universal de significados al que pertenece un discurso o un género y que determinan su sentido de validez.
- Contexto de situación. Circunstancias particulares que rodean un discurso visual, espacio-tiempo del discurso, generado por él mismo y organizado con respecto al receptor, se subdivide en situación inmediata y situación mediata.

- Contexto regional. Espacio cognoscitivo dentro del cual un signo visual funciona en determinados sistemas de significación, puede distinguirse zona, ámbito y ambiente.
- Contexto emocional. Aspectos afectivos que se relacionan con el o con los significados que presenta o implica un discurso visual.
- Contexto cultural. Elementos y situaciones relacionados con el modo de vida, hábitos, costumbres, conocimientos y vínculos valorativos.

1.3.1.4 CAMPO SEMÁNTICO

Para definir el campo semántico hay que distinguir primero el campo léxico, el cual se refiere a todas las palabras que designan un mismo sector de la realidad, mientras que el campo semántico, más complejo, implica las categorías, conceptos y signos visuales que marcan el perímetro y el sentido de un fragmento de la realidad o del conocimiento, siendo este del que se parte para comprender los diferentes fenómenos de la comunicación gráfica.

21

1.3.1.5 FUNCIÓN

Desempeña una serie de funciones o variables dependientes del concepto a comunicar, por parte del diseñador, el texto y el contexto.

- Función referencial: formulación intelectual y objetiva de un mensaje en relación con su referente.
- Función emotiva: transmisión de las actitudes afectivas y subjetivas del emisor interno respecto al referente.
- Función comunicativa: semántica y pragmática, determina las posibles interpretaciones que el receptor haga del mensaje.
- Función expresiva o poética: reside en las cualidades plásticas y estéticas del discurso visual.
- Función metalingüística: indica aquellos códigos que se utilizan para referirse a lenguajes-objeto.
- Función fática: enfatiza el mensaje por medio de recursos de redundancia, reiteración, remarcación, repetición de algún elemento para captar la atención del receptor.

1.3.1.6 DISCURSO

El discurso es la unidad máxima de determinantes del texto visual; condicionadas no pueden encontrar más que en ellas mismas su eficacia.

Dentro de la comunicación gráfica se pueden establecer los siguientes tipos de discursos.

- **Discurso publicitario:** integra relaciones de la imagen diseñada con el pensamiento mercantil, manifestándose en las formas de expresión de la publicidad y sus fines se relacionan con la promoción de aquellos objetos, productos o servicios entendidos como mercancías o la promoción de y para personas.
- **Discurso propagandístico:** integra las relaciones de la imagen diseñada con el pensamiento político y sus fines se enfocan a la persuasión, promoción de las ideas; su objetivo, su forma de respuesta se manifiesta en el voto o participación proselitista.
- **Discurso educativo:** integra las relaciones posibles de la imagen diseñada con finalidades de comunicación didáctica enfocadas a la disciplina que comprende todas las vertientes de aprendizaje, la respuesta de los receptores se encuentra en la modificación tangible de conductas.
- **Discurso plástico:** imagen diseñada con el pensamiento estético y lúdico, se inserta en las artes visuales como parte de la denominada gráfica.
- **Discurso ornamental:** integra las relaciones de la imagen diseñada con las funciones de ornato, se relaciona con las artes decorativas y los oficios artesanales.
- **Discurso perverso:** se manifiesta en todos aquellos géneros de comunicación gráfica que causan intencionadamente un daño —visual, moral o intelectual— a los receptores corrompiendo sus fines habituales, comprende la comunicación: amarillista, violenta, morbosa y pornográfica.
- **Discurso híbrido:** son aquellos que resultan de la unión de dos discursos de diferente naturaleza, se consideran confusos en tanto que hay una mezcla de intencionalidades lo cual se traduce en la posible fragmentación tanto del mensaje como de sus resultados.

1.3.1.7 Códigos

Los códigos se definen y clasifican mediante la combinación de reglas básicas prefijadas; los elementos pertinentes de los códigos se denominan signos y sus propias condiciones posibilitan la articulación de mensajes.

“Los códigos se definen, como las reglas de elaboración y combinación de los elementos de dicho lenguaje. Sea el caso del idioma que utilizamos, las reglas de morfología y de sintaxis tienen la función de enseñarnos lo básico para poder usar ese recurso de comunicación... son conjuntos de obligaciones destinados a posibilitar la comunicación entre individuos y entre grupos, dentro de una determinada formación social”⁸

Los códigos son la base de la elaboración del diseño de mensajes, que apuntan a incidir en los códigos conductuales, ya sean estos para reforzarlos o transformarlos. En la comunicación gráfica se encuentran los siguientes códigos:⁹

- **Códigos morfológicos:** comprende tanto los esquemas formales abstractos —líneas, contornos, etc.—, como los elementos formales figurativos —viñetas, ilustraciones—.

⁸ *Ibidem*, p.57

⁹ *Ibidem*

- **Código cromático:** comprende los esquemas de color que son adjudicados a un determinado diseño, tienen referencias culturales, específicas regidas por el tiempo y región.
- **Código tipográfico:** comprende todos los textos caracterizados por la elección de tamaño, valor, grano, forma y orientación de los caracteres, incluye también la elección de signos o de configuraciones, estructuradas o estilizadas.
- **Código fotográfico:** comprende todas las imágenes que se caracterizan por el tipo de encuadre, escala tonal, grado de definición, tramados y textura y grados de iconicidad.

No se deben confundir los códigos de elaboración de mensajes con los códigos conceptuales que son los conjuntos de obligaciones que rigen los actos de diferentes grupos dentro de una clase social; sea del diseñador o del receptor, si no más bien hay que relacionarlos.

1.3.2 HERRAMIENTAS DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

Los elementos o herramientas visuales de la comunicación gráfica pueden usarse con intenciones muy complejas, pues forman la materia prima de la información visual constituida por elecciones y combinaciones selectivas que tienen la capacidad de transmitir información de una manera fácil y directa dando a conocer mensaje comprensibles sin esfuerzo para cualquier tipo de receptor.

Las herramientas de la comunicación gráfica son:¹⁰

1.3.2.1 PUNTO

Es la unidad mínima e indivisible de la comunicación visual, su potencial expresivo o significativo puede establecerse a partir de la unidad misma o en agrupaciones racionadas, en palabras de D.A. Donis:

“se concibe como punto a algo que pueda servir de referencia o como un marcador de espacio... cualquier punto tiene una fuerza visual grande de atracción sobre el ojo, tanto si su existencia es natural, como si ha sido colocado ahí por el hombre con algún propósito”.¹¹

Dos puntos constituyen una herramienta para la mediación del espacio en el entorno o en el desarrollo de cualquier clase de plan visual, y cuanto más complicadas sean las mediciones necesarias en un plan visual, más puntos se emplearán.

Los puntos se conectan y por tanto son capaces de dirigir la mirada. Por medio del punto se pueden describir; líneas, contornos, texturas, volúmenes e incluso puede ser un recurso en las posibilidades de combinación de pigmentos. En gran cantidad y yuxtapuestos crean la ilusión de tono o color que es el hecho visual en que se basan los medios mecánicos para la reproducción de cualquier tono continuo.

¹⁰ D. A., Dondis. *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona, Gustavo Gili, 2000, p. 55

¹¹ *Ibidem*, p.55

1.3.2.2 LÍNEA

Cuando los puntos están muy cercanos entre sí, no puede reconocerse individualmente, aumenta la sensación de direccionalidad y la cadena de puntos se convierte en otro elemento visual distintivo: la línea, a partir de esta se pueden definir longitudes, alturas, elaborar texturas e incluso se puede dar forma a los volúmenes; Donis define a la línea como:¹²

“un punto en movimiento o como la historia del movimiento de un punto”

Puede ser la oposición secuencial de varios puntos en el espacio que cuenta con una gran energía, nunca es estática, es infatigable y el elemento visual por excelencia del boceto y la previsualización, es precisa; tiene una dirección y un propósito, cumple algo definido por eso puede ser rigurosa y técnica y servir como elemento primordial de los diagramas de la construcción mecánica y la arquitectura, puede ser muy flexible e indisciplinada, delicada, ondulada o audaz y burda, incluso en manos del artista o diseñador puede ser vacilante, indecisa interrogante cuando es solamente un prueba visual, puede ser personal adoptando la forma de curvas nerviosas. Tanto si se usa flexible y experimentalmente como si se emplea con rigor y mediciones. Es el elemento básico del dibujo y sirve al diseñador para visualizar físicamente una imagen determinada.

El elemento visual de la línea se usa mucho para expresar la yuxtaposición de dos tonos, se emplea muy a menudo para describir esa yuxtaposición y cuando así se hace es un procedimiento artificial.

1.3.2.3 CONTORNO

Existen tres contornos básicos; el cuadrado, el círculo y el triángulo. Cada uno de ellos tiene su carácter específico y rasgos únicos, atribuyéndosele una cantidad de significados, a veces mediante la asociación, otras mediante una descripción y otras a través de nuestras propias percepciones psicológicas y fisiológicas:¹³ al cuadrado se asocian significados de torpeza, honestidad, rectitud y esmero; al triángulo, la acción, el conflicto y la tensión; al círculo, la infinitud, la calidez y la protección. Todos los contornos básicos son fundamentales, figuras planas y simples que pueden describirse y construirse fácilmente. A partir de éstos se derivan, mediante combinaciones y variaciones inacabables, las formas físicas de la naturaleza y de la imaginación del hombre.

1.3.2.4 DIRECCIÓN

Todos los contornos básicos expresan tres direcciones visuales elementales y significativas:¹⁴ el cuadrado, la horizontal y la vertical, el triángulo, la diagonal, el círculo, la curva: cada uno tiene un fuerte significado asociativo y es una herramienta valiosa para la confección de mensajes visuales. La referencia

¹² *Idem*, p. 56

¹³ *Ibidem*, p. 57

¹⁴ *Ibid.*, p. 60

horizontal-vertical constituye la referencia primaria del hombre respecto a su bienestar y su maniobrabilidad. Su significado básico no sólo tiene que ver con la relación entre el organismo humano y el entorno, sino también, con la estabilidad en todas las cuestiones visuales. La dirección diagonal tiene como referencia directa a la idea de estabilidad, en la formulación opuesta, es la fuerza direccional más inestable y en consecuencia, la formulación visual más provocadora. Su significado es amenazador y casi literalmente subversivo. Las fuerzas direccionales curvas tienen significados asociados al encuadramiento, la repetición y el calor.

1.3.2.5 TONO

Las variaciones de luz, también llamado tono constituye el medio con que se distinguen ópticamente la información visual del entorno, es decir, vemos lo oscuro por que esta próximo o se superpone a lo claro y viceversa. Cuando se habla de tonalidad en el grafismo, se refiere a una clase de pigmento, pintura o nitrato de plata que se usa para simular el tono natural. Entre la luz y la oscuridad de la naturaleza hay cientos de grados tonales distintos, pero en las artes gráficas y en la fotografía esos grados están muy restringidos, basta decir que la escala tonal más usada entre el pigmento blanco y el pigmento negro, se descomponen en trece grados. La manipulación del tono mediante la yuxtaposición aminora considerablemente las limitaciones tonales relacionadas al problema de competencia en la copia tonal de la naturaleza.

El tono es uno de los instrumentos de que dispone el visualizador para indicar y expresar esa dimensión. La claridad y la oscuridad son importantes para la percepción del entorno que se acepta una representación monocromática de la realidad, mientras que la sensibilidad tonal, necesaria para nuestra supervivencia; pues gracias a ella vemos el movimiento inesperado, la profundidad, la distancia y otras referencias ambientales, el valor tonal es otra manera de describir la luz.

1.3.2.6 COLOR

Mientras el tono esta relacionado con aspectos de la supervivencia y es parte del organismo humano, el color tiene una afinidad más intensa con las emociones. Es necesario para la creación de mensajes visuales ya que se encuentra cargado de información y es una de las experiencias visuales más penetrantes; constituye una valiosa fuente de comunicación visual engloba en una amplia categoría de significados simbólicos.

“El color es un factor importante y se emplea para dar vida e interés, fuerza y valor al impreso: resaltar una frase, palabra o ilustración; atenuar ciertos detalles pesados con el fin de equilibrar el conjunto; interpretar mejor un determinado tema; representar lo más fielmente posible un objeto, paisaje, etc., con sus colores naturales...”¹⁵

¹⁵ Enciclopedia: *La composición en las artes gráficas. Tratado tecnológico con profusión de ilustraciones y ejemplos gráficos.* Tomo dos. España, Edebé, 1974. p. 104

El color sólo es un fenómeno perceptual que se debe al cromatismo, pues absorbe y refleja las ondas de luz presentándose en el transcurso de reflejo y el ojo, y donde esta presenta dos particulares: la temperatura y la longitud de onda. Solamente la forma de energía radiante comprendida entre 380 y 780 milimicras tiene la propiedad de estimular la retina del ojo humano, provocando la sensación que llamamos luz blanca. Se conocen dos tipos de color:¹⁶ el de luz que se encuentra en el ambiente (procedimiento aditivo) donde a partir de un área oscura los colores se iluminan dando la mezcla de dos colores como resultado uno más luminoso, teniendo como base al rojo, verde y azul y los de pigmento (procedimiento substractivo) a partir de una base blanca donde filtran la luz absorbiendo unos colores y reflejando o dejando pasar otros, mezclar dos colores a partir de este sistema da como resultado uno menos luminoso teniendo como base al magenta, cian, amarillo y negro. Manuel López Monrroy habla sobre las características del color cuando menciona:¹⁷

“La cualidad que nuestro cerebro interpreta como color es en realidad una diferencia en las longitudes de onda de la luz. Lo que nuestros ojos ven como luz blanca es la mezcla de radiaciones luminosas diferentes. La longitud de onda de la luz visible está entre los 380 y los 780 nanómetros (nm)...la posición de la luz en el espectro determina su color. El número de colores que puede ser separado o identificado es convencional pero es posible distinguir con claridad rojo, naranja, amarillo, verde, azul y violeta.”

Las teorías sobre el color, abarcan tres dimensiones que pueden definirse y medirse en:¹⁸

- Matiz, es el color mismo o croma, existiendo más de cien. Cada matiz tiene características propias ya que los grupos o categorías de colores comparten efectos comunes. Hay tres matices primarios o elementos: amarillo, rojo, azul; cada uno de ellos representa cualidades fundamentales como son: el amarillo es el color que se considera más próximo a la luz y el calor; el rojo es el más emocional y activo; y el azul es pasivo y suave: el amarillo y el rojo tienden a expandirse, el azul a contraerse. Cuando se asocian en mezclas adquieren nuevos significados. El rojo, que es un matiz provocador, se amortigua al mezclarse con el azul y se activa al mezclarse con el amarillo. Los mismos cambios en los efectos se obtienen con el amarillo que se suaviza al mezclarse con el azul.
- Saturación, se refiere a la pureza de un color respecto al gris, el color saturado es simple, casi primitivo y ha sido siempre el favorito de los artistas populares y los niños; carece de complicaciones y es muy explícito, se compone de matices primarios y secundarios. Los colores menos saturados apuntan hacia una neutralidad cromática e incluso un acromatismo y son sutiles y tranquilizadores. Cuanto más intensa o saturada es la coloración de un objeto visual o un hecho, más cargado está de expresión y emoción. Lo informativo da lugar a una elección de color saturado o neutralizado que depende de la intención.

¹⁶ Küppers, Harald, *Fundamento de la teoría de los colores*. Barcelona, Gustavo Gili, 1995, p. 11

¹⁷ Martínez Ofelia. *Et. al., La comunicación visual en museos y exposiciones*, México, UNAM-Margen Rojo, 2001, p. 107

¹⁸ D. A. Dondis: *Op. cit.*, p. 67-68

- Acromática, se refiere al brillo, que va de la luz a la oscuridad, es decir, al valor de las gradaciones tonales. El aumento y disminución de la saturación pone de relieve la constancia del tono y demuestra que el color y el tono coexisten en la percepción sin modificarse uno al otro.

La posimagen o imagen persistente es el fenómeno visual fisiológico que ocurre cuando el ojo humano se ha fijado durante cierto tiempo sobre una información visual cualquiera, parece reaccionar con un comportamiento tonal idéntico al de un pigmento. La posimagen negativa de un color produce un color complementario o su opuesto exacto. Cuando mezclamos dos colores complementarios, rojo y verde, amarillo y púrpura, no solo se eliminan entre sí, sino que también producen un tono medio de gris en el producto final.

“La fijación de una gama de color conduce a una adaptación del órgano de la vista. La intensidad de la sensación de color se va reduciendo continuamente. Observamos que el estímulo de color, físicamente invariable, produce de forma continuada sensaciones de color cambiantes. Si al cabo de un tiempo prudencial apartamos la vista de un campo de color a una superficie blanca, aparece el color de imagen persistente. Pero si volvemos la vista del campo de color fijado a otro campo de color, el color de la imagen persistente se mezcla con aquella sensación que ha sido despertada por el estímulo de color existente.”¹⁹

Dado que la percepción del color es la parte simple más emotiva del proceso visual, tiene una gran fuerza y puede emplearse para expresar y reforzar la información visual. El color no solamente tiene un significado universalmente compartido a través de la experiencia, también un valor independiente informativo a través de los significados que se le adscriben simbólicamente, a parte del significado cromático altamente transmisible.

1.3.2.7 TEXTURA

La textura es el elemento visual que sirve para estimular otro sentido; el tacto. La textura se aprecia y reconoce ya sea mediante el tacto, la vista o ambos sentidos. Cuando hay una textura real, coexisten las cualidades táctiles y ópticas, no como el tono y el color que se unifican en un valor comparable y uniforme, sino por separado y permitiendo una sensación individual a la vista y al tacto, aunque se proyecten ambas sensaciones en un significado fuertemente asociativo.

La textura es un fenómeno de la percepción visual, que como el color, permite diferenciar objetos, personas y ambientes. Esta debe a la incidencia de la luz sobre las diferentes superficies la posibilidad de percibirla. La textura es la repetición de una forma ya sea gráfica o física con una constante de orden. Se encuentra relacionada con la composición de una sustancia a través de variaciones diminutas en la superficie del material sirviendo como experiencia sensitiva y enriquecedora.

¹⁹ *Ibidem*.

El conocimiento por medio de la experiencia sensorial permite al diseñador tomar las referencias de sus particularidades (análisis estructural de la forma), para después derivarlas a soportes gráficos como un recurso más de su representación.

El hombre tiene una experiencia táctil mínima e incluso un temor al contacto; el sentido del tacto ciego queda rigurosamente restringido en los videntes, ya que existe una experiencia táctil limitada y muchas veces no sabemos reconocer una textura basando exclusivamente un significado en lo que vemos.

1.3.2.8 ESCALA

Todos los elementos visuales tienen capacidad para modificar y definirse unos a otros, este proceso es en si mismo el elemento llamado escala, donde, explica D.A. Donis:²⁰

“se establece lo grande a través de lo pequeño y donde se puede cambiar toda la escala con la introducción de otra modificación visual”.

Es posible establecerla no sólo mediante el tamaño relativo de las claves visuales, sino también mediante relaciones con el campo visual o el entorno, siendo los resultados visuales fluidos y nunca absolutos, pues son sometidos a muchas variables modificadoras convirtiéndose en parte esencial para la estructuración de los mensajes visuales ya que este efecto puede extenderse a todas las manipulaciones del espacio, por ilusorias que sean. La escala suele utilizarse en planos y mapas para representar una medición proporcional real. La medición es una parte integrante de la escala, pero no resulta crucial. Más importante es la yuxtaposición, pero el factor más decisivo es el establecimiento de la escala en la medida del hombre mismo, ya que todo va en función del tamaño medio de las proporciones humanas.

Existen fórmulas proporcionales sobre las que se basa una escala; siendo la más famosa la **sección áurea**, que se obtiene bisecando un cuadro y usando la diagonal de una de sus mitades como radio para ampliar las dimensiones del cuadrado, hasta convertirlo en “rectángulo áureo”.

1.3.2.9 DIMENSIÓN

La representación de la dimensión o representación volumétrica en formatos visuales bidimensionales depende también de la ilusión, pero en ninguna de las representaciones bidimensionales de la realidad existe un volumen real; este sólo está implícito. La ilusión se refuerza de numerosas cualidades, pero el artificio fundamental para simular la dimensión es la convención técnica de la perspectiva, donde los efectos pueden intensificarse mediante la manipulación tonal de claroscuro, énfasis a base de luces y sombras.

²⁰ D. A., Dondis. *Op. cit.* p. 71.

La perspectiva tienen diversidad de reglas y usa la línea para crear sus efectos, pero su intención última es producir una sensación de realidad. Es el elemento dominante en cualquier material visual relacionado con el volumen tonal y real, tratándose de un problema muy complejo que requiere la capacidad de previsualizar y planear a tamaño natural.

El diseño y la proyección de un material visual tridimensional, exige muchos pasos para idear y proyectar las posibles soluciones, en primer lugar está el boceto, que suele hacerse en perspectiva; en segundo lugar están los dibujos de trabajo rígidos y mecánicos; y por último la construcción de una maqueta para la visualización del aspecto que tendrá el objeto una vez terminado.

1.3.2.10 MOVIMIENTO

El movimiento es probablemente una de las fuerzas visuales más predominantes en la experiencia humana, a nivel fáctico sólo existe en todo aquello que se visualiza con algún componente de movimiento. La sugestión de movimiento en formulaciones visuales estáticas es más difícil de conseguir sin distorsionar la realidad, pero esta implícita en todo lo que vemos ya que deriva de nuestra experiencia completa de movimiento, esta acción implícita es la información visual estática de una manera a la vez psicológica.

El mundo paralizado y congelado es lo mejor que se ha creado hasta el arribo de la imagen móvil y su milagro de la representación del movimiento. Pero no existe movimiento auténtico tal como se conoce, este movimiento no es atribuible al medio sino al ojo del observador, en el que se da el fenómeno fisiológico de la "persistencia de la visión". Como componente visual el movimiento es dinámico.

1.3.3 DISCIPLINAS DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA Y SUS CARACTERÍSTICAS

Los géneros o disciplinas permiten concebir las diversas manifestaciones discursivas del diseño de la comunicación gráfica en una clasificación de medios organizados por sus características físicas y sus condiciones de configuración, poniendo de manifiesto la especificidad propia de los diferentes lenguajes que sirven sobre todo para evidenciar su complementariedad expresiva en tanto que disciplinas y medios de comunicación. Lo diseñado comprende el producto de la acción, cuya variedad abarca lo mismo sistemas de señalización, libros, revistas, periódicos, carteles, estampillas postales, dibujo de animación, folletos, envases, entre muchos otros. Dentro de los géneros del diseño se encuentran:²¹

²¹ Vilchis, Luz del Carmen. *Op. cit.*, p. 54-56

Género ornamental	Su diseño gráfico se basa en los elementos morfológicos simples, no proporcionan información, carecen de texto y son repetitivos.	Papeles decorativos Promocionales Objetos decorativos Objetos para fiesta
Género editorial	Comprende aquellos objetos impresos cuyo diseño gráfico dependen de texto continuo, proporcionan conocimiento superficial o profundo sobre uno o varios temas; están condicionados por la legibilidad, son los diseños más próximos al receptor. Su duración varía desde el tiempo breve hasta la permanencia indefinida.	Libro Periódico Revista Folleto Catálogo
Género paraeditorial	Comprende aquellos objetos impresos cuyo diseño gráfico tienen como origen un texto mínimo, reducido a información breve y específica, la imagen llega a tener mayor importancia que el texto, su duración es efímera. Tiene gran proximidad con el receptor.	Volantes Calendarios Empaques Promocionales Etiquetas Portadas
Género extraeditorial o publicitario	Se encuentran aquellos objetos impresos cuyo diseño gráfico tiene como origen un tema determinado, pueden o no integrar un texto sin embargo este siempre está condicionado por la imagen, sus estrategias son de motivación, difusión y repetición, logrando efectos sociales de persuasión y estimulación de actos de consumo.	Cartel Periódico mural Espectacular Escenografías Anuncio mural
Género informativo e indicativo	Comprende aquellos objetos impresos de materiales diversos cuyo diseño gráfico se basa en la imagen y la representación simbólica, proporcionando información, aunque carezca de texto en un espacio de acción para uso de los individuos, su función es la de introducir un signo distintivo y de memorización; constituyen un sistema normalizado para su aplicación.	Imagen institucional Identidad corporativa Sistemas de identificación Sistemas de señalización Sistemas museográficos
Género narrativo lineal	Incluye aquellas manifestaciones gráficas impresas cuya base de interpretación se manifiesta por medio del dibujo.	Ilustración Historieta Fotonovela Diaporama Dibujo animado Multivisión
Género narrativo no lineal	Incluye aquellas manifestaciones gráficas impresas cuya base de interpretación se manifiesta mediante el dibujo y texto organizado con base en lenguaje digital; su lectura es electrónica.	Multimedia Presentaciones Páginas electrónicas Publicaciones electrónicas

1.3.4 COMUNICACIÓN TEMPORAL Y DURACIÓN

Un factor esencial y fundamental es la secuencialidad, la cual aparece de modo imprevisto en el diálogo y la conversación. El componente de la secuencia comunicacional es el tiempo, en tanto que soporte de la duración. Se caracteriza precisamente por esta capacidad de los comunicantes para alternar sucesivamente sus roles de participantes activos en un proceso simétrico.

El contacto de un solo emisor con un gran número de receptores (comunicación de masas) no siempre conserva este modelo fundamental, ya que generalmente no hay propiamente diálogo. La comunicación aquí, suscita reacciones en forma de actos más que de mensajes dando pie a otra variable importante: la reacción diferida, donde la respuesta no siempre se manifiesta de inmediato, a la inversa del diálogo.

La comunicación emitida por un ente social²² hacia los receptores se realiza indirectamente, existiendo interfase técnica, de cara a cara de cada individuo receptor con la terminal del médium: pantalla de cine o televisión, receptor de radio, revista, libro, periódico. En su mayoría son mensajes preelaborados que toman vida con la ejecución. En estos casos la relación emisor-receptor cambia radicalmente, puesto que el primero toma la iniciativa y la actitud activa de comunicar mientras que el segundo adopta una actitud de receptor pasivo. Dentro de esta dimensión temporal cabe considerar los aspectos que determinan la extensión temporal; hay mensajes de duración muy breve. Esta dimensión temporal de ciertos sistemas de comunicación, experimenta a veces una modificación substancial por lo que se refiere al modo de producirse: es la noción de discontinuidad o de intermitencia. Puede hablarse entonces de continuidad relativa, de modo que el proceso se presenta como una sucesión de mensajes interrumpidos entre sí, por ejemplo: un concierto, proyección cinematográfica, etc., el mensaje será el que se da en la suma de los mensajes parciales.

1.3.5 COMUNICACIÓN ESPACIAL Y SECUENCIA

Dimensión espacial es ópticamente, llevar de las dos dimensiones del plano a las tres dimensiones del volumen, es decir: la forma. Las dos dimensiones del plano constituyen el soporte universal del mundo de la inscripción y de la imagen. La comunicación que se desarrolla en el espacio es radicalmente diferente de la comunicación que se desarrolla en el tiempo. En esta segunda la duración esta predeterminada en el mismo mensaje a través de un modelo escrito, cuyas duraciones diferirán en función del tiempo real de cada ejecución, el espectador debe dedicar esta misma proporción de su tiempo si quiere recibir el mensaje en su integridad. La comunicación por mensajes espaciales se caracteriza por que conserva una cierta libertad temporal para el receptor, donde el espectador participa de la configuración del mensaje con el recorrido de sus ojos y desplazándose de un punto de observación a otro en busca de los ángulos más significativos de la forma en el espacio. Se destaca, dentro de la comunicación espacial, la evidente funcionalidad del medio señalético, el cual rehuye cualquier astucia de

²² Por ente social, se entiende cualquier organismo u organización que fabrica un mensaje técnico o es responsable moral o factual del mismo y permanece en el anonimato de la transmisión como son: la comunicación radiofónica, cinematográfica, impresa o televisiva.

la retención de la mirada; se dirige a la estructura cognoscitiva del cerebro a través de la visión, que es especialmente apta para registrar conjuntos significativos y le evita cualquier esfuerzo suplementario que sería preciso para descifrar las partes: la señalética funciona, y desaparece de inmediato de la memoria. Esta renuncia a incidir sobre la atención visual, sobre la inversión temporal, la percepción estética y el recuerdo, define explícitamente el carácter funcional y autodidáctico, específico del sistema señalético, que lo hace sustancialmente diferente de los demás sistemas y medios de comunicación.

1.3.6 LAS ORIENTACIONES DE LA COMUNICACIÓN

La orientación es la intencionalidad fundamental del emisor en relación con los efectos esperados. Es de carácter general; de ella derivan, las diferentes estrategias, lenguajes, medios y técnicas. De las cuales se distinguen siete orientaciones principales:²³

1. Comunicación injuntiva. Esta ejemplificada por la orden que dicta el jerarca a sus subordinados, la apelación decisiva que impone la acción de obediencia, de ser cumplida sin demora ni discusión.
2. Comunicación persuasiva. Cuyos ejemplos más evidentes son; la propaganda, publicidad y la seducción amorosa; en la comunicación persuasiva hay una participación más o menos voluntaria entre quienes se comunican. Siempre se halla oculto el factor carismático, estético y emocional y la estrategia de la fascinación.
3. Comunicación distractiva. Llena los tiempos de ocio o las pausas en que la atención se relaja; es el caso del espectáculo y el entretenimiento.
4. Comunicación pedagógica. Cuyo fin es la transmisión de elementos de conocimiento por medio de la lectura, la demostración, el razonamiento, el discurso didáctico, el documento y los esquemas e ilustraciones.
5. Comunicación informativa. Aporta datos utilitarios de la praxis, de conocimiento de novedades, noticias, advertencias e indicaciones.
6. Comunicación identificativa. Cuyo fin principal es el reconocimiento de aquello que se transmite; el retrato, el documento fotográfico policial, así como los signos de identidad en el campo individual: la foto de identidad, la firma, la huella digital, etc.
7. Comunicación autodidáctica. Es una reacción del receptor frente a datos de carácter informativo, la autodidáctica depende del individuo y de su capacidad por extraer datos de conocimiento. Pero hay mensajes de sentido totalitario y mensajes que se basan en conseguir la convicción o la seducción; otro dejan un margen más o menos notable a la libertad de interpretación y también de decisión de los receptores: por ejemplo el arte, y en otro extremo la señalética.

²³ Costa, Joan, *Señalética, de la señalización al diseño de programas*. España, CAEC, 1991. p. 25



CAPÍTULO II

**El museo como
espacio de comunicación**



CAPÍTULO II EL MUSEO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

2.1 MUSEOS

El nombre de museo procede de la palabra latina **museum**, y ésta del griego **mouseio**; este trataba de un santuario dedicado a las musas. Por extensión, la palabra comenzó a usarse para un edificio y un lugar donde se practicaban las artes liberales. Del Renacimiento se deriva el concepto convencional del museo, lugar donde se reúnen los objetos destinados al estudio de las artes, las letras y las ciencias. Pero fue hasta los siglos XVIII y XIX, al parejo de la consolidación de los estados nacionales que se da la necesidad de reflejar la riqueza comunitaria: el patrimonio. Surgiendo el concepto de bienes patrimoniales de los Estados nacionales; dando perfiles de configuración específica de los museos contemporáneos y teniendo repercusiones claras en la nueva política de los museos que comienzan a constituirse en instituciones, al mismo tiempo de recolección, conservación y estudio. El museo pasa pues a ser una institución de carácter oficial con vocación académica, reuniendo funciones de investigación, de divulgación y en muchas ocasiones de docencia. Recientemente los museos tienden a ser instituciones de carácter oficial y público de interés nacional, con vocación didáctica y frecuentemente axiológica donde se conservan, investigan y difunden temas y objetos patrimoniales de diversa índole, enfatizado en el deleite y el conocimiento del público visitante convirtiéndose entonces en un espacio vivo.

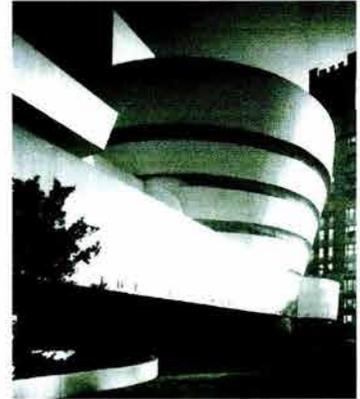
Lo grandioso del museo como institución no es lo que se muestra dentro de las vitrinas, sino la capacidad para producir un lenguaje, sin intermediarios entre los objetos y el observador ya sea en exposiciones temporales o permanentes; los objetos o testimonios, permiten reconstruir un ayer algunas veces olvidado y entender su actualidad.

2.1.1 DEFINICIÓN DE MUSEO

Bajo el patrocinio de la UNESCO se conformo el: Consejo Internacional de Museos (ICOM) que conforma el motor de impulso de los museos. La definición de museo que esta menciona dice:²⁴

“El museo es una Institución permanente, sin finalidad lucrativa, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierto al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y exhibe para fines de estudio, de educación y de deleite, testimonios materiales del hombre y su entorno...”

El museo es un edificio o lugar que se destina al estudio de las ciencias, las artes, las letras, la historia, etc. En él se cumplen fines culturales; se guardan, se



Museo Solomon R. Guggenheim.

²⁴ Sánchez de Horcajo, Abió.

Et. al. Sociología de Arte.

España, Librerías/Prodhufi.

1997. p.51.



Museo de Arte Contemporáneo Internacional
Rufino Tamayo. CONACULTA-INBA

conservan y se exponen objetos notables, reuniendo los más auténticos, valiosos e importantes del patrimonio para ser mostrados en un espacio donde se crean y difunden narraciones de la historia y de la cultura. El museo, es en sí, un medio cultural para inscribir en la conciencia pública el lugar y el papel que al arte le corresponde, además de ser un centro de estudio y de investigación, teniendo por propósito ser educativo, estético, comunicar las intenciones de sus promotores y creadores. Sin descuidar el valor propio que tienen las colecciones y el discurso museográfico.

“El papel que los museos juegan en nuestra sociedad es cada vez más dinámico, un papel que los acerca o incluso los integra a los medios modernos de comunicación. Subsanando un antiguo concepto que los convertía en almacenes pasivos, a la vez que recobran el rango de instituciones científicas, de investigación y comunicación de los diversos campos del conocimiento. En este proceso se han vuelto masivos e interactivos... Los museos también se han vuelto obras de arte ellos mismos, un nuevo concepto de museo abierto, vivo, participativo, requiere de un nuevo tipo de especialistas para su planeación, diseño, organización, administración y difusión.”²⁵

“En este fin de milenio, el concepto de museo ha tratado de ser diversificado, y se ha buscado la utilización de otros términos que amplíen su uso y su función tales como centros culturales y espacios museográficos... ¿qué es un museo o una exposición? Es un espacio de comunicación en donde lo más importante es la interacción entre una instancia promotora y el público visitante a partir de un acervo cultural y sus discursos.”²⁶

Las nuevas formas de concebir los museos surgida durante los primeros años de la década de los setentas resultan claves para la museología mundial y para la mexicana en particular. Es aquí cuando se comienza a redefinir el papel social y cultural del museo y atribuyen particular importancia al aspecto comunicativo de sus mensajes y exposiciones.

²⁵ Entrevista con José de Santiago, revista de la Escuela Nacional de Artes Plásticas #17, *Museografía contemporánea, De musas y museos*. UNAM México, p. 5

²⁶ Ofelia Martínez. *Et. al., La Comunicación Visual en Museos y Exposiciones*. Revista de la Escuela Nacional de Artes Plásticas #17, *Museografía contemporánea*, UNAM México.

²⁷ Sánchez de Horcajo, Abió, *et. al. Op. cit.* p. 53-55

2.1.2 FUNCIÓN DE LOS MUSEOS

El museo debe ofrecer la posibilidad de examinar y cuestionar el medio, y de comparar, clasificar y analizar los objetos y situaciones de acuerdo con la premisa de que el crecimiento intelectual depende del potencial y la información referencial del visitante y del carácter estimulante del medio. Los museos en general cuentan con cuatro funciones específicas:²⁷

1. Misión del museo.

Se deduce de su definición, conociéndose tres partes:

- Misión educativa. Reajusta su función didáctica que le compete a la nueva situación social representando nuestro haber tradicional en

forma viva y conexas con la cultura universal. El museo se convierte en un ser dinámico y vivo que debe seguir atentamente todo el desarrollo, evolución y novedades del mundo circundante, así como los adelantos pedagógicos y científicos para incorporarlos progresivamente. El mensaje transmitido por el museo al visitante debe dar la proyección de futuro, generándole una serie de impulsos positivos de tipo espiritual frente a la obra humana, su evolución y perfeccionamiento, así como estimulando progresivamente en el público el placer de conocer. Transformando el museo en instituciones docentes que hagan conocer a todas las personas, especialmente a los niños y jóvenes, el desarrollo cultural e histórico del hombre en sus múltiples facetas. Ha de ser entendido como servicio al bien común desde el punto de vista educativo y lograr la consideración de lugar de la comunidad.

- Misión científica. Se auxilia de los mecanismos necesarios para llevar a cabo una labor de investigación y de relación con otros museos y organismos institucionales especializados que enriquezcan su saber y permita a otros organismos conocer e investigar.
- Misión social. Se proyecta tanto hacia el exterior como al interior del mismo y es esencialmente difusora, apoyándose en los medios tecnológicos y publicitarios para su promoción tanto social y educativamente.

2. Memoria

Ofrece las posibilidades para conservar el bien humano. Es el elemento de transmisión de las tendencias artísticas de una nación, comarca o de las fases más importantes de la evolución cultural en general, exhibiendo una colección de objetos.

3. Creación cultural

Se basa para desarrollar este punto en un espacio de interacción comunicativa del museo, fomentando la creatividad humana mediante la **interactividad**.

4. Reproducción y transmisión de cultura

El museo elimina todo tipo de fronteras, acorta distancias y universaliza toda la civilización.



Papalote, Museo del Niño

2.1.3 TIPOS DE MUSEOS

En palabras de Luis Alonso Fernández: **Museología** es la ciencia del museo; estudia la historia y razón de ser de los museos, su función en la sociedad, sus peculiares sistemas de investigación, educación y organización, la relación que guarda con el medio ambiente físico y la clasificación de los diferentes tipos de museos.²⁸

²⁸ Fernández, Luis Alonso. *Museología. Introducción a la teoría y práctica del museo*, España, Itsmo, 1993, p. 28

El desenvolvimiento museístico obliga a los museos a entrar en una fase de definición y comportamiento, donde las exigencias del mundo actual, el avance de las tecnologías aplicadas a su infraestructura, el funcionamiento y la museología, han configurado una amplia variedad y clasificación de los museos.

“Al final del siglo XVIII, surge la diversificación de los museos. A partir de este momento vamos a encontrar museos ya no solamente como grandes colecciones que incluían prácticamente de todo, si no que se van ir dando especializaciones, por que son instituciones que tienen al análisis clasificatorio... surge la aceptación moderna del museo, que se va a dividir básicamente en dos áreas fundamentales: los que albergan colecciones científicas y los dedicados al arte; en los históricos y en los nacionales se dan supervivencias de museos globales que tienen de todo... en el siglo XX se agudizan las dicotomías como producto de la súper especialización, a consecuencia de la manipulación ideológica.”²⁹

El ICOM utiliza un sistema de clasificación de los museos, teniendo en cuenta las características de las colecciones agrupándolas del siguiente modo:³⁰

CLASIFICACIÓN DE MUSEOS	
MUSEOS DE ARTE (CONJUNTO BELLAS ARTES, ARTES APLICADAS, ARQUEOLOGÍA)	
<ul style="list-style-type: none"> • Museos de pintura • Museos de escultura • Museos de grabado • Museos de música • Museos de arqueología y antigüedades • Museos de arte religioso • Museos de artes decorativas y aplicadas • Museos de arte dramático, teatro y danza • Museos de artes gráficas: diseños, grabados y litografías 	
MUSEOS DE HISTORIA NATURAL EN GENERAL (COMPRENDIENDO COLECCIONES DE BOTÁNICA, GEOLOGÍA, PALEONTOLOGÍA, ANTROPOLOGÍA, ETC.)	
<ul style="list-style-type: none"> • Museos de sitio • Museos de geología y mineralogía • Museos de botánica, jardines botánicos • Museos de antropología física • Museos de zoología, jardines zoológicos, acuarios 	
MUSEOS DE ETNOGRAFÍA Y FOLKLORE	
MUSEOS HISTÓRICOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Museos de la marina • Museos de guerra y del ejército • Museos históricos y arqueológicos • Museos de historia de una ciudad • Museos “bibliográficos”, grupos de individuos, por categorías profesionales y otros. • Museos y colecciones de objetos y recuerdos de una época determinada. • Museos conmemorativos (recordando un acontecimiento) • Museos bibliográficos, referidos a un personaje (casa de personajes celebres o históricos) 	

²⁹ José de Santiago. *Op. cit.*, p.11

³⁰ www.icom.com/museos

MUSEOS DE LAS CIENCIAS Y DE LAS TÉCNICAS

- Museos de la ciencias y de las técnicas, en general
- Museos de física
- Museos de oceanografía
- Museos de medicina y cirugía
- Museos de técnicas industriales. Industria del automóvil
- Museo de manufacturas y productos manufacturados

MUSEOS DE CIENCIAS SOCIALES Y SERVICIOS SOCIALES

- Museos de pedagogía, enseñanza y educación
- Museos de justicia y de política

MUSEOS DE AGRICULTURA Y DE LOS PRODUCTOS DEL SUELO

MUSEOS DE COMERCIO Y DE LAS COMUNICACIONES

- Museos de moneda y sistemas bancarios
- Museos de transportes
- Museos de correos

39

2.1.4 TIPOS DE EXPOSICIONES

Las exposiciones se pueden clasificar a partir de su estructuración, sus contenidos temáticos y sus colecciones, de la definición de los objetivos de los espacios de exhibición y de la utilización de sus recursos paradigmáticos (elementos rituales, educativos y lúdicos). Partiendo de ello es posible encontrar los siguientes tipos de exposiciones:³¹

- **Objetos.** Elementos mas importantes de la exposición, alrededor de ellos se desarrolla el discurso museográfico.
- **Historiográficas.** Presentan la colección o exposición y respetan una secuencia cronológica dentro de una serie de acontecimientos.
- **Artísticas.** La colección es el origen de la puesta en escena de la exposición en donde se enfatiza la posibilidad del disfrute sensitivo-visual, auditivo o táctil por parte del espectador.
- **Interactivas.** Presentan colecciones y dan información generando participación activa con el espectador.
- **Exposiciones de estimulación temprana.** Espacios donde los recursos museográficos están destinados a motivar la capacidad perceptiva global del espectador, propiciando una actitud de investigación y descubrimiento. No importa que no existan colecciones en términos reales.



Exposición artística.
Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INBA

³¹ Martínez, Ofelia. *Et. al.*

Op. cit. p. 42-43

2.1.4.1 CARACTERÍSTICAS

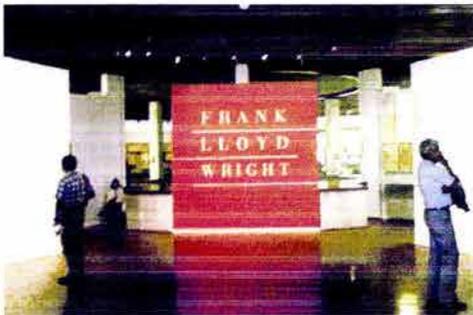
La exposición tiene características propias siendo este un medio de comunicación visual, que las distinguen de otros medios dentro de los que se encuentran:³²

- El mensaje de una exposición se da por el conjunto de significantes de varios elementos, como son: el espacio arquitectónico, los soportes tridimensionales, los objetos, la iluminación, los elementos gráficos de la información (poseedores de tres lenguajes inherentes: icónico, textual y literario) y los elementos audiovisuales.
- Dentro de los elementos de divulgación de apoyo, como son folletos, carteles, libros, guías, anuncios y elementos promocionales se suman al conjunto de significaciones y complementan el discurso museográfico.
- Generalmente la conformación de este complejo sistema de significaciones está realizada por un equipo interdisciplinario. El resultado de este trabajo tendrá una vigencia de varios meses como mínimo, hasta una secuencia de años que puede ser indefinida.
- Existe una narrativa secuencial en donde las intenciones de los emisores puede estar implícita o explícita. En ambos casos la lectura se puede dar a partir de una contemplación colectiva o individual, pero siempre es una actividad socializada.

- Las exhibiciones son creadas para un público específico, por lo que es muy importante el papel que este desempeña en la interpretación y comprensión del discurso. Dentro de la planeación museográfica se debe prever su participación.
- La visita a una exposición se da generalmente en el tiempo libre del espectador, e implica la participación total de su capacidad perceptiva (ver, oír, tocar, en algunos casos oler y gustar). Exige del espectador una respuesta activa (desde el acto de desplazarse hasta el sitio de la exposición y de caminar dentro de ella, hasta la creación de su propia interpretación narrativa de la experiencia de la visita.



Cartel promocional de exposición temporal. Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INBA



Exposición artística. Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INBA.

2.1.4.2 NIVELES DE LECTURA

Existen diferentes niveles de lectura dentro de una exposición por parte de los visitantes que dependerán de los intereses particulares y la cultural de cada uno de los espectadores. Entre ellos se pueden mencionar:³³

- Primer nivel de lectura. Títulos y subtítulos de áreas de exposición, junto con imágenes, con altos índices de iconicidad (fotografías, ilustraciones o pinturas), objetos, soportes y espacios arquitectónicos. Lo conforman los elementos museográficos que en primera instancia registra el visitante,

³² Martínez, Ofelia. *Et. al. Op. cit.*, p.39-42

³³ *Idem.* p.68-71

entre estos se encuentran los que a nivel perceptivo reconocen de inmediato y se identifican. Los textos, títulos y subtítulos se encuentran en este primer nivel tanto por su significado como por su aspecto formal.

- Segundo nivel de lectura. Textos presentados como cédulas temáticas e imágenes con índices de iconicidad que requieran mayor tiempo para su interpretación (mapas, diagramas, gráficas, etc.) Lo conforman los elementos museográficos que requieren una lectura cuidadosa por parte del visitante, quien interpreta información más específica que la presentada en el primer nivel.
- Tercer nivel de lectura. Cédulas, fichas técnicas de objetos y del material presentado, con material interactivo. Este nivel de lectura requiere mayor tiempo y exige más atención por parte del espectador. Esta conformado por aquellos elementos a partir de los cuales el visitante puede profundizar en la información, requiere más tiempo e información de su parte.
- Cuarto nivel de lectura. Medios de apoyo, como son bancos de datos y consultas en bibliotecas, así como guías y catálogos complementarios y razonados. Este nivel de lectura se puede dar fuera del espacio físico de la exposición, como puede ser la propia casa del visitante. Formado por aquellos elementos que sin estar presentes en los espacios de exposición, refuerzan el discurso presentado por los productores. Dentro de este rango se encuentran los libros de arte y guías.



Catálogo de exposición artística.
Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INBA.

2.2 EL MUSEO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

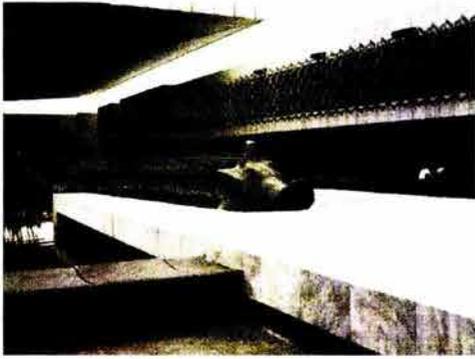
En los últimos años se considero que la experiencia que se vive en el museo no sólo tiene la intención de que el visitante camine y vea testimonios del pasado, consideración que llevo a analizar el modo de comunicación y percepción no sólo de los objetos exhibidos sino también de quien mira estos objetos, (el espectador) conduciéndolos a intentar remplazar al viejo museo, con posibilidades de encontrarse y comunicarse con los más variados visitantes, pasando a ser considerado como un lugar de comunicación, e incluso el medio de comunicación más viejo del mundo.

“El museo (o una exposición) es un medio de comunicación. Es un soporte multimedia (es decir con muchos medios) a través del cual se intenta comunicar una información; esta puede ser de índole muy diversa, y abarca desde la obra de una artista, la evolución el hombre, la historia de una nación, los adelantos científicos y hasta otros más.”³⁴

“El museo, lo mismo que otras expresiones artísticas intentan conocer y comprender nuestro momento, nuestra era, se asemeja a nuestros modos de vida actuales... el museo es lugar de encuentro, principalmente con el encuentro con sí mismo.”³⁵

³⁴ Martínez, Ofelia. Revista de la Escuela Nacional de Artes Plásticas #17, Museografía contemporánea. *Entorno a la creación de exposiciones*, UNAM, México, p.8

³⁵ Zavala, Lauro. Et. a./, *Posibilidades y límites de la comunicación museográfica*, UNAM, México, 1993., p.31



Museo de Nacional de Antropología. CONACULTA-INHA

En las sociedades complejas, la oferta cultural es muy variada y se conciben varios estilos de percepción y comprensión, formados en relaciones dispares con bienes procedentes de tradiciones cultas, populares y masivas. Sobre estas bases la estética de la percepción cuestiona que existan interpretaciones únicas o correctas. Toda escritura, todo mensaje, están cargados de espacios en blanco y silencios, en los que se espera que el lector produzca sentidos nuevos. Pero lo fundamental es que se reconozca la asimetría entre emisión y recepción y se vea en esta asimetría la posibilidad misma de leer y mirar el arte. Hoy se tiende a aceptar que el museo es una

estructura que almacena una serie de mensajes, que intenta despertar en el espectador ideas convencionales, convirtiéndose en un signo que encierra dentro de sí otros muchos signos que el destinatario ha de ir descubriendo progresivamente.

- Como significado el museo se entiende como una parte del sentido global de una sociedad, que ha sido creado siguiendo modelos culturales precisos.
- Como mensaje el museo hace uso de todos los canales de información, con el propósito de hacer llegar su contenido a toda la sociedad.

En su contexto de comunicar se presenta como un libro abierto que espera múltiples y variadas lecturas y respuestas, cuya finalidad es informar y proponer el encuentro del público con la materialidad de los testimonios del pasado o del presente.

El visitante del museo va y vincula las relaciones simbólicas con lo expuesto, con lo imaginario social, con los visitantes y con lo imaginario individual. Es en este momento donde las personas encargadas de montar la exposición analizan como influyen los modelos de presentación; valiéndose de medios auxiliares: videos, catálogos, folletos, juegos didácticos, entre otros, que ayuden a este encuentro entre obra física y el público sea productivo.

Refiriéndose al mundo de las artes, la teoría de la comunicación puede ser aplicada ya que pretende insinuar que todo arte, si desea ser apreciado y reconocido por el público, necesita expresarse en un lenguaje que le sea familiar, de no ser así, caerá en la monotonía y el aburrimiento.

Sobre la base de que el museo se considera como un espacio de múltiples significados; que favorece la búsqueda de un sentido a través de los objetos, el edificio, su estructura, etc., se convierten en el medio que conduce al visitante a introducirse a su espacio, dando inicio a una relación comunicativa entre el espectador y su emisor, recordando que el visitante es el elemento principal, pues es a él a quién va dirigida la exposición.

Todo museo se ha de convertir en un eficaz medio de comunicación de la cultura, que llega a la sociedad y a los



Exposición artística.
Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INHA.

centros de estudio e investigación, volviéndose el mediador entre la producción artística y su difusión con el público, sometido a un desarrollo constante en cuanto al sentido de comunicación que lo forman. Hoy en día, la entrada a un museo moderno ya no exige una visita guiada, sino que el visitante tiene libre acceso directo a las obras sin que sea necesario ningún intermediario. El libre contacto con el arte supone en el visitante una capacidad de saber situarse frente a las obras, encontrando los propios apoyos que den sentido a su esfuerzo por conocer, permitiendo la posibilidad de un itinerario democrático, en el que es posible ir de un sitio a otro. Este tipo de museo pretende llegar a la sensibilidad estética del público que contempla la obra, golpeándole en su propia intimidad con el objeto de crear dentro del visitante una cierta desestabilización de sus esquemas actuales mediante la formulación de preguntas que van más allá de lo que simplemente se ve, para adentrarse en un mundo que lo sensibilice y le ofrezca posibilidad de escoger diversas alternativas a la hora de realizar su recorrido por el museo.



Vestibulo. Museo Solomon R. Guggenheim.

2.2.1 FUNCIÓN COMUNICATIVA

El museo forma parte de un grupo urbano donde tiene lugar el encuentro con los demás, un lugar cargado de significados para todos aquellos que viven en la ciudad y se acercan a él, sin olvidar que se tiene delante no sólo un espacio físico, sino también un ámbito relacional que no se cataloga sistemáticamente, abierto a cualquier sugerencia que pueda ofrecer en un momento determinado.

Cuando se entra a un museo y se contempla su arquitectura desde un punto de vista significativo, se descubre que cada una de sus formas cumplen la función de un lenguaje o razonamiento capaz de transmitir al visitante un determinado mensaje, que es comunicado a través de un signo arquitectónico. Esto no significa que se considere como realidades inseparables tanto su estructura como las obras que este contiene, sino que se concibe el museo tal como lo hace S. Zunzunegui:³⁶

“una superficie discursiva, como un espacio físico organizado, en la que se expresa la acción enunciativa de un sujeto colectivo sintagmático implícito.”

La arquitectura es un elemento fundamental para la existencia y funcionamiento de un museo, el edificio en si mismo, dependiendo de su diseño, puede pasar desapercibido o bien tener un importante contacto visual-emotivo, para el visitante; ese primer impacto visual es determinante para recordar no solamente sus características físicas, sino que tipo de museo es, que trata y que contiene, es decir, el edificio permite al visitante tener una referencia



Sala de exhibición. Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INBA.

³⁶ Herneandez, Hernández Francisca. *El museo como espacio de comunicación*. España, Trea, 1998, p. 24

visual que facilita el acto de apropiación emotivo-visual para el recuerdo. Francisca Hernández, habla sobre como el museo se auxilia del espacio para lograr sus objetivos:³⁷



“El museo se sirve de la lectura del espacio como un medio de plasmar sus objetivos. En muchas ocasiones la misma arquitectura dentro del conjunto urbano es capaz de llegar directamente hasta el visitante, manifestándole a primera vista cuál es su propia función, contribuye a facilitar una valoración adecuada de las colecciones y, al mismo tiempo, favorece el acercamiento a las obras a través del diseño de un itinerario de la percepción. A su vez, dicha función se traduce en una dimensión didáctica y pedagógica que trata de explicar una serie de valores nacionales que son fruto del esfuerzo histórico que realizan los diferentes movimientos de masas y de valores estéticos que reflejan el quehacer de las distintas escuelas y movimientos artísticos”



El edificio arquitectónico del museo se manifiesta, desde tres perspectivas distintas, el espacio lúdico, escénico y ritual:



Salas de exhibición temporales.
Museo de Arte Moderno, CONACULTA-INBA.

1. El espacio lúdico, la imaginación y la fantasía de la persona que entra en el museo se ven aproximadas a sumergirse en la dinámica del juego que esté propone, permitiéndole a desempeñar un sin fin de papeles con los que pueda disfrutar libremente. Elementos lúdicos; módulos interactivos, simulaciones, tiendas, computadoras, restaurantes, viajes educativos, visitas para niños y demostraciones.

2. El espacio escénico, introduce al espectador en un espacio donde es posible la representación de dichos papeles como si estuviera dentro de un teatro. Se hacen presentes los elementos educativos como son; textos (cedularios), audiovisuales, películas, videos, maquetas, paneles, materiales gráficos, conferencias, guías de visita y catálogos.

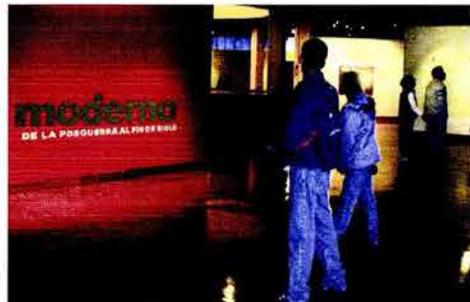
3. El espacio ritual, se abre como un lugar para la ceremonia donde es fácil recuperar, a través de la puesta en escena, el auténtico impulso lúdico. Elementos rituales; objetos, arquitectura, ambientaciones, umbral, salida, espacios de proyección, y transporte para el acceso.

Para comprender lo que un museo desea que el visitante perciba es necesario conocer la diferencia entre un museo “frío” o comunicativo y uno informativo o “caliente”, la cual, se encuentra en el echo de que el primero está equipado para provocar la participación, mientras que el segundo simplemente transmite los contenidos dentro de una estructura que impide dicha participación.

³⁷ *Idem*, p. 35

El museo moderno se presenta como una extensión y un perímetro abierto, dentro del cual el visitante se mueve libremente sin necesidad de que nadie le indique el camino a seguir en su recorrido. Esa libertad a la hora de participar en la experiencia contemplativa del arte implica tres aspectos:

1. Supone que la estructura arquitectónica y expositiva priva de toda connotación de monumentalidad propia del museo histórico.
2. Abre la posibilidad a que se de un espacio transparente donde el espectador pueda encontrarse con las obras sin la mediación de los elementos museográficos.
3. Se prescinde de todo recorrido indicativo que pueda encasillar de algún modo la visita, para dejar paso a una concepción libre y democrática de su recorrido.



Sala de exhibición.
Museo de Arte Moderno: CONACULTA-INBA.

Gerardo Portillo señala:

“El visitante encontrará que el museo le propone llevar a cabo una circulación que se considera la adecuada o la óptima para un recorrido por todo el espacio dispuesto para las exposiciones y demás áreas. Dicha circulación que deberá ser bien organizada, puede ser interrumpida en algunos casos de acuerdo a la planeación arquitectónica del edificio del museo; si este fuese exactamente planeado para ello, y puede proporcionar además una opción distinta para que los visitantes hagan una lectura del discurso museográfico diferente a la que proponen los museógrafos en cada muestra.”³⁸

El visitante es el elemento básico del proceso de comunicación en todo espacio cultural, y en particular en los espacios museográficos, no sólo es receptor pasivo de una propuesta museográfica frente a la cual reacciona, sino que es el elemento a partir de cuyas necesidades de reacción, educación y comunicación se establecen diversas estrategias de diseño por parte de los responsables del discurso museográfico. Se induce al visitante por lo menos a reconocer tres dimensiones dentro de la experiencia de visita (centrada y organizada alrededor de espacios y objetos), la dimensión educativa (basada en la experiencia de adquirir nuevas perspectivas y organizada alrededor de sistemas conceptuales, afectivos y contextos de referencia) y la dimensión lúdica (centrada en el juego de las posibilidades de lo imaginario y lo deseable).

La perspectiva pragmática se centra en los estudios de los procesos de interpretación, y por ello es necesario señalar cuáles estrategias tienen lugar en los espacios museográficos.³⁹

- Público real, potencial e idóneo para la exposición. En este contexto, el público idóneo y el potencial existen antes de la inauguración y el público real se modifica dentro del proceso posterior a la inauguración. La definición del público idóneo determina los criterios del diseño y la producción de la exposición; la naturaleza del público real determina el grado de éxito de la exposición.

³⁸ Portillo, Gerardo. *La arquitectura de los museos: funcionalidad y recuerdo*. Revista de la Escuela Nacional de Artes Plásticas #18: Museografía contemporánea II UNAM, México p. 16

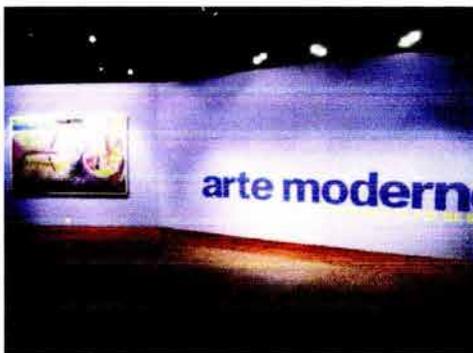
³⁹ Zavala, Lauro. *Tendencias actuales en los estudios sobre comunicación en los museos*. Revista de la Escuela Nacional de Artes Plásticas #17 Museografía contemporánea, UNAM, México. p. 30



Vestíbulo. Museo José Luis Cuevas

- Recursos disponibles y estrategias para el empleo de estos recursos durante el proceso de diseño y producción, de acuerdo con las expectativas del público virtual y con los objetivos del equipo de producción, así como el reconocimiento de los recursos utilizados en otros contextos de producción.
- Evaluación previa de los resultados parciales durante el proceso de planeación y diseño, y después de la inauguración.
- Respuesta del público a lo expuesto con fines estadísticos, desde la perspectiva de los objetivos perseguidos por la instancia productora de la exposición.
- El análisis de la experiencia museográfica, desde el punto de vista del visitante.
- Crítica profesional de las exposiciones, en la prensa especializada, la radio, la televisión y de existir libros de visitantes.

La semiótica, que alterna con el intercambio de mensajes o fenómenos de la comunicación, y que no es otra cosa que un signo o un conjunto de ellos producidos por una fuente y transmitidos a un receptor, ayuda para que un mensaje pueda llegar a su destinatario o receptor mediante los canales adecuados, realizando un proceso de codificación y decodificación que admite la existencia de un código o un conjunto de reglas que hacen posible la reconversión de los mensajes, sin embargo surge la duda si el público está o no preparado para comprender el mensaje que el museo le quiere dar a comunicar, a lo que en opinión de García Canclini se responde esta duda cuando menciona:⁴⁰



Sala de exhibición. Colección permanente.
Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INBA.

“entre el emisor y el receptor del arte, no han de ser interpretados como una incompreensión del receptor ante la obra de arte.”

Al contrario, puede ser fruto de la continua interacción entre creadores, críticos, mercado y museos, que son quienes, dan sentido a los objetos culturales, aunque no pueda afirmarse que las obras adquieran un significado inmovible y único para todas las épocas, al igual que pueden ser diversas las interpretaciones y lecturas que de ella se realicen. Al mismo tiempo, puede tener diversas lecturas dentro de una estética de la recepción, abierta siempre a interpretaciones plurales.

Por tanto, el espacio expositivo necesita, un campo semántico donde la obra no puede decirse así misma sin la presencia del visitante o espectador que le da sentido; y este no puede prescindir de los factores de tipo histórico, político, social, económico, religioso y estético, que dan un sentido nuevo al objeto, insertándolo dentro de una dinámica humana que lo hace más fácilmente claro para todos aquellos que lo contemplan. Solamente entonces la obra de arte se manifiesta, como un objeto culturalmente significativo.

Como se ha mencionado el museo, a través de su propia estructura, se convierte en el medio o emisor del mensaje de los signos, propio de la sintaxis.

⁴⁰ Acha, Juan. *Expresión y apreciación artística*. México, Trillas, 1993. p. 52

En un segundo momento, el museo trata de ofrecernos una serie de contenidos bien organizados que forman la base discursiva y semiótica del mismo; pretende comunicar algo y se asiste de la semántica —relaciones de signos y objetos—. Por último, el receptor o público trata de dar sentido al objeto, interpretando su significado y aplicándolo a la situación cultural en que se mueve, propio de la pragmática, dándose una relación entre los signos y el público. (Figura 6)

MUSEO COMO LENGUAJE SIGNIFICATIVO		
SINTAXIS	SEMÁNTICA	PRAGMÁTICA
Es un medio emisor del mensaje de los signos.	Ofrece contenidos organizados Comunica algo. Relaciona signos-objetos.	Cuenta con receptor. Da sentido al mensaje. Interpreta su significado. Decodifica. Lo aplica a su situación actual.

Figura 6. Museo como lenguaje significativo

Como todo sistema de comunicación, el museo es un centro emisor, un canal de comunicación que puede ser el propio edificio y las exposiciones de objetos y un centro receptor que es el visitante. En la actualidad, se trata de considerar a la exposición como **media**, considerando que la creación de un espacio expositivo es un mundo de lenguaje. Por un lado, se trata de un mundo real, en el que se da la exposición misma con sus objetos y elementos complementarios, su ambiente y sus visitantes que configuran el **espacio sintético** y, por otro lado, esta constituido por un mundo irreal o imaginario, lleno de significaciones producidas a lo largo de la visita, configurando lo que se denomina **mundo utópico**. De ésta forma, el objeto expuesto se encuentra en estrecha relación con el mundo real, de donde procede, con el espacio sintético al que pertenece y con el mundo utópico sobre el que actúa. Frente a estos dos mundos es necesario tener en cuenta la actitud del visitante, que desempeña un papel activo en la exposición, quien puede elegir su itinerario y diseñar su propia visita. El espectador es invitado a construir el mundo utópico dando sentido e interpretando la exposición.

Se necesita crear el ambiente adecuado donde sea posible la contemplación del arte, el diálogo, el encuentro entre los visitantes y las obras expuestas, que los objetos tengan el espacio físico que haga posible la recuperación de su dimensión lúdica, como un campo abierto, donde puedan decir lo que verdaderamente son, ya que cada obra de arte o todo objeto que se encuentra en el museo posee carácter de diálogo, es decir, relacionar y comunicar. Convirtiéndose el museo en la recreación de un espacio físico y de un ámbito humano donde, el relacionar y dialogar ocupa un puesto primordial y donde las obras, al ser expuestas, adquieren importancia al entablar una comunicación con el visitante o espectador. Constituyendo un ámbito lúdico capaz de sugerir la creación de nuevos ámbitos, donde la experiencia estética pueda ser compartida con todos aquellos que están abiertos a la belleza y al diálogo. Los objetos pueden ser analizados desde dos puntos diferentes; como signo y como mensaje. Si el objeto es considerado como signo se sitúa en distintos niveles: (Figura 7).

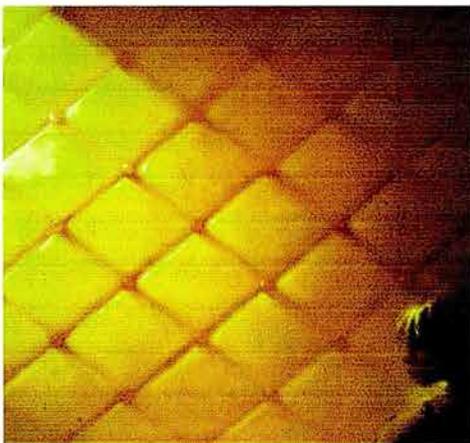
OBJETO SIGNO		
UNIVERSO DE LOS SIGNOS	UNIVERSO DE LAS SITUACIONES	UNIVERSO DE LAS COSAS
Nivel semiótico	Nivel referencial	Nivel funcional

Figura 7. El objeto como signo. A escala semiótica, se coloca dentro del universo de los signos, a escala referencial dentro del universo de las situaciones y a escala funcional dentro del universo de las cosas.

Todo objeto considerado signo está constituido por dos elementos, uno material (el significante) y otro conceptual (significado), presentándose como un sistema de significación en el que por una parte, se significa así mismo y por otra, la función que este denota o realiza. Existiendo los dos modos de significación: monosémicas —cuando la imagen tiene un sentido inmediato— o polisémicas —cuando la imagen puede tener muchos significados—. El objeto-mensaje, posee dos valores distintos, un valor semántico, de carácter denotativo y un valor asociado, de carácter connotativo o subjetivo. (Figura 8).

OBJETO MENSAJE	
VALOR SEMÁNTICO Caracter denotativo u objetivo. Hace referencia a su significación.	VALOR ASOCIADO Caracter connotativo o subjetivo. Hace referencia a su relación contextual, incidencia funcional y a su significado.

Figura 8. El objeto como mensaje



Lisa Yuskavage. *La pequeña gran Lisa*, 1997-98

La función comunicativa de la obra de arte consiste en inducir al espectador a apreciarla, similar a comenzar un diálogo con ella; mientras que lo sensitivo de los signos, es lo más importante en las manifestaciones artísticas, cada uno de los espectadores ve detalles que otros no ven. Toda comunicación exige al receptor que le dé un sentido, que no es comunicable, salvo cuando hay coincidencias entre el emisor y el receptor; ya que es este último quien siempre tiene la última palabra en el proceso de la interpretación y valoración de todo público cultural. En esta línea Juan Acha explica como se da la comunicación ante una obra de arte:⁴¹

“Para captar lo sensitivo es necesario que el receptor de a las imágenes y formas de la obra artística un sentido estético, esto es, que acepte estar ante una obra de arte y utilice los códigos artísticos. En

consecuencia, además de dar un sentido al tema, se debe darle uno estético al cuadro. El receptor ha de darle otro sentido a lo pictórico del cuadro (tendencia o el estilo plástico al que pertenece). El tema, es lo que significan las figuras o, lo que presentan. Este es el significado establecido de las figuras y puede tener varios sentidos. Lo estético, que es lo sensitivo de las figuras, formas y trazos, y que pueden ser traducidos en función de belleza. Lo pictórico, que es el lenguaje de las semejanzas y diferencias pictóricas con sus similares de su tiempo y lugar, primero; y luego con las similares de su pasado.”

⁴¹ *Ibid.*, p. 66

Toda obra de arte tiene tres funciones comunicativas o apreciaciones: la **temática**, la **estética** y la **pictórica** (por tratarse de un cuadro). Las apreciaciones temática y pictóricas son mentales y se dirigen a los significados establecidos de las formas y los colores, mientras que la apreciación estética requiere prestar atención con nuestra sensibilidad o subjetividad. Juan Acha hace referencia a los códigos de los lenguajes artísticos, que sirven para descifrar lo que la obra quiere decir. Cabe distinguir los planos o niveles comunicativos y los efectos comunicativos (Figura 9).

SEMÁNTICO	SINTÁCTICO	PRAGMÁTICO
Implica detectar el parecido o no de la imagen con la realidad este plano es el de la semejanza entre la figura y la realidad que ella representa.	En cualquier obra artística predomina la composición y la organización armónica de los componentes que lo forman. Aquí interesan las relaciones entre las figuras.	Donde la obra acentúa los efectos de ella sobre el receptor, es decir, logra afectar o asombrar. Aquí se trata de las relaciones de las figuras con el receptor.

Figura 9. Planos o niveles comunicativos

2.2.2 RELACIÓN ENTRE EL OBJETO, EL MUSEO Y EL HOMBRE

Desde su origen, los museos han sido sitios destinados por principio a la educación (Jean Galard⁴²), participando en la empresa general de la instrucción pública, organizan la presentación de sus colecciones según un propósito demostrativo, siguiendo recorridos “lógicos”, que son su modo específico de comunicar un saber; donde tanto objetos, el visitante y el propio museo asumen un papel importante para la comprensión de su función y comprensión entre ellos y los objetivos perseguidos. Ofelia Martínez de igual forma analiza este asunto diciendo:⁴³

“Una de las discusiones comunes sobre el tema de los museos, es acerca de la validez que tienen los objetos y las colecciones para conformar las áreas indispensable de esta institución. En términos ortodoxos, no existe museo sin colección, en términos contemporáneos, el museo va más allá de los objetos... los visitantes buscan en los museos las colecciones, las obras de arte, pero no queda claro si el visitante busca los objetos por una propia fascinación en la observación de las colecciones o bien se trata de un “prestigio” que a fuerza de repetición lo considera parte inherente a su experiencia de la visita.”

Todos los objetos adquieren su significado mediante los diversos ambientes sociales, económicos, políticos y culturales que se desarrollan en su entorno; donde se llevan a cabo su evolución en escenarios públicos y privados que entran y salen del mundo de los bienes y mercancías; derivando en una serie de objetos valiosos que con frecuencia se encuentran en lugares muy especiales, como templos, y aún otros espacios construidos para mostrarlos, como es el caso de los museos. Junto a estos objetos se tienen una larga serie de variantes, réplicas y reproducciones; que se convierten en objetos de dominio popular y que en la medida en que se

⁴² Galard, Jean. *El museo y la cuestión de la comunicación*. Revista de la Escuela Nacional de Artes Plásticas #18. Museografía contemporánea II, UNAM, México, p. 61

⁴³ Martínez, Ofelia. *Los museos de arte como cadáver exquisito*. Revista de la Escuela Nacional de Artes Plásticas #18. Museografía contemporánea II, UNAM, México, p. 6



David Alfaro Siqueiros.
Yo por yo (Autorretrato), 1956

alejan del original, tanto en calidad como en tiempo, se pierden sus niveles de atracción; este proceso recibe el nombre de **sucesión formal**.

Para reconocer al museo como un lugar que resguarda “cosas” y evalúa los rasgos que distinguen a estos objetos “privilegiados”, es necesario saber como surge el interés por ellos y el momento en que se reconocen como parte esencial para el estudio de la cultura y del hombre mismo, es decir, una “historia de las cosas”; donde lo primero es reconocer que cualquier objeto llega a desenvolver un valor histórico y que este aspecto sirve para reforzar mecanismos de identidad y reconocimiento de los individuos como parte de un grupo diferenciado; por esto algunos objetos destacan por su poder sugerente y simbólico, tanto que su presencia puede rastrearse histórica y socialmente. En el caso de las obras de arte, éstas se toman como la solución de un problema; es decir, como un acontecimiento histórico. Desde este punto, los objetos son una forma de hacer evidente la solución a ciertos requerimientos, en algunos casos, el objeto en sí no es sino una copia tardía de una larga serie de objetos de menor calidad y muy alejados de la finura y claridad del original, destacándose la diferencia entre los objetos originales y las replicas.

El trabajo que realizan los museos en relación con los objetos que muestra y con los significados que define, resulta concentrarse en una idea. Los significados producidos son necesariamente parciales, pero lo más importante, es que son parte esencial de las pretensiones particulares de la autoridad y legitimidad de las cuales depende toda la posición del museo; después de todo, es a través del objeto y de la calidad de este como parte de una colección como se establece el carácter distintivo de un museo.

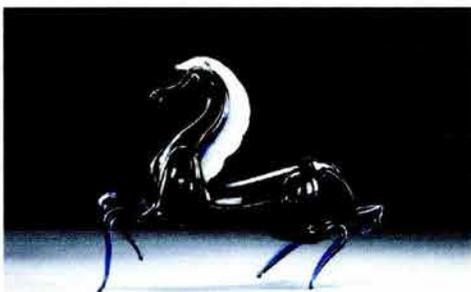
Para Roger Silverstone,⁴⁴ han surgido dos factores que dificultan la relación que existe entre el museo y el objeto, particularmente en las exposiciones contemporáneas. La primera estriba en el reconocimiento de que el significado de un objeto y su comunicación no se detiene con su puesta en exhibición, ni está determinado por el lugar que ocupa en ella o por la descripción que aparece en la cédula adjunta.

El significado del objeto sigue residiendo en el trabajo imaginativo del visitante, el cual incorpora e involucra sus experiencias y sus sentimientos.

Con relación a esto Ludmilla Jordanova señala:⁴⁵

“El objeto se convierte en una especie de fetiche, sujeto a una atención exagerada, congelado en el tiempo y en el espacio, como una expresión de las pretensiones de maestría inscritas en la estructura misma del museo”

Este razonamiento de distancia y accesibilidad es común encontrarlo en las descripciones del funcionamiento que utilizan los medios contemporáneos. La segunda, se genera en la introducción de no-objetos en la exposición o puntos de información a través de: computadoras interactivas, cedularios y fotografías, ilustraciones que, de manera diferente pretenden ofrecer una experiencia de lo real. La tendencia creciente a que el museo se apropie de los nuevos medios y



Anónimo. Caballo de cristal. Siglo xx

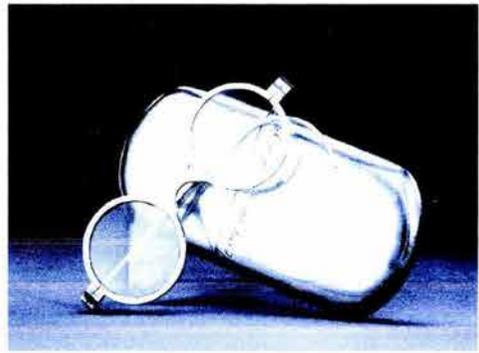
⁴⁴ El discurso museográfico contemporáneo y Roger Milles:

El museo del futuro, algunas perspectivas. UNAM-CONACULTA, México, 1995, p. 29

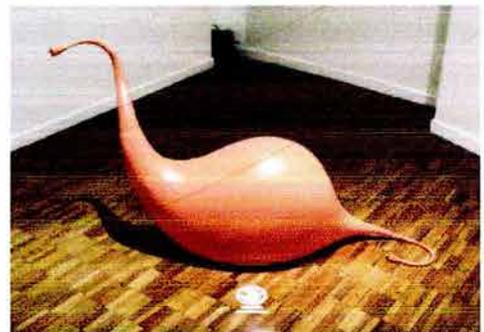
⁴⁵ Hernández, Hernández Francisca. *Op. cit.*, p. 29

tecnología responde como parte de una experiencia multimedia interactiva, que ha convertido a los museos en mercancía. Esta mercantilización del museo se refleja reforzando la mercantilización de los objetos que el museo exhibe, viéndose la realidad manifestada por medio de estos objetos-medio en una realidad fundamentada en la experiencia de la vida cotidiana y en la dominación de los medios masivos en dicha experiencia. Así, que al lado de las pretensiones que puedan apoyarse en la autoridad del pasado y en la del curador, estas tecnologías establecen sus propias pretensiones por medio de la familiaridad, seguridad y seducción. Es importante comprender al objeto en el museo como elemento de una colección, que contiene parte de arbitrario, pero que no obstante es la ficción sobre la cual se sostiene gran parte de la autoridad del museo como medio. Ante este punto de vista se enfrentan sistemas tradicionales que explican la cultura, que determinan el sentido de muchos de los parámetros para el diseño de exposiciones, así como estudios específicos sobre los objetos creados por el hombre, sobre todo los estéticos.

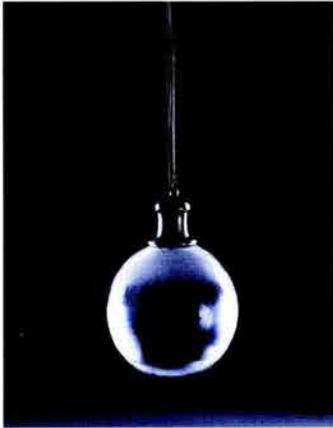
En muchos casos la información de los grandes museos, se estructura sobre la base del criterio de catalogar y fechar en periodos, que poco aportan a la comprensión profunda del proceso creativo. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que un objeto no es nada, a menos que forme parte de una colección. Una colección no es nada a menos que pueda responder con éxito a una lógica de clasificación que la rescate de lo arbitrario o de lo ocasional. En su labor de recolección, el museo proporciona tanto un modelo como un reflejo del trabajo de consumo en el que todos los individuos se involucran, al extraer de un mundo de valores de uso o comerciales objetos que, al apropiarse de ellos, adquieren su significado por inclusión en nuestro propio universo simbólico. Sin embargo, el museo no sólo lleva a cabo una clasificación, y así como los objetos pueden adquirir autoridad según su lugar en un sistema de clasificación, también adquieren significado según su lugar de exposición. Una de las relaciones estrechas es la del hombre con los objetos, necesario para considerar los aspectos básicos que conforman cualquier discurso museográfico; desde el quehacer de la museografía en el ámbito de la museología, hasta los aspectos que retoman la dimensión pragmática del proceso, en las áreas de diseño y producción. En este interés se ha de reconocer el valor de los estudios en el área educativa, preocupada por los factores didácticos-pedagógicos que en mayor o menor grado aparecen en la mayoría de las exposiciones. Asimismo, resalta dentro de esta problemática los estudios en el área de los procesos de recepción y desde luego el importante reconocimiento de los aspectos peculiares que conforman la visión de la cultura. En este sentido, desde el inicio de los procesos mentales complejos y la concepción de los primeros objetos-herramientas, el hombre se explica así mismo en cuanto hacedor,



Jesús Reyes Ferreira. Estuche y lentes, Siglo xx



Charles Long. Fred, 1999



Anónimo. Brújula, Siglo xviii

reconociendo en los productos elementos psíquicos-anímicos fundamentales para su existencia. En la mente del hombre es donde nace el culto a los vestigios, que acercan el pasado, explican el presente y forman parte de un posible futuro. Desde el principio del desarrollo, se encuentran claras referencias a la preocupación por los procesos de la vida, que el pasado y el futuro generaban, y lo siguen haciendo en lo íntimo del pensamiento del hombre; tanto así, que este fue almacenando y atesorando aquellos objetos que le aseguraban una cierta explicación de sí mismo en lo particular, pero también en lo general, en cuanto a cultura.

Esta necesidad de identificarse dentro de una línea de desarrollo le otorga seguridad al reconocerse dentro de procesos trascendentes y no en términos que no concluyan. Acercándolo a reconocer valores extremadamente importantes en aquellos objetos o cosas que configuran el pasado. En un momento dado surgen espacios privilegiados donde se colocan al principio objetos sagrados o rituales y después en un plano menos sacralizado objetos comunes, estos lugares dieron origen a los museos que en la actualidad destacan como centros depositarios de la cultura. El objeto, que aunque sencillo y en apariencia poco reveladora, contiene la máxima acumulación de experiencias y significados de las generaciones que lo concibieron, lo diseñaron y lo materializaron convirtiéndose en una constante; el hombre reconoce en ellos valores que en contexto se ordenan para comunicar algo, brillando por esta misma fuerza de comunicación que contienen, comprimida en sus límites de espacio y volumen, y en sus características cromáticas o lumínicas.

La cultura que genera el hombre, como lo hace ver J. Francisco Villaseñor,⁴⁶ se puede ver en una cultura "hacedora de objetos", de aquí el papel importante que éstos tienen para el estudio de la cultura en general. Este valor reside en que una de sus peculiaridades es el alto nivel de contenidos que pueden llegar a poseer. Así, pueden significar tradiciones y costumbres que se enmarcan en un gran continente del pasado. Puede detectar las "variaciones culturales" que muestran las distintas respuestas de la sociedad en el gran ámbito de la sociedad mundial. En la búsqueda de los conceptos exactos que definan al objeto, reconocemos que su explicación como contenido de tradiciones, se entrelaza con la percepción del tiempo, lo que a su vez liga al hombre con la posibilidad de explicarse dentro de un sentido pasado-presente. La comunicación se convierte en un proceso que involucra una compleja agrupación de acciones bajo contextos y restricciones diferentes: política, económica y cultural. El museo no se convierte en una excepción, pues el hombre acercándose a descubrir esta relación con los objetos se ha vuelto cada vez más importante, no sólo en las consideraciones teóricas sobre los medios, sino también en el proceso de la creación misma de una sala o de una exposición. En el museo, la comprensión de los públicos, en especial en relación con la ciencia y la tecnología, son un marco de referencia cada vez más insistente para el diseño de exposiciones. El valor del objeto en el museo; la credibilidad, la persuasión y los placeres que ofrezcan los textos del museo, la representación y la articulación del tiempo y del espacio, depende de la participación y competencia activa de los receptores de la comunicación, es decir, el hombre.

⁴⁶ Zavala, Lauro. *Et. al., Op. cit.*,

p.119

CAPÍTULO III

Museo de Arte Moderno





CAPÍTULO III MUSEO DE ARTE MODERNO

En la década de los años 60, México al igual que varios países de Latinoamérica, vive el auge del desarrollo y actualización posbélico, desde 1945 año en que finaliza la última guerra mundial, las naciones involucradas de forma indirecta y directamente, inician la restauración y control de sus bases sociales, políticas, económicas, tecnológicas e ideológicas.

La Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) y Estados Unidos de América (EUA), se constituyen como las potencias económicas e ideológicas, manifiestan su poder tecnológico y bélico sobre las naciones; el mundo se divide en dos.

Este dominio dicta las normas de expresión y avance; en el caso particular de México, dadas sus características de neutralidad y culturales, le permiten desarrollar su cultura con cierta independencia. El país se encuentra en paz, con crecimiento social y económico; un Estado totalitario, administrador de la industria y los avances tecnológicos; merecedor como premio a sus logros y equilibrios, la organización de los juegos olímpicos y un campeonato mundial de fútbol (1968); el Estado manifiesta sus avances con la construcción y desarrollo del sistema de transporte: Metro, una de las más avanzadas en su época, y la construcción de recintos educativos y culturales, que no solo reflejen su pasado, sino su modernidad.

Con José Vasconcelos (en los años 20) se da inicio a la llamada Escuela Mexicana de Pintura, que en su primera fase ve la creación de un movimiento de pintura mural (Muralismo) destinado a crear conciencia de los valores patrios entre las masas y las razas indígenas. La producción de los artistas de la Escuela Mexicana regida por el Estado se vuelve importante por su calidad, surgiendo como un arte que tomaba caminos distintos a los que en Europa se establecían (pese a que varios tuvieron estudios y vivieron en Europa). Se presenta como un grupo de estilos y tendencias plásticas homogéneas con un margen amplio para ser interpretadas; caracterizándose por cierto manejo ortodoxo de la figuración y de las técnicas, ofreciendo temas y contenidos con espíritu de renovación, se definen como la búsqueda de una identidad, que necesita validar la Revolución mexicana. De esto habla Teresa del Conde:

“Mediante alegorías y símbolos fáciles de descifrar, los temas se vinculaban con lo que se sentía que era o debe de ser la “esencia de la nacionalidad”⁴⁷

La pintura mexicana narra su historia en los muros, pero éstos no fueron siempre suficientes ni respondieron a la necesidad de creación que posibilita la pintura de caballete, ya que muchos de ellos fueron estudios de futuros murales algunas veces no realizados. Octavio Paz dice al respecto:⁴⁸



Museo de Arte Moderno CONACULTA-INBA

⁴⁷ Del Conde, Teresa. *Historia Mínima del arte mexicano en el siglo XX*. Atame, 1994, p.97

⁴⁸ Paz, Octavio. *Los privilegios de la vista II*. Arte de México. México, 1997 p.188



Construcción de la fachada del Museo de Arte Moderno, 1964. SEP-INBA

“La pintura es hija de la Revolución mexicana... como una inmersión de México en su propio ser. México, su historia y sus paisajes, sus héroes y su pueblo, su pasado y su futuro constituyen el tema central de nuestros pintores... es la pintura de un pueblo que acaba de descubrirse así mismo, y que, no contento con reconocerse en su pasado, busca un proyecto histórico que lo inserte en la civilización contemporánea”

En contraposición al Muralismo surge lo que se llamo la generación de la Ruptura a lo que en opinión de Jorge Alberto Manrique señala:⁴⁹

“Si los artistas de la **escuela muralista** se preocuparon muy directamente por crear un arte nacional, sus sucesores no muestran el menor interés en hacerlo, apoyados en la afirmación de que lo importante es hacer arte, y todo otro contenido resulta irrelevante; cuanto más se asienta la problemática sentencia de que; si soy mexicano, mi arte tendrá que ser mexicano”

Durante este movimiento se producen pinturas de carácter monumental, se envolvían en una lucha por la búsqueda de espacios y por establecer como epílogo a la abstracción, fuese en sus variantes: geométrica, lírica u orgánica. Buscaron privilegiar al arte mismo, posibilitando a los artistas mexicanos llevar a cabo una libre elección. Lo que menos pretendían era parecerse alguien, o que sus obras puedan ser similares a las de otros. Lo moderno lo entienden a partir de que comparten y aceptan ideas que se generan al mismo tiempo por todas partes del mundo y que responden a valores compartidos generacionalmente. La Ruptura fue el único movimiento que en su mismo ámbito pudo hacer contrapeso a la Escuela Mexicana. Todo lo que surge después de la década de los años sesenta puede ser Ruptura, y el mismo Museo de Arte Moderno sería producto de un pensamiento de esta época. Un inmueble para el arte moderno, que valga por sí, y no por la funcionalidad.

3.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL MUSEO DE ARTE MODERNO

Como proyecto, el Museo de Arte Moderno (MAM), tiene como antecedente el Museo Nacional de Artes Plásticas (1947), que se ubicaba dentro de las instalaciones del Palacio de Bellas Artes, sin embargo, el inmueble no respondía a los lineamientos y necesidades de un museo y mucho menos de los artistas que a través del Muralismo se había consolidando. El precursor directo como espacio que tiene el MAM, se encuentra en las salas de Arte Moderno Mexicano alojado, igualmente, en el Palacio de Bellas Artes, donde se llevó a cabo un reacomodo de las galerías y salas de exhibición, ubicadas en el tercer piso que fueron adaptadas para exhibir obras de la segunda y tercera generación de muralistas, además de los murales preexistentes.

Aunque el proyecto para la edificación de un inmueble existía desde 1953, se realizaron pequeños intentos, con un éxito mínimo, orientados a la creación

⁴⁹ Del Conde, Teresa. *Et. al.*

Museo de Arte Moderno.

Tradición y Vanguardia.

CONACULTA-INBA, Landuci

Editores, México, 1999, p. 51

de un Museo de Arte Moderno como fue el patronato dirigido por Carmen Barreda directora del Salón de la Plástica Mexicana, realizado por el departamento de Artes Plásticas, el cual era una galería comercial de arte que proporcionaba a los artistas las facilidades para la exhibición y venta de su obra, como parte esencial para el estímulo a la creación y divulgación del arte mexicano, integrado por pintores, grabadores y escultores de México dentro de los que se encuentran: David Alfaro Siqueiros, Diego Rivera, Juan Soriano, Frida Kahlo, Luis Nishisawa, entre otros.⁵⁰



Movimiento de obra al interior del MAM, ca. 1964
SEP-INBA

Este intento contaba con otro anteproyecto; años atrás José Clemente Orozco había recibido por parte de la Secretaría de Educación Pública, la indicación de analizar los espacios de un posible Museo de Arte Moderno en el edificio de las Bombas de la colonia Condesa, proyecto que no llegó muy lejos. Asimismo, surge *El Eco Museo Experimental*, espacio interdisciplinario de vanguardia fundado por Mathias Goeritz en 1953.

La primera sección del Bosque de Chapultepec, lugar donde se ubica actualmente el Museo de Arte Moderno, estuvo ocupada primero por un invernadero mientras fueron terrenos de la Secretaría de Agricultura, para después pasar a ser propiedad de la Secretaría de Educación Pública por decreto presidencial en 1951, con el fin de ser utilizada por el INBA. Allí, se adaptaron, en construcciones que ya existían, el Museo de la Flora y de la Fauna, el Restaurante Chapultepec, las galerías Chapultepec y una escuela dominical de arte.⁵¹ El presidente Adolfo Ruiz Cortines fue quien destinó el lugar al actual Museo de Arte Moderno, postergándose el proyecto hasta finales del sexenio de Adolfo López Mateos a quien se debe la etapa museística capitalina.

3.2 MUSEO DE ARTE MODERNO

El México moderno tuvo que esperar hasta la segunda mitad del siglo XX para que se generaran instituciones que pudieran definir lo que se conoce como arte moderno mexicano. Siendo parte el Museo de Arte Moderno de la historia artística que lo ha convertido en custodio de los grandes talentos que han surgido en nuestro país.

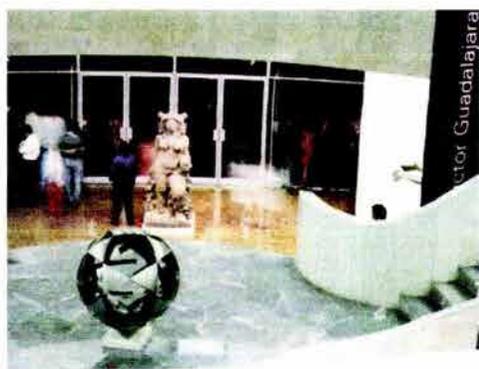
El museo abre sus puertas al público en 1964, bajo la dirección de la fundadora del patronato MAM, Carmen Barreda (1964-1972). El museo contaba con una gran aportación cultural, al ser este uno de los organismos más importantes dedicados a la conservación, estudio y exhibición de trabajos estéticos pertenecientes al patrimonio nacional mexicano y que se ha visto en diversas etapas de desarrollo, desde su creación hasta nuestros días. En ese mismo año de su inauguración cobra importancia gracias a la exposición de obras de José María Velasco, Rufino Tamayo, entre otros, convirtiéndose en el foro ideal para las expresiones contemporáneas que han ido surgiendo. Con el paso del tiempo, siguió exhibiendo importantes muestras que sirvieron como punta de lanza en

⁵⁰ *Exposición colectiva de artistas mexicanos. Festival de forma en homenaje a Fernando Gamboa (A sus 50 años como museógrafo y difusor de la cultura)*. UAM, Secretaría General de Desarrollo Social. 1995, p.43

⁵¹ Secretaría de Educación Pública. *Historia de los museos de la SEP*, México, 1992, p.36

Latinoamérica para diversas aportaciones artísticas. En la década de los años setenta continúan los cambios en el ámbito cultural en México, al igual que existe una gran difusión por medio de revistas y otros medios que impulsan el desarrollo de las disciplinas que van aumentando las exhibiciones de arte. Fue bajo la dirección de Fernando Gamboa (1972-1981) que el MAM tuvo una época de gran auge al difundir el arte en México, añadiéndose una visión ecuánime, pues durante toda su vida, Gamboa procuró traer a nuestro país exposiciones del extranjero que enriquecieran el campo artístico. Jorge Guadarrama, quien fuera museógrafo del MAM durante nueve años, y que estuvo bajo la dirección de Gamboa, expresó lo siguiente en un entrevista para la revista *Memoria de Papel* en octubre de 1991:⁵²

“La museografía es una actividad técnica y artística que no hace uno solo, sino en equipo... sin embargo el maestro Gamboa era antipedagógico, nunca daba explicaciones, traía el guión en la cabeza. Muchas obras de arte que el pondero hoy son obras maestras del arte mexicano. El nunca hablo de museografía, sino de museología, es reconocido como un artista único en la historia de la museografía mexicana.”



Vestíbulo y escaleras durante una inauguración. Museo de Arte Moderno, 2001. CONACULTA-INBA

Este periodo fue de plenitud para el museo, debido a que su colección permanente adquirió 346 obras que se han expuesto de manera variada y motivaron a que hubiera gente encargada de impulsar las visitas guiadas.

Durante los años ochenta, la tendencia plástica del movimiento fue el postmodernismo etapa en la que el museo tuvo una sucesión de cambios de directores continua, entre los que se encuentran: José de Santiago Silva (1981-1982); Helen Escobedo (1982-1984), quien hiciera algunas modificaciones, como la apertura del café y quiso limitar las exposiciones a las colectivas a las retrospectivas de artistas vivos y las individuales a los ya fallecidos. Oscar Urrutia (1984-1987); Jorge Alberto Manrique (1987-1988) en este periodo se incrementaron las actividades difusoras en especial las conferencias; Jorge Bibriesca (1988-1989) y Luis Ortiz Macedo (1989-1990) siguió la muestra para celebrar los 25 años del MAM.

En la década de los noventa, se vio constatado el auge que se le dio al arte moderno y a sus artistas, mediante la variación constante de diversas muestras tanto de artistas mexicanos como de artistas extranjeros. En este periodo de gestión, de la doctora Teresa del Conde (1990-2000) como directora del museo, se exhibieron muestra sobresalientes del arte moderno. Actualmente el MAM se encuentra bajo la dirección del profesor Luis-Martín Lozano (2000 a la fecha).⁵³

Al ser erigido un Museo de Arte Moderno en México por primera vez, se da pauta a la creación de otros lugares similares y con los mismos propósitos para la exhibición de este arte, llenando el vacío museográfico que se había generado. El MAM es ahora una institución con personalidad propia llena de solidez y fuerza cultural que ha desempeñado un papel importante como difusor y promotor de la plástica mexicana, a través de sus exposiciones y su

⁵² Del Conde, Teresa. *Op. cit.*,

p.45

⁵³ www.arts.history.mx.cnart.mx

basto acervo que se ha ido incrementando a lo largo del tiempo ganando territorio para convertirse en uno de los museos más importantes del país, con gran renombre y presencia internacional. De igual forma los artistas que ahí exhiben su obra han encontrado en el museo un lugar estimulante a su labor creativa mientras que el público que lo visita puede constatar de que este recinto es el guardián de la producción artística de México y del extranjero, por medio del vínculo con la gente que lo visita (servicios al público) a través de ciclos de conferencias y mesas redondas realizadas con periodicidad, donde los visitantes tienen relación con personalidades del quehacer intelectual y artístico de nuestro país, visitas guiadas, edición de catálogos, librería, centro de documentación, talleres artísticos y culturales para niños y adultos, cafetería, seguridad, entre otras, que lo hacen un museo vivo.

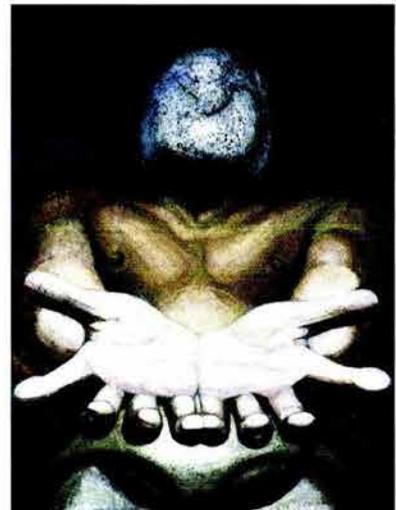
3.2.1 CARACTERÍSTICAS (ARTE MODERNO Y CONTEMPORÁNEO)

El Museo de Arte Moderno como su nombre lo dice, exhibe las tendencias de vanguardia que surgen en el arte no sólo en México, sino en el mundo a lo largo del siglo XX mostrando la creatividad de los artistas extranjeros y nacionales como impulsor y promotor donde se muestran el arte moderno y contemporáneo en toda sus variantes.

“El modernismo en la plástica y la arquitectura se conoce así al movimiento artístico desarrollado en Europa a fines del siglo XIX y comienzos del siglo XX, caracterizado por su papel clave entre una época artesanal, de estilo y manufactura a punto de desaparecer, y una nueva industrializada, masificada y nivelada, es decir entre el arte que muere a comienzos del presente siglo y el naciente.”⁵⁴

El arte moderno, a semejanza del arte contemporáneo es comprendido en términos de su propio marco de referencia y lo que el artista trata de realizar. El artista contemporáneo puede intentar deleitar o irritar, exhortar o castigar, sorprender o excitar, aplacar o buscar el choque, puede deliberadamente tratar de llegar al desorden y no al orden, al caos y no al cosmos, donde el acto de crear a veces sustituye a la importancia del objeto creado y los acontecimientos al azar y selecciones aleatorias tienden a hacer de cierto arte reciente una ejecución o una actividad. Alguna parte de la pintura moderna ha quedado supeditada al diseño interior, donde busca hallar poseía en donde nadie antes la hubiese advertido, convirtiéndose en la misión eterna del artista, aunque ésta le lleve en su búsqueda a las ruinas de la antigüedad, hileras de casuchas o un basurero. El pintor se vuelve libre de planear su cuadro como un puñetazo visual.

De igual forma los materiales y los métodos modernos han abierto la puerta a nuevas posibilidades en las artes. El hormigón armado, el acero estructural, el cristal y la madera laminada han ocupado por derecho propio un sitio junto a los ladrillos y la argamasa, en tanto que el voladizo tiene tanta importancia



David Alfaro Siqueiros.
Nuestra imagen actual, 1947

⁵⁴ Del Conde, Teresa. *Op. cit.*,
p. 105

como en su tiempo la tuvieron la columna y el dintel. El escultor en la actualidad emplea el soplete para soldar, al igual que el cincel, y sus materiales son fibra de vidrio, acero inoxidable y plásticos al igual que el bronce y mármol. Parece que sus estatuas no las dedica ya a conservar la imagen perdurable del hombre y la monumentalidad estática, ha cedido el paso al movimiento y la propulsión con máquinas. Los pintores trabajan con superficies de masonite y en diversos materiales, al igual que en el lienzo tradicional al óleo y con espátula y las técnicas con pulverizador, al igual que con el pincel.

Aunado también a la invención de nuevas formas de arte como la pintura y la escultura cinética y los *happenings*; la cinematografía y la televisión. Una nueva categoría pictórica de obras abstractas y fantásticas se ha añadido a las clasificaciones tradicionales de pinturas históricas, escenas de género o "costumbristas", retrato, paisaje y bodegón.

"Las artes gráficas se han extendido para incluir nuevos materiales y técnicas, entre ellos impresión con pantalla de seda y fotografía de color. La diferencia entre las llamadas "artes mayores y menores", bellas artes y artesanías, belleza y utilidad, se ha borrado casi al punto en que el arquitecto y el ingeniero civil, el escultor y el diseñador de muebles, una catedral y un puente colgante, alguna vez concebidos como extremos, han sido hermanados en la unidad moderna de forma y función."⁵⁵



Visita guiada.
Museo de Arte Moderno, 2001. CONACULTA-INBA

El espectador al enfrentarse a las creaciones y progresos del arte contemporáneo, básicamente cuenta con dos formas de contemplar el mundo: desde dentro o desde fuera, esto es, subjetivamente u objetivamente, a través de la emoción o de la razón. Estos criterios no se contraponen ni excluyen obligadamente, pues para la percepción emocional se necesita la mente y el espíritu, y sin un impulso emocional incluso la proposición más racional sería hueca y sin sentido.

Los estilos contemporáneos que se pueden apreciar varían en cuanto su forma, estilo, función pensamiento, no obstante, se considera una época de ismos y cismas, dentro de los cuales se pueden encontrar: expresionismo, abstraccionismo, neoprimatismo, fauvismo, cubismo, futurismo, estilos mecánicos, dadaísmo, neodadaísmo, surrealismo (supersurrealismo), realismo social, expresionismo abstracto, arte op, etc.

3.2.2 MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVIDAD

La educación es un proceso de sensibilización y adquisición de conocimientos que se encuentra en el arte, instrumento esencial en la formación de las nuevas generaciones. Es una actividad humana que busca comunicar sentimientos, pensamientos e ideas a otros hombres por medio de obras que son realizadas con una gran variedad de materiales, las cuales pueden trascender el tiempo y el lugar donde fueron creadas. En sus orígenes, menciona Pedro Ramírez Vázquez, arquitecto del proyecto:⁵⁶

⁵⁵ Fleming, William. *Arte, música e ideas*. McGraw-Hill, México, 1996, p.333

⁵⁶ *Charlas de Pedro Ramírez Vázquez*, cap. II, espacios museográficos, UAM, p.57

“...se considero que el museo tendría un carácter promocional, su objetivo era el de acercar el arte contemporáneo a los visitantes que acudían los domingos al Bosque de Chapultepec. Esto se superó con creces”

En la actualidad, el Museo de Arte Moderno más que un espacio de exposiciones, es una sólida institución cultural con personalidad propia, siendo su principal objetivo y perfil conceptual el poder exponer, buscar e impulsar el arte moderno; desempeñando un importante papel de promotor y difusor de la plástica mexicana al organizar exposiciones en forma continua; aunque también mostrando los diferentes tipos de “modernidades” tanto de nuestro país como del extranjero, como lo menciona Teresa del Conde.⁵⁷

“La vocación primordial del Museo de Arte Moderno ha sido mostrar, investigar, promover el arte moderno y principalmente, aunque de ninguna manera en forma exclusiva, el arte mexicano. Vocación que se desempeña a través de las colecciones permanentes y de buena parte de las exposiciones temporales que alberga; en cambio, entre las que acoge, existe proclividad por mostrar lo que proviene de otros países”

Las misiones básicas de este museo giran en torno a su acervo permanente que se ha incrementado durante los últimos años. La índole de las colecciones de algún modo dicta con flexibilidad, el cariz de las exposiciones temporales. Con estas se pretende ampliar el mosaico del arte mexicano del tiempo, y ofrecer ejemplos de las modalidades artísticas que se cultivan o se han cultivado a lo largo del siglo XX en varias latitudes.

El museo ha reajustado la función tanto educativa, científica y social que le compete a la nueva situación nacional mostrando el por qué de vida relacionándolo con la cultura universal, convirtiéndose en un ser dinámico y vivo que debe seguir atentamente todo el desarrollo, evolución y novedades del mundo, así como los adelantos pedagógicos y científicos para incorporarlos progresivamente y transmitir así un mensaje al visitante de impulsos positivos frente a la obra humana, su evolución y perfeccionamiento, estimulándolo progresivamente al placer de conocer, entendido como un servicio de bien común para lograr la consideración de lugar cultural de la humanidad actuando esencialmente como difusor en cuanto a creación cultural y abriendo nuevos campos de interacción comunicativa, fomentando la creatividad mediante la interactividad.



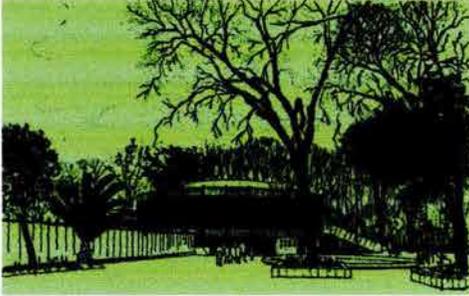
Vestíbulo, escaleras y salas de exhibición, Museo de Arte Moderno, 2002. CONACULTA-INBA

3.2.3 ARQUITECTURA

En primera instancia, no se consideraba dentro de los programas la creación de un Museo de Arte Moderno por el poco acervo con que contaba el Estado, de la producción plástica contemporánea, tampoco se adquiría o se promovían

⁵⁷ Del Conde, Teresa, *op. cit.*, p. 87

donaciones, por que no había un lugar donde exhibirlas; por lo tanto no se podía realizar un guión museográfico. Fue por iniciativa del entonces presidente Adolfo López Mateos que se llevo a cabo este proyecto. Siendo Chapultepec el sitio que mejor respondía a las condiciones para su ubicación pensando en



Perspectiva arquitectónica
Segundo edificio (Sala Fernando Gamboa).
Museo de Arte Moderno, ca. 1962-63. SEP-INBA

un lugar donde hubiera gente para no tener que promoverlos, sino que tropezaran con ellos y sin haberlo decidido de antemano, tuvieran la oportunidad de conocerlo con el afán de excitarlos ha introducirse al ambiente artístico que muestra este recinto. En algunas ocasiones se llegaba a decir que la construcción de los museos en Chapultepec, agredía al bosque y al área de recreación que este ofrece, sin embargo tanto el Museo de Arte Moderno como el Museo Nacional de Antropología —edificado también por Pedro Ramírez Vázquez— fueron construidos en zonas no arboladas y lo que era entonces la glorieta de Bolívar (donde después se hizo el tajo este, para el Circuito Interior), en el área de un

antiguo jardín botánico (viviero), que se extendía sobre la superficie que actualmente ocupa lo que es el edificio principal del MAM. Tampoco había árboles cerca de la sala de exposiciones temporales –Fernando Gamboa– frente al monumento a los Niños Héroe, en su lugar estaba el restaurante Chapultepec.

Por lo tanto el proyecto de Ramírez Vázquez y Rafael Mijares se ajustó a las construcciones preexistentes que fueron demolidas para evitar la deforestación. Su estructura responde a las vanguardias arquitectónicas organicistas de esos años con un ligero toque de nacionalidad. Los dos edificios cuentan con un cierto tono basilical, dado que en ellos hay espacios que funcionan como cruceros coronados por cúpulas o domos, la abundancia de mármoles y de otros materiales nobles corresponden a la idea de museo; como dijera Deloche, templo laico o como lugar de las musas, denominado “monumento de cristal y acero, templo laico de las artes plásticas contemporáneas”.



Museo de Arte Moderno, años 1970. SEP-INBA

El terreno tiene una superficie de 36,528 m² distribuidos en un edificio principal, con fachada sobre el Paseo de la Reforma de 2,615 m²; repartido en dos plantas vinculadas por una impresionante escalera de mármol de Carrara con tres ramas que convergen en un círculo que sirve de descanso, de éste se desprenden dos más dirigiendo al visitante a las salas de exhibición de la planta alta. En la parte superior del edificio en sentido vertical a las escaleras se encuentra un domo, que produce resonancias, de 18 metros de diámetro hecho de fibra de vidrio y resina de poliéster, al igual que los demás domos menores. Este inmueble alberga cuatro salas llamadas desde 1990, **Xavier Villaurrutia**, **José Juan Tablada** (planta baja), **Carlos Pellicer** y **Antonieta Rivas Mercado** (primer piso) en honor a estos intelectuales mexicanos quienes fueron estudiosos y promovieron el arte que existía en nuestro país, y recientemente se reabrió al público la sala **Manuel Álvarez Bravo** (ubicada en el primer piso). La iluminación de

estas salas es de dos tipos: natural y artificial. La primera, se entiende por las características físicas del inmueble (que está construido con grandes ventanales que dan a los jardines); y la segunda está en función de los requerimientos que cada exposición presenta.

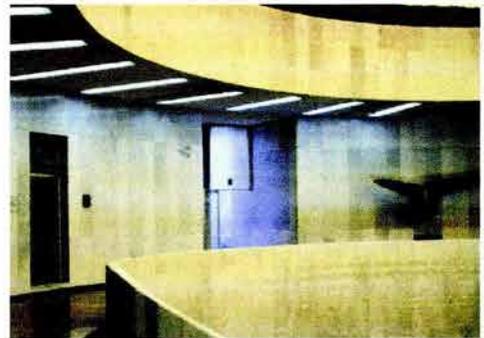
La arquitectura esta creada para tener un ámbito público totalmente distinto, el espacio debajo de las escaleras, se abatió el piso y se bajó el nivel, para tener salas a ambos lados, además del acceso principal y la salida al jardín, permitiendo establecer una conexión de una sala con otra y que al mismo tiempo funcione como espacio de reunión, actualmente este sitio se encuentra ocupado por la tienda.

La altura de las salas fue determinada por las características de la producción plástica de caballete. Los espacios, en los cuales se amplió la altura responden a varios propósitos: incrementa la iluminación y reducir el gasto de la electricidad para aprovechar la luz natural y crear en las áreas de exhibición mayor espacio para alguna pieza importante o de mayor tamaño.

La construcción está antecedida por un estacionamiento al que se tiene acceso por Paseo de la Reforma; el cuerpo principal sigue un trazo curvo cuya cuerda es paralela a dicha avenida dando un trazo circular a la fachada.

Cuenta con un corredor amplio, a la intemperie que une al edificio principal con la sala de exposiciones temporales **Fernando Gamboa**, su forma es cilíndrica en sus dos niveles y corresponde al eje de la antigua glorieta de los Niños Héroe. El vestíbulo recibe una agradable luz ambarina por el espacio central que se encuentra cubierto por un domo de poliéster reforzado de una sola pieza.

Estas dos construcciones están rodeadas de amplios jardines únicos en México, que mantienen una colección de esculturas que alternan con árboles, plantas y jardineras cercados por un enrejado con diseño de panal de abeja, creado también, por Ramírez Vázquez, que permite vislumbrar tanto jardines como construcciones y esculturas desde las calzadas aledaña. La indiscutible belleza de los jardines determinó una de las características más notables con las que cuentan las edificaciones, por lo que el museo no posee muros, sino vidrios polarizados solar green y solar gray aislante de rayos ultravioleta, siendo su intención que el espacio exterior penetrara al interior y viceversa, procurando que la iluminación general fuese uniforme en toda el área de exposiciones, para que la obra tuviese la misma luz en cualquier rincón, de igual forma la fachada del museo esta rodeada de cristales, que en un principio se había pensado para no agredir el espacio ajardinado, con una construcción excesivamente ostensible, sino buscando que se fundiera con la parte del jardín y con el reflejo de los árboles en los vidrios. Pedro Ramírez Vázquez menciona:⁵⁸



Jardines e interior del Museo de Arte Moderno, 2001
CONACULTA-INBA

⁵⁸ Ramírez, Vázquez Pedro, *op. cit.*, p.76



Interior de sala de exhibición.
Museo de Arte Moderno, ca. 1965 SEP-INBA

“La gran fachada de cristal tenía la intención de permitir una amplia visibilidad del movimiento interno del museo e integrar a la gran masa construida con el bosque de Chapultepec utilizando un vidrio Solex de tono verde y aislante de rayos ultravioleta... vuelve a tener el bosque a la vista, o sea un constante captar su curiosidad hacia el jardín, recordándole que está en un parque. Esta concepción ha sido conservada en mi manera de ver por museos de esta área.”

Este manejo de la arquitectura provocó gran asombro al momento de la inauguración del museo donde las observaciones y críticas no se hicieron esperar:⁵⁹

“Lo único que resulta inexplicable es que en este local no existan paredes: todas las superficies que deberían servir para colgar los cuadros son de vidrio, lo que ha hecho que las obras se expongan en muros y templetes falsos. Los vidrios polarizados evidentemente se ven muy bien, pero distraen la atención y resta superficie que hubieran podido aprovecharse. Salvo este error, el museo es soberbio y digno de una capital como México”

Sin duda esto respondía a un manejo arquitectónico más estético que funcional. Por lo que tiempo después la disposición interior permitió que las mamparas se colocaran radialmente para que los rayos del sol no incidieran en forma directa sobre las pinturas que allí se exhiben.

De acuerdo con el esquema inicial de Ramírez Vázquez y Rafael Mijares, quedaron por construir otros espacios planeados detalladamente, pensando dotar al museo de un auditorio, una biblioteca, una cafetería y de espacios específicos para oficinas, respetando la totalidad de las áreas verdes. Algunos de estos se han tenido que adecuar al actual espacio.



Interior de sala de exhibición.
Museo de Arte Moderno, ca. 1965 SEP-INBA

3.2.4 SALAS

El espacio de las salas de exposición se diseñó con un criterio de gran flexibilidad y libertad; como se mencionó anteriormente estas llevan por nombre, en honor a lúcidos y talentosos artistas mexicanos que impulsaron fielmente el arte que subsistía en nuestro país: Xavier Villaurrutia, Carlos Pellicer, José Juan Tablada y Antonieta Rivas Mercado. Todos ellos conforman un grupo de escritores contemporáneos que surgen en el Modernismo, dando eco al futurismo, dadaísmo y superrealismo donde han contribuido personalmente a la génesis de esos movimientos; son grandes escritores que a finales del siglo XIX y principios del siglo XX habían adquirido experiencia literaria suficiente llegando a ser promotores de una escuela internacional. Se cuenta con una sala bajo el nombre de Fernando Gamboa (titular del museo de 1972 a 1981), quien fuera uno de los más importantes museógrafos de México, realizando una gran labor en el campo de la

⁵⁹ Exposición Colectiva, op. cit., p.54

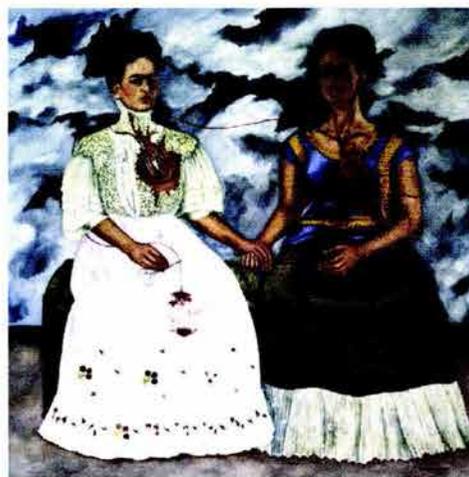
difusión de las artes. Se le considera como uno de los promotores más importantes de la pintura mexicana. Conocido internacionalmente por su participación como organizador de exposiciones, tales como: “Un siglo del grabado político mexicano”, presentada en España, la exhibición que presentó en el Art Institute of Chicago que tuvo como eje central la obra de José Guadalupe Posada. En su momento llevó a cabo la exposición más notable de Arte Mexicano en Europa: “Obras maestras del arte mexicano desde los tiempos precolombinos hasta nuestros días”, que tuvo tal éxito que llegó hasta Tokio. Gracias a él, se realizaron un gran número de importantes publicaciones acerca de México, escritos en español y otros idiomas. De ahí su importancia como promotor y difusor del arte mexicano así como de la museología. Debido a sus actividades profesionales fijó las reglas de la museografía mexicana moderna, además de difundir el arte en las escuelas y fundar galerías populares. Como homenaje al fotógrafo mexicano Manuel Álvarez Bravo se abrió un espacio de exhibición artística que lleva su nombre, rindiéndole homenaje y en el cual se expone de manera permanente la vasta producción artística donada por él mismo al museo. Una primera sala fue abierta en los 80, fue cerrada para reabrirse en 1999.



Interior de sala de exhibición. Museo de Arte Moderno, 2001. CONACULTA-INBA

3.2.5 ACERVO

El acervo del Museo de Arte Moderno, concentrado básicamente en la Escuela Mexicana, la Ruptura y sus prolegómenos, da forma a un discurso que se distingue como eje que se sustenta en el cambio, en la renovación social y en la presencia de una identidad, sólidamente establecido por medio de la obra de los autores que a principios de siglo XX, estuvieron un tanto al margen de la producción plástica que los muralistas habían establecido. La intención museográfica se centró en una visión panorámica de la evolución de la plástica a través de sus máximos exponentes.



Frida Kahlo. *Las dos Fridas*, 1939

3.2.5.1 COLECCIÓN PERMANENTE

La exposición permanente es la que caracteriza al museo. En ellas se exhiben al público las colecciones y elementos museográficos más importantes y representativos de sus temáticas o acervos.

La colección permanente del MAM, consta de obras de artistas mexicanos y extranjeros, desde principio de siglo XX hasta nuestros días, se exhibe por lo regular en dos de sus salas: **Xavier Villaurrutia** y **Carlos Pellicer**. La colección reúne obras representativas de la plástica mexicana perteneciente a distintas escuelas



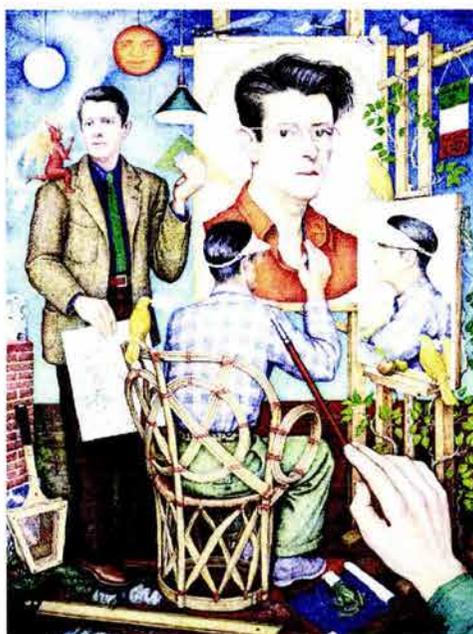
Hersúa. Ovi, 1986

o corrientes, tanto nacionales como extranjeras que se han producido en nuestro país. La Escuela Mexicana de Pintura se encuentra representada con las obras de David Alfaro Siqueiros, José Clemente Orozco, Diego Rivera, Frida Kahlo, María Izquierdo, Carlos Orozco Romero, Antonio Ruiz, Francisco Zúñiga, Oliverio Martínez y Gerardo Murillo (Dr. Atl), entre otros. De igual manera aparecen los creadores de la segunda generación de la Escuela Mexicana entre los que

podemos mencionar a Juan O’Gorman, José Chávez Morado, Olga Costa, Jorge González Camarena y Alfredo Zalce, entre muchos otros.

Junto a estas dos generaciones, de dicha escuela, se exhiben también otras importantes expresiones que forman parte del universo plástico del México del siglo XX, donde el discurso museográfico se complementó con obras de autores que estuvieron al margen de las ideas de los muralistas, principal movimiento de la ya mencionada Escuela Mexicana de Pintura. En este grupo habría que incluir a personalidades como Abraham Ángel, Julio Castellanos, Manuel Rodríguez Lozano y Francisco Goitia, Roberto Montenegro, Rufino Tamayo, Emilio y Ben-Hur, Baz Viaud, entre otros. Al tratar de reunir de manera cronológica otras escuelas se encuentra a los pintores herederos directos de los postulados de los muralistas, dentro de la colección permanente donde se incluye la presencia de artistas mujeres cuyo trabajo ha sido relevante en el quehacer plástico del país, como: Frida Kahlo, María Izquierdo y Olga Costa y donde aparecen también obras de Leonora Carrington y Remedios Varo, artistas asociados al movimiento surrealista. La generación de Ruptura se integró por artistas interesados en crear obras no figurativas y lejos del nacionalismo, activos desde fines de los años 50 y principios de los 60, en esta colección encontramos a jóvenes artistas como Enrique Echeverría, Francisco Corzas, Manuel Felguérez, Lilia Carrillo, Vicente Rojo, José Luis Cuevas, Carlos Mérida, Francisco Toledo, siendo sólo algunos de los nombres de los artistas más renombrados. Como parte de la generación de Ruptura, los interioristas o Nueva Presencia, quienes cultivaban la nueva figuración proponiendo una estética de tipo humanista, se cuenta con obras de artistas como Arnold Belkin, Francisco Icaza y Rafael Coronel. Incluso se expone la obra de artistas cuya personalidad, sin afiliaciones precisas o corrientes, es de gran importancia dentro de nuestra historia, tal es el caso de Xavier Esqueda, Julio Galán y Emilio Ortiz.

En cuanto a la escultura en sí, se ha hecho un esfuerzo por renovarla y que algunas obras tengan gran solidez en la tradición clásica moderna ya que esta se ha desarrollado más lentamente que la pintura; pero ha renovado la tradición con nuevas expresiones. El Museo de Arte Moderno, cuenta con una colección con más de 300 esculturas tanto de artistas nacionales como extranjeros pertenecientes a diferentes épocas y tendencias artísticas, que dan cuenta de aspectos repre-



Juan O’Gorman. Retrato múltiple, 1950

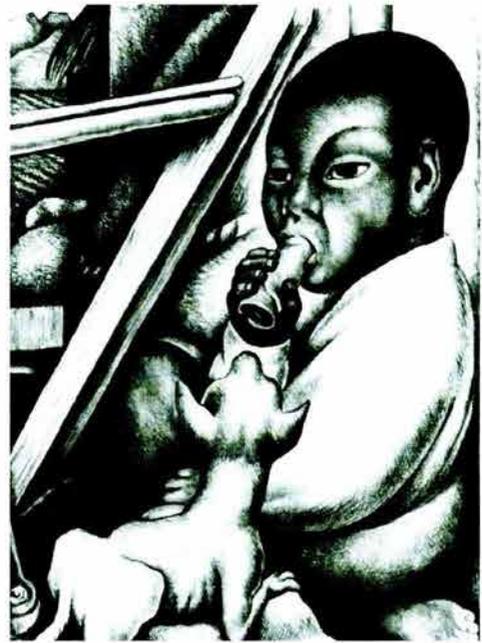
sentativos de la trayectoria de la escultura moderna y contemporánea nacional. Las esculturas se encuentran situadas en la entrada del museo, en el edificio central y en el espacio conocido como **Jardín Escultórico**. Sebastián, Mathias Goeritz, Federico Silva, Luis Ortiz Monasterios, Hersúa, Waldemar Sjölander, Gelsen Gas y Ángela Gurría forman parte de algunos de los artistas cuyas esculturas se muestran en este recinto.

La fotografía ocupa un lugar importante dentro de la vasta colección, tanto en número como en lo relativo a autores e imágenes, formando esta una cuarta parte del acervo total. Se ha dado el peculiar caso de famosos fotógrafos venidos del extranjero para los cuales el ambiente mexicano ha sido un factor determinante en su trayectoria y de esta manera llegar a tener una etapa mexicana o considerados, por derecho propio, fotógrafos mexicanos. Este conjunto se ha constituido paulatinamente con base en generosas donaciones y compras por parte del Estado, como la colección de Manuel Álvarez Bravo, que aparte de su obra incluye una cámara de Daguerre. Además, el rubro de la fotografía antigua incluye álbumes con imágenes logradas mediante la técnica de la talla dulce, a pesar de no ser propiamente una técnica fotográfica sino de tipo gráfico. Entre los fotógrafos extranjeros se encuentran obras de: Edward Weston, Tina Modotti, Kati Horna, Henri Cartier-Bresson, Mariana Yampolsky, Eugenia R. De Olazábal, Eric Renne, Yoshikazu Shirikawa.

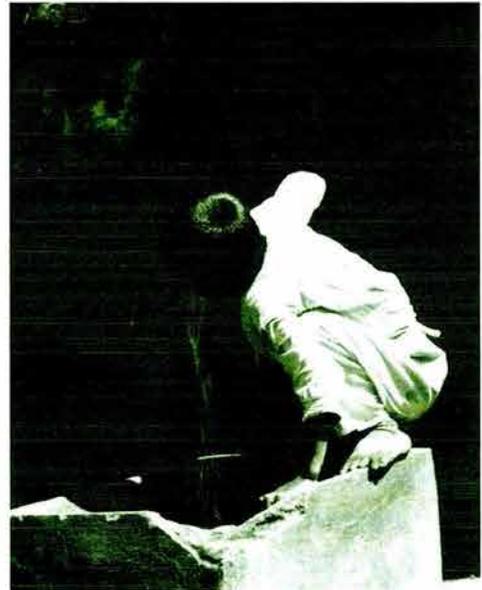
El grabado, es otra técnica de expresión artística que se manifiesta más vigorosa y variada, mostrando un aspecto preponderante crítico, dramático, lírico y costumbrista. Estas son obras de alto valor donde se puede tener una visión de lo que los artistas sienten, piensan e imaginan, de sus ideas e ideales y de la calidad técnica que han alcanzado. El acervo incluye importantes colecciones de grabado, de dibujo y piezas de arquitectura, instalación y arte objeto de artistas nacionales y extranjeros.⁶⁰

3.2.5.2 EXPOSICIONES TEMPORALES

Tienen un efecto más efímero y no necesariamente requieren la asistencia frecuente de los visitantes. Su diseño general y la selección de sus materiales son planeados considerando su corta vida que puede variar desde un día, una semana o un mes, hasta su duración promedio que va de tres a seis meses, estas imprimen una imagen dinámica y constantemente renovadora para el museo y suscitan nuevas expectativas en el público asistente. Al ser concebidas debe hacerse notar en ellas alguna afinidad temática con lo exhibido en las exposiciones permanentes.



Diego Rivera. *El niño del taco*, 1932



Manuel Álvarez Bravo. *Sed pública*, 1934

⁶⁰ Del Conde, Teresa, *op. cit.*, *passim*.



Shirin Neshat, *Poseida*.1997

Regularmente, en las salas **José Juan Tablada**, **Antonieta Rivas Mercado**, **Fernando Gamboa**, se presentan exposiciones temporales del arte nacional e internacional que muestran distintas etapas y tendencias modernas, pero circunscritas a lo que llamamos arte moderno, como son: arte abstracto, arte conceptual, arte objeto, escuela de pintura al aire libre, expresionismo, expresionismo abstracto, neoexpresionismo, realismo fantástico y surrealismo. Este recinto ha ofrecido la oportunidad de conocer y admirar numerosas muestras tanto colectivas como individuales de personalidades como Henri

Moore, Paul Klee, Roberto Matta, Francis Bacon, Raoul Duffy, Joaquín Torres García, Henri Cartier-Bresson, Giacomo Manzù, Giorgio de Chirico, Lucian Freud, Sebastião Salgado, Max Beckmann, Joan Miró, Auguste Herbin, Lucio Fontana, Marc Chagall; una de las más importantes colecciones de los museos: Metropolitano de Nueva York, MOMA; de São Paulo; MALBA; Mexican Five Arts, etc.

Desde la década de los 90, la administración del museo han pretendido establecer un discurso teórico estético para las exposiciones que justifiquen los atributos de la modernidad y de la posmodernidad. Entendidas como una proyección mental que rebasa los fines de contemporaneidad perseguidos en una muestra, sea individual o colectiva, nacional o internacional. En tal sentido se ha buscado sustentar cada exposición en propuesta de permanencia estética, más que de conveniencia, y muestra que los espacios del museo están abiertos a diversos canales de expresión, siempre y cuando se fundamenten en un discurso teórico sólido.



Taller infantil, 2001. Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INBA

3.3 PÚBLICO INFANTIL

Lo que se denomina público en rigor menciona Néstor García Canclini:⁶¹

“Es una suma de sectores que pertenecen a estratos económicos y educativos diversos, con hábitos de consumo cultural y disponibilidades diferentes para relacionarse con los bienes ofrecidos en el mercado”

El museo esta obligado a ofrecer a sus públicos alternativas para que efectúen visitas completas e integrales. Para planear y evaluar las exposiciones y todos los otros servicios que ofrece, es preciso conocer y caracterizar a los públicos potenciales y a los reales; es decir a los que efectivamente lo visitan.

3.3.1 CARACTERÍSTICAS

Para los niños las exposiciones se montan, con el fin de responder a las necesidades de fantasía y descubrimiento de su mundo, el cual empieza en su casa y su entorno, extendiéndose hacia horizontes más amplios por la asociación de ideas y procesos de casualidad.

⁶¹ García, Canclini Néstor, *Culturas Híbridas*, Grijalbo, 2000, p.142

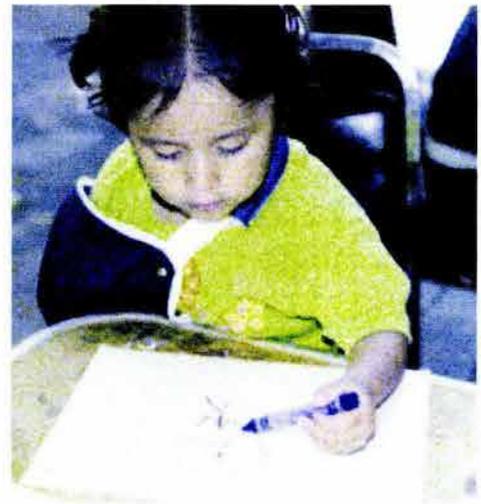
Jensen N. habla sobre como deben diseñarse los programas educativos para los niños y las ventajas que estos pueden ofrecer:⁶²

“Los programas para niños deberán centrarse en solamente unos pocos objetos de interés para ellos y presentar ideas sobre aquellos objetos relevantes que se hallan a la medida de su comprensión. De otra forma, las piezas de los museos serán para los niños como tantas otras cosas en su vida —objetos que simplemente están ahí, sin explicación y fuera de su control—. Un centro de interés selectivo y limitado proporcionará a los niños un sentimiento de control y autodomnio en un lugar potencialmente extraño e intimidador y aumentará las posibilidades de una auténtica comprensión de las ideas que hay detrás del mundo de palabras y objetos en el cual se introducen”

Al realizar programas para niños hay que tomar en cuenta las similitudes y las referencias a la vida cotidiana, los objetos expuestos deberán ser objetos sencillos y cotidianos que los niños, en general, puedan manipular en un entorno habitual. Para esto se pueden auxiliar de los llamados *kits*, copias de los materiales u objetos que se encuentran en el museo. El momento de la llegada de los niños al museo, tanto si se trata de grupos escolares como si no, es un momento vital y preciso. Colette Banaigs menciona:⁶³

“La calidad de la acogida es un elemento esencial para algunos niños: es necesario que se sientan bienvenidos al museo. Tienen necesidad de encontrarse bien para ver con buenos ojos y percibir todo lo que les rodea. Así, muchos se sientan, incluso se acuestan en el suelo. Debemos dejarlos hacer. Es suficiente que los supervisemos discretamente para que no deterioren las obras, cosa que, por otra parte, no hacen prácticamente nunca”

En el momento en que los niños no se interesen en el museo habremos perdido a nuestros mejores aliados, para ello, se requiere de una preparación cuidadosa de la visita por parte de los adultos (padres, maestros) responsables de los niños y tener en cuenta la necesidad de servicios y orientación adecuados por parte del personal del museo. La recepción del departamento educativo tiene ciertas funciones importantes como dar la bienvenida al grupo; orientarle sobre lo que verán en el museo y sobre las características de su visita; repartir el material didáctico y explicar la manera de utilizarlo. Algunos museos se apoyan en técnicas audiovisuales para hacer estas introducciones (videos, montajes de diapositivas). No se trata de hacer una visita larga que cansaría a los niños deseosos de recorrer las salas, lo principal debe ser la observación directa de las piezas, de igual forma el museo debe hacer saber a los grupos escolares visitantes sus características; servicios y exigencias con antelación; la proporción entre adultos, acompañantes y niños que considera conveniente; horarios de visita; contenido general de las colecciones; programas educativos para grupos que vienen de lejos; material que han de llevar los niños; comportamiento que se espera del grupo



Actividades infantiles. 2001.
Museo de Arte Moderno, CONACULTA-INBA



Actividades infantiles. 2000.
Museo de Arte Moderno, CONACULTA-INBA

⁶² Pastor Homs María
Inmaculada: *El museo y la educación en la comunidad*,
CEAC, Barcelona, 1992,
p.17

⁶³ Ídem, p.19

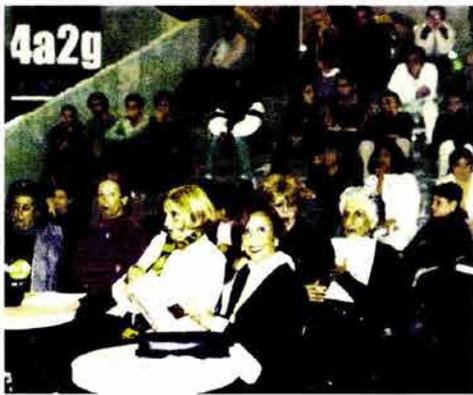
visitante; actividades permitidas en el recinto del museo. Si se da el caso de que el museo cuenta ya con programas educativos elaborados para grupos de diferentes edades, sólo se tendrá que escoger aquel que sea apropiado para los niños, pero si el museo no dispone aún de estos programas, tendrá que hacer una selección de las exposiciones, salas y objetos que se verán durante la visita, de preferencia la selección se ha de hacer sobre un tema que los niños hallan trabajado en la escuela y que esté relacionado con una experiencia previa; no hay que olvidar centrarse en unos pocos objetos.



Actividades infantiles. 2000.
Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INBA

Los niños dentro de la institución aceptan mal el discurso frente a la obra y no se sienten implicados, escuchando y percibiendo escasamente lo que se intenta mostrarles. La palabra del guía y lo que ella comporta de deseo explicativo construye una barrera entre el niño y la obra, bloquea sus reacciones inmediatas a las formas y a los colores, reprimiendo su primera emoción. Hay que tomar en cuenta que es la calidad del contacto de una sensibilidad con otra —la del niño y la del artista a través de la

obra—, lo que conviene preservar y desarrollar, para que este pueda sentirse implicado y pueda expresar de una forma activa esta sensibilidad.



Conferencia en vestíbulo del Museo de Arte Moderno. 2001.
CONACULTA-INBA

3.3.2 MATERIALES GRÁFICOS E IMPRESOS

Los materiales gráficos e impresos que se han desarrollado en el museo en su gran mayoría, han sido dedicados al público adulto que se interesa por las exposiciones; para el público infantil actualmente se han realizado, guías familiares para ciertas exposiciones y actividades, dentro de las exposiciones que requiere de la ayuda del diseño de forma muy amplia y no específica para los requerimientos de sus necesidades.

3.3.3 ACTIVIDADES

Se tiende a que los alumnos se acostumbre a trabajar autónomamente con la ayuda de un buen material didáctico que evidentemente, será mejor como menos obligue a los niños a pedir ayuda a las personas mayores y cuanto más haga trabajar su capacidad perceptiva provocando su participación activa y su creatividad. Una hora u hora y media como máximo, según la edad, es lo que se suele prever; sobre todo si se trata de niños pequeños. Es importante permitir la manipulación de los objetos de las colecciones; ya que este contacto directo con los objetos proporciona resultados muy interesantes, pues unos pocos instantes de manipulación pueden conseguir lo que no se conseguirá con

horas de contemplación. La asignación de un lugar en el museo jugará un papel importante ya que será ahí donde este deseo de manipulación de los niños pueda satisfacerse bajo el control adecuado.

Para los alumnos mayores o adolescentes, resulta de mayor interés organizar coloquios con los educadores del museo, artistas invitados, científicos, etc.; después de su visita, a fin de facilitar la reflexión sobre todo lo que se ha podido observar, aclarar dudas, expresa y contrastar opiniones personales posibilitando la necesidad de autoafirmación y libertad de expresión. Hay que tener presente una característica propia de estas edades: la importancia de la vida social, de los grupos de amigos, en su desarrollo. Las visitas al museo se consideran buenas oportunidades para relacionarse con los compañeros y, si éstas se llevan a cabo sin el grupo de amigos despertará poco interés entre ellos. La creación de un club de jóvenes es una posibilidad interesante dentro de los programas educativos para quienes se organizan actividades durante los fines de semana y períodos de vacaciones, teniendo un carácter más lúdico y menos formal, respondiendo al propósito de captar el interés de los niños y adolescentes para estimular su regreso al museo y profundicen sobre él, a la vez que intentan ampliar la oferta de actividades para el tiempo de ocio. Las actividades de vacaciones o de fin de semana, a las que pueden acudir los interesados, solos o acompañados de una persona mayor, cuentan con una orientación más individualizada, lúdica e informal. Los temas que se tratan son menos "académicos" en sentido estricto, pretendiendo que estén relacionados con el mundo cotidiano de los niños, donde puedan desarrollar un trabajo creativo con la finalidad de servir como medio subalterno a los jóvenes para gozar del museo, a entender las colecciones y, por medio

de esta comprensión ganar conocimiento de su entorno, entusiasmándolos para que vaya al museo no únicamente cuando va su clase, sino continuamente, con los padres, amigos o solos. El museo ha de ofrecer al público infantil, juvenil una oferta individualizada distinta de la que ofrece el grupo. Una posible solución, es formando centros o salas de recursos donde los niños puedan acudir a trabajar individualmente o en pequeños grupos sobre aquellos aspectos del museo que más le interesen, contando con el material didáctico apropiado y una orientación adecuada por parte de una o varias personas responsables, cuya finalidad será la de proporcionar a los interesados la oportunidad de investigar un área de especial interés para ellos, utilizando las instalaciones del museo y desarrollando las destrezas apropiadas para el trabajo de investigación individual. Intentando con los programas tener un sentido y proporcionar a cada público, colectiva o individualmente, aquello que mejor sirva para entusiasmarle a descubrir el museo y a desarrollar sus posibilidades de observación, investigación y creación.



Actividades infantiles. 2000.
Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INBA



Actividades infantiles. 2002.
Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INBA

3.3.4 LOS ESPACIOS CULTURALES PARA LA INFANCIA

A lo largo de la historia de la humanidad, las ciencias y las artes se han caracterizado por ser el reflejo tanto cultural, como tecnológico de una sociedad. En particular, la realidad de los aislamientos o influencias de otras culturas hacia ella misma, o el dominio de ésta hacia otras, delimita la cultura-social de los individuos. El recinto seleccionado para ser protagonista de la historia, presente y futuro artístico-social: es el museo.



Sala de exhibición,
Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INBA

En nuestro país, desde no hace más de 50 años, estos recintos se han convertido en los depositarios de nuestra cultura; multiplicándose y perfeccionándose ellos mismos. Actualmente se enfrentan a los cambios socio-culturales de una acelerada globalización económica, por ello sus responsables enfrentan nuevos cuestionamientos: ¿los museos son una necesidad social, cultural o política?; ¿un negocio lucrativo

o una utópica moda?; ¿una forma de contar la historia de los vencedores o de los vencidos?; ¿es el museo un lugar popular o para la elite intelectual?. Ésta creciente y acelerada transformación de la sociedad, crea la necesidad en los museos de especializarse, definir sus ofertas culturales (replantear o crear sus acervos artísticos); sus guiones museográficos (como exhibir las obras artísticas); definir sus expectativas museísticas (históricas, de artes aplicadas, tecnológicas, etc.); y su público objetivo, al que en un principio y básicamente –sin ser exclusivo– definir, su razón de ser.

En muy corto tiempo (menos de 10 años), evitando caer en precipitaciones ideológicas los museos han definido sus objetivos museísticos y museográficos, tomando en cuenta las características sociales, económicas y políticas en que están inmersos, así como sus recursos históricos, arquitectónicos y humanos, para crear los programas didáctico-pedagógicos para su público objetivo; en este replanteamiento los museos, han (re)definido sus expectativas de usuario; el visitante se ha transformado y posicionado como la figura central; para él se crean y desarrollan temática y didácticamente exhibiciones de arte, historia y/o tecnología; ya sea, principalmente dirigidas hacia los niños, los jóvenes, a los adultos, a discapacitados, hombres, mujeres, para la sociedad en general y en particular.



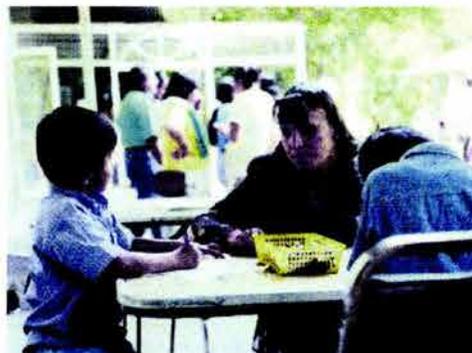
Actividades infantiles. 2000.
Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INBA

Como punto de partida, los museos están dirigiendo sus intereses hacia el público objetivo que representa su supervivencia: los niños y los preadolescentes; pues estos, son más susceptibles en sus gustos y hábitos a ser influidos positivamente en el uso y costumbre de la cultura, el arte, las tradiciones y la historia; en un país como México, los responsables de los museos no sólo deben de enfrentarse a la poca o nula aceptación que se tienen hacia estos como oferta global de cultura (exposiciones artísticas, talleres, cursos, actividades recreativas, entre otras), sino, deben de enfrentarse y destruir

los mitos y argumentos que han ocasionado que generaciones atrás no hayan accedido a los museos en particular y de la cultura en general. Tomando en cuenta, los factores económicos y demográficos que los alejan aún más de estos recintos.

Los programas y esfuerzos pedagógicos que están encausando los recintos hacia los niños y preadolescentes, tienen como objetivo fomentar el primer contacto con el museo, ya sea por la intervención de la escuela y de la familia; a la vez que se motiva la segunda visita; pues sin una continuidad de poco serviría llenar de debutantes las salas de exhibición. Si el museo no es capaz de ofertar diversidad para saciar los gustos, comodidades, información y afecciones para un visitante, este no regresará creando un recinto "muerto".

Es el seno familiar, donde se debe dar este primer contacto del niño o preadolescente con la actividad cultura (antes de los doce años); pero, principalmente es en la escuela donde se da esta mediación entre el niño y el arte. El infante entra en contacto con la cultura en aquellas edades en el que el proceso de socialización, tanto familiar como escolar, es intenso (poco antes de los 18 años); superando este periodo es menos frecuente que el individuo entre en contacto con la obra de arte, a mayor edad las posibilidades de hacerlo son cada vez más limitadas; sin olvidar que hay fuertes y marcadas diferencias en las prácticas culturales de los individuos de un mismo nivel socio-económico, sumando a esto, las tradiciones familiares y el grado de desarrollo educativo. Si en la familia existe un interés por visitar los museos, el porcentaje de personas que asistan por primera vez entre los uno a ocho años es mayor; pero, si los familiares, principalmente los padres no se interesan por el arte o ciencias en cualquiera de sus manifestaciones, y hasta un tanto voluntariamente siembran la desconfianza por estos recintos, el porcentaje desciende a niveles alarmantes, contando sólo con una visita al museo en la vida; provocando en los niños que no se llegue a desarrollar el gusto por el arte en su etapa de adultos. La importancia y trascendencia que la familia toma el papel de transmisora del aprecio y gusto por las manifestaciones artísticas, culturales y museísticas, es superior en todos los sentidos, sobreponiéndose a las influencias sociales que el niño y/o preadolescente puede encontrar fuera de este núcleo; ya que aquellos en cuya familia se ha generado una inquietud por el arte son quienes siguen visitando el museo con mayor frecuencia (más de cuatro veces al año). Eduardo Salas comenta:⁶⁴



Actividades infantiles. 2001.
Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INBA

"La obra de arte permite miles de mensajes diferentes...El niño, al ver un cuadro de Velásquez, no le dice nada como arte, pero le llama la atención como iba vestido un niño en otra época, y haber visitado un museo desde niño va hacer que le resulte un sitio familiar, y esto hará que lo vaya a visitar posteriormente, por eso creo que es muy importante la labor de la familia"

⁶⁴ Sánchez de Horcajo, Abiό, et. al., op. cit. p. 115



Actividades infantiles. 2000.
Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INBA

Respecto a quienes visitaron por primera vez el museo después de la adolescencia (16 ó 18 años) son personas alejadas, y hasta cierto punto ajenas al interés por el arte, por la cultura y las tradiciones que en su familia fueron escasas; los que han sido llevados por iniciativa propia o por la influencia de las escuelas; los amigos, y en ocasiones por los medios de comunicación se convierten en visitantes esporádicos, muchas veces incómodos o desfasados de la oferta museística, pues su tardía incorporación les dificulta el conocimiento y comprensión de la obra expuesta, sus significados artísticos, sociales y culturales, creando un acto de rechazo, subvalorado e incomprensible. El crítico de arte José Ramón Danvilia, ratifica esta idea:⁶⁵

“La formación debe empezar desde pequeño, hay que enseñar ver el arte desde la niñez. El gusto hay que empezarlo a cuajar desde pequeño para que el individuo tenga capacidad de elegir”

Cuando en el ámbito familiar es escasa o nula la afición por las artes y las ciencias, es de vital importancia que los profesores y maestros en las escuelas se conviertan en los intermediarios entre el niño y el museo. Si bien la educación

escolar, puede influir y modificar los hábitos familiares, no sólo como mera transmisora de conocimientos, sino como formadora de los futuros ciudadanos y profesionistas; estos educandos pueden evolucionar hacia un público esporádico; a uno asiduo, pero no experto, entre las varias posibilidades con respecto a su vinculación o alejamiento hacia las ciencias y las artes. Pese a toda la descarga de conocimientos académicos, reflexivos y hasta sociales que pueden proveer la escuela, es en la familia el medio propicio para inculcar la pasión, el gozo y disfrute del arte.

“Cuando la familia no colabora otra manera de llegar a los niños es mediante la escuela las vistas a los museos por los colegios puede ser importantísima esos primeros contactos sirven en algunos casos para afianzar las posteriores visitas, los maestros deben fomentar la lectura sobre arte, así como las visitas a museos. El arte debe ser tratado por la escuela no sólo de manera académica, sino también de una manera lúdica.”⁶⁶

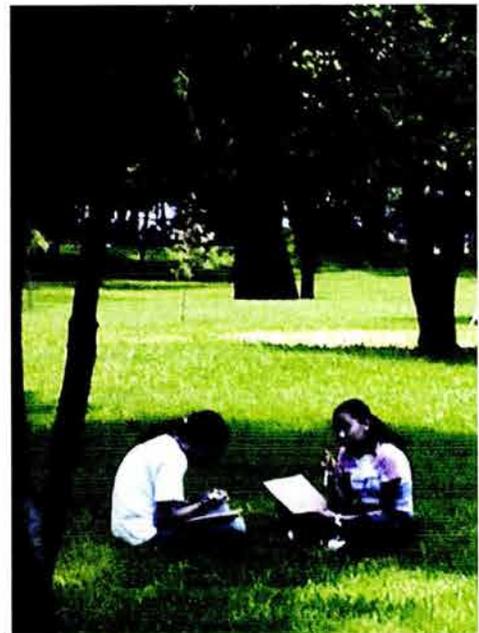
Cuando el niño entra al museo, su primer contacto es con un mundo que le ofrece muy poca o nula atracción para su esparcimiento, y menos aún para su entendimiento; muros color blanco o neutro; grandes textos con información incomprensible, obras de arte (algunas no lo parecen), o históricas, aisladas, extrañas, no puede tocarlas o manipular, la mayoría de estos objetos que son muy viejos y con un significado ajeno a sus realidad; la luz es extraña, con zonas muy iluminadas y otras no; etcétera. Todo lo que es el museo y hace que el niño (según los mitos y falsas concepciones) es un recinto ajeno; no se puede hablar; no puede caminar libremente; siempre esta vigilado; en ese lugar sólo hay cosas viejas que no sirven para nada; un museo no es precisamente un lugar

⁶⁵ Ibid p.116

⁶⁶ Ibidem p. 121

para divertirse; hay que ser muy listo para entender lo que hay ahí, etcétera. Es ésta la realidad de la percepción de los museos para un gran sector de la población, como lugares más hostiles que agradables. Despectivos, pues quien los frecuenta no es un ser que parezca tener diversiones o entretenimientos, se maneja la cultura como un sinónimo del aburrimiento y para estar en vanguardia social, son preferidas otras actividades, que las artístico-culturales. Es muy grande la necesidad de los museos de poder posicionarse en la mente del usuario como una opción real de esparcimiento, como el cúmulo y depositario de conocimientos que ofrece los niños la oportunidad de entrar en contacto con él mismo, de facilitarles las características y la importancia de contenidos; de los movimientos artísticos, históricos y tecnológicos; los cuales pueden saciar la carencia de un mundo de fantasía y entretenimiento que el niño va creando en su hogar, su entorno y los lugares que le permitan, por medio de la asociación de ideas y procesos casuales, llegar a su comprensión. Los museos ya no hacen exposiciones pensando en su "grandeza histórico-intelectual", ahora están enfocando sus esfuerzos en crear las exhibiciones hacia el público en general (con sus particularidades), sin mayores expectativas que poder provocar un acercamiento y disfrute por el material expuesto, su aceptación y entendimiento por lo que es.

El pequeño visitante (niños y preadolescentes) a estas exposiciones no se guía autónomamente por las áreas y actividades que el museo le ofrece; el recorrer las salas, al observar las piezas exhibidas, los materiales didácticos y pedagógicos que apoyan la muestra en si, no siempre son tan claros y explicativos como en teoría deberían de ser; en la mayoría de los casos los niños deben de ser auxiliados por adultos, limitando o negando impulsar su capacidad perceptiva, su participación activa y su creatividad, vagando de un lado a otro desorientado y obligado a una presión constante de esfuerzo de comprensión que lo lleva a una fatiga que lo conduce a perder su interés y su capacidad de entendimiento y percepción que el museo quiere dar a conocer. Es aquí donde los objetos diseñados son el vínculo que ha de servir, no sólo con una finalidad estética, sino como elemento fundamental para facilitar el aprendizaje del niño, con las cualidades cromáticas, tipográficas e iconográficas, que hagan de él un recurso para optimizar el entendimiento de la audiencia; un medio que por su claridad lo convierta en un elemento indispensable para la capacidad autónoma del público; teniendo la opción de escoger libremente lo que mejor le parezca e interese o seguir caminos más detallados. Lo que está libertad ofrece; además de la obtención amena del conocimiento del entorno enriquecida con la calidad de la experiencia que proporcione la visita, que entre más acogedora sea mejor, es hacer que el visitante regrese tantas veces como lo desee, a una misma exhibición o actividad de interés, involucrándose y comprendiendo algunas bases de los movimientos artísticos que llegaran a formar parte de su espacio y puedan encontrar similitudes y diferencias de la vida



Actividades infantiles. 2001.
Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INBA

cotidiana fundamentado en el trabajo creativo que sirve de enlace para gozar del museo. Buscando una forma dinámica y eficiente que permita al público involucrarse profundamente con el arte o la ciencia, y que recuerde agradable y perdurablemente la experiencia, donde se captara su interés y representando ideas que puedan asimilar e integrar como parte de su desarrollo obteniendo control y autodominio dentro de un espacio nuevo.



Actividades pedagógicas.
Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INBA.

La identidad de un museo y la relación con su público se define del modo en que se construyen y difunden sus componentes museográficos y didácticos, de la desarticulación de todas las formas en que el museo se puede posicionar, comunicar y divulgar entre los diversos tipos de público, buscando un entendimiento que vaya más allá de la simple exhibición de las piezas artísticas o tecnológicas; adquiere gran importancia la permanencia en el inmueble, esta debe de ser lo más placentera y lo menos intimidante; por ello el museo, como espacio, debe proporcionar los aspectos visuales más concretos para que el visitante pueda tener el conocimiento de en donde esta y lo que puede hacer ahí; esta implicación primera y más importante del desplazamiento es para el diseño como parte de la imagen institucional, una herramienta que conduzca necesariamente a un (re)planteamiento de la identidad institucional; la imagen es el efecto visual y público de un discurso de comunicación. Formular un sistema de recursos integrales en una imagen institucional es optar por una determinada caracterización de la modalidad y el temperamento con que la institución integra y opera en el contexto social el conjunto de atributos concretos de identidad, centrando al museo dentro de un espacio de comunicación y transmisor de mensajes para los diferentes flujos de espectadores que lo visitan, basándose en las diferentes actividades y servicios que este ofrece; conociendo e identificando el

comportamiento, las necesidades y la forma en como se relacionan con su espacio; en caso concreto de los niños y los preadolescentes, el desarrollo de un sistema informativo (didáctico y/o pedagógico) que proporcione los elementos básicos, que le permitan tener un conocimiento y desenvolvimiento al estar en el museo, ya sea que se enfrente a este como institución o como inmueble, comprendiendo las funciones y actividades que se desarrollan dentro de él; el diseño debe estar integrado a la concepción global del museo.

“El diseño de los materiales de exhibición, del montaje del conjunto de la exposición, de la distribución del edificio, no sólo deberá guardar coherencia interna sino ser consistente con los criterios del museo”.⁶⁷

Tomando en cuenta las necesidades y realidades de los usuarios más pequeños y jóvenes; el planteamiento de una exhibición es brindarles un espacio mínimo

⁶⁷ Entrevista: J. Alfredo Hidalgo.

en el que puedan manejarse autónomamente, de acuerdo a sus intereses; reconociendo que el niño, como ser individual es diferente a un adulto, cuyas necesidades de conocimiento y de reflexión son otras, así como los medios (didácticos) con los que se haga entender, comprender y apoderarse de su espacio para hacerlo su "realidad". Tomando siempre en cuenta que cada niño es diferente y único, sus orígenes sociales, culturales y demográficos que lo afectan. El crecimiento de las ciudades ha planteado los espacios al aire libre, el aumento de la clase media dio lugar a los niños en el mercado de consumo, primero la publicidad se dirigió a los padres, ahora a los niños. Estos planteamientos mercadológicos, han conducido a los museos a reconocer que no tienen valor por sí mismos, ni por las obras que exhiben, sino por el tipo de usuario que los visita y hace uso de sus oferta (servicios). La identidad gráfica del museo, es la encargada (mediante sus estudios y su logística) de divulgar la obra cultural y facilitar su comprensión, es además, la tutora de atraer la atención de la comunidad infantil; despertando el interés por la experiencia de mayor impacto educativo (didáctico); provocando el impulso necesario por medio de la comunicación gráfica, adaptado a un lenguaje visual, verbal e iconográfico (luz, color, volumen, planos, tipos, entre otras), de acuerdo a los niveles de percepción y visualización de un niño; para ello el objetivo principal del museo es ser el centro de divulgación educativa, el cual se refuerza con las actividades que promueven la participación, basados en los programas de educación básica. A través de la participación activa de los pequeños visitantes, se estimulará la observación científica como medio para obtener información.

Al permitir la libertad de acción de los niños en la realización de las actividades de su preferencia (libertades delimitadas previamente), llámese: observación visual, manipulación, y/o exploración, las cuales darán como resultado la saciedad sin inhibiciones de su fantasía, imaginación, la acumulación de conocimientos, y su mejor razonamiento, los cuales propiciarán un aprendizaje a través de la interactividad. Esto significa que la adquisición de alguna destreza, producto de una situación de aprendizaje, desencadena un proceso donde el participante siente placer y evoluciona mental o físicamente, en un ambiente libre.

Para ello, el museo deberá perfeccionar cualitativa y cuantitativamente sus recursos materiales y humanos. Entre los primeros, la exhibición de las piezas artístico-históricas, es el medio a través del cual se transmite el mensaje global, una comunicación que debe ser descifrada mediante la interpretación de todos los elementos en particular y en conjunto (que tipo de obras componen la exposición; su relación conceptual o temática; la edad de los mismos; el color de los muros, de los muebles; los elementos gráfico-didácticos que auxilian la muestra:



Actividades pedagógicas.
Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INSA

cedularios, textos, libros, catálogos, etc.); en segundo caso, los recursos humanos, el personal que labora en un museo es el responsable de crear, diseñar, construir, mantener y actualizar las exhibiciones; facilitar la interacción de los visitantes con el museo en sí, y de aprovechar los servicios colaterales que les proporciona.

Las actividades diseñadas, se orientan básicamente hacia el acercamiento de los niños con la oferta del museo; ésta oferta, no es exclusiva para los niños, se plantean las variantes necesarias para que el público de cualquier edad y género pueda ser participe de las actividades museográficas y didácticas. El museo contempla tanto a familiares y docentes de los niños, como a los visitantes que no son acompañantes de ningún infante para su participación e integración de todas las actividades; como un ejemplo se puede mencionar la actitud del museo ante los docentes, se presenta ante ellos como un recurso de apoyo para la educación formal, la cual no se limita a los niveles de básicos o de bachillerato, sino, en un recurso útil para estudiantes de niveles profesionales, técnicos, de posgrado; para investigadores y especialistas nacionales y/o extranjeros. Los museos no son espacios para un público exclusivo con una oferta clasista; han sido, son, y serán un apoyo para la educación, su existencia radica en la unión directa de su público visitante; para él se ofrecen las exhibiciones, se estructuran para ser más atractivas (mercadotecnia), lo más académicamente completas, sin ser excesivas; por ellos se consideran aspectos básicos, tales como: la información captada por el niño durante su interacción con la exhibición (aporte cognoscitivo); donde pueda acceder a esta información por medio del texto explicativo, estructura del edificio, distribución y señalización, o por la simple interacción con la exhibición. Por lo que contar con una exposición bien diseñada, en buen funcionamiento y acompañada por textos claros, cobra rele-

vancia para el logro de la simultaneidad entre el aprendizaje y la recreación. El “aporte conductual” es dado por la figura del guía o personal del museo, quién con una serie de características físicas y conductuales lo hacen modelo digno de imitar por el niño. Su función es la de ser un “facilitador” del aprendizaje, su labor será la de transmitir el gusto por la ciencia y la cultura, de manera que motive al conocimiento del niño y despierte su curiosidad. Por otro lado, debe transmitir una imagen positiva, un trato cordial y cálido que genere en el infante confianza. De igual forma surge el llamado “poder atractivo”, el cual se refiere al poder que posee la exhibición para atrapar la atención del pequeño visitante, haciendo que éste se acerque e interactúe con ella hasta culminar la actividad. Dentro de los materiales didáctico-pedagógicos se encuentran los “textos”, los cuales son un complemento de las exhibiciones a través de los cuales se amplía el mensaje que se desea transmitir y a su vez indican una serie de instrucciones que permiten hacer uso adecuado de las mismas, los textos no pueden ser largos sin mantener una información clara y/o concreta en un mínimo de palabras, es decir textos cortos. Hay que aclarar que el



Actividades infantiles. 2000.
Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INBA



Actividades pedagógicas.
Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INBA

hecho de que un niño se sienta atraído por una exhibición no significa que le guste, esto último sucederá en una etapa posterior, después de que haya interactuado con la exhibición.

“Los museos para niños son centros donde la creatividad, el descubrimiento y la curiosidad cobran vida a través de exposiciones y programas diseñados para desarrollar una pasión por una vida de constante aprendizaje. Establecer el museo como un centro primario para el enriquecimiento educacional y el entretenimiento de los niños y aquéllos que los tienen a su cuidado”.⁶⁸

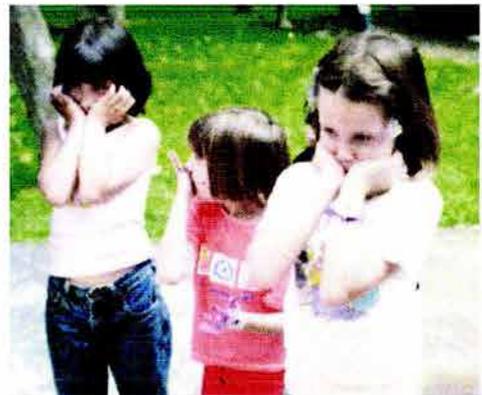
Si la temática del museo es científica, artística, o histórica; en los visitantes (niños y/o preadolescentes) se privilegia la función transmisora-educativa, en relación con las de conservación de patrimonio e investigación científica. Los museos pueden ser un gigantesco laboratorio de pedagogía, exigiendo diseñar el museo, en su conjunto, como un aparato educativo no formal, respondiendo a criterios epistemológicos claros y a un enfoque pedagógico bien definido.

Definir la función del museo, es entender en qué contexto se encuentra y tomar en cuenta las características de la institución como paso fundamental; dentro del cual se toman en cuenta los siguientes aspectos:

- Libertad de elección del visitante
- Poder manipular objetos-materiales
- No eliminar cualquier momento que conduzca a la reflexión
- Relacionar conceptos de validez universal con la vida concreta de un lugar
- Motivar interés por el arte, la ciencia o la técnica
- Promover la reflexión, la exploración y el descubrimiento
- Entender la ciencia y la cultura como herramienta de estudio y no como un conjunto de verdades acabadas
- Reconocer la relación de la ciencia, la cultura o la técnica, con otros aspectos entre si; la vida humana y su contexto social

El conocimiento se construye a través de la confrontación de las propias teorías con la realidad; no confundiendo con una institución escolar, anclando su temática en la realidad de nuestro país. La estructura de la exposición debe ser transmisora del museo, definirse de acuerdo con el criterio pedagógico sin ser resultado de la casualidad, con la posibilidad de elegir un orden que estructure la muestra, dividiendo el museo en secciones (según disciplinas) con datos concretos apoyados por materiales audiovisuales, definiendo prioridades de temas y la decisión de una estructura expositiva que no condicione a un recorrido fijo.

Es importante que el museo mismo sea considerado un material de exhibir y mostrar; para esto, puede auxiliarse de maquetas o laminillas informativas que el visitante pueda observar; las cuales son colocadas en lugares seleccionados para



Actividades pedagógicas.
Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INBA.



Actividades pedagógicas.
Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INBA

que se encuentren a la mano del usuario y pueda elegir su recorrido; de igual forma, puede mostrar detalles constructivos y contemplar otras actividades, considerando al museo un centro de cultura y tecnológica. También se encuentran los talleres de actividades para que manipulen y relacionen lo que han visto, convirtiéndose en rincones de trabajo, espacios de reflexión, discusión, cambio de ideas, organizando ámbitos donde los niños produzcan (talleres de plástica, expresión corporal, otros), y se permita estimular un proceso activo de construcción del conocimiento, entrañando proce-

sos afectivos y cognitivos, que estimule a formar espectadores críticos, el club de ciencias o artes donde realicen trabajos sobre temas específicos; el centro de documentación, un centro de cultura científica. En general, las exhibiciones van acompañadas de un catálogo que refleja el criterio de considerar a la exposición como conjunto de materiales valiosos. Pero para los niños se pueden desarrollar libritos con diferentes temas tomando como punto de partida los materiales de exhibición, pero que permitan una lectura independiente de la visita, donde se reforzará y ampliará las nociones que se adquieren en el museo y constituirán una biblioteca básica para niños que no concurren a la visita. De igual forma se pueden proponer distintos recorridos del museo específico para niños y pre-adolescentes; pensarse en láminas, filminas, kits para hacer cosas, así como también material para los docentes.

“La auténtica misión social del museo como fuerza activa en la política del país, es apoyando la gratuidad de la enseñanza, la igualdad de los medios educativos para toda la sociedad y, en definitiva, colaborando a una transformación sociocultural de vital importancia: que la cultura privilegiada se transforme en privilegio de la colectividad”.⁶⁹

La comunicación de los contenidos y interacción del público debe predominar respecto a la pura contemplación pasiva del discurso museográfico. Como una institución preocupada por construir una verdadera oferta cultural, por competir conscientemente con otras alternativas y equipamientos culturales, con base en la originalidad de sus lenguajes comunicativos y la compenetración de las comunidades a las que se deben, y por transformarse así en un activo motor de la promoción y el rescate cultural entre sus públicos, para que estos no sean pasivos contempladores de los sucesos cotidianos. Creando conciencia de los aspectos importantes de la historia y evolución del arte en nuestro país y nuestra importancia como miembros en una sociedad con temas como: el consumismo, el desperdicio de recursos y la conciencia ecológica del entorno; partiendo de la idea de que el museo por sus características y contenidos, no debe entenderse como un lujo cultural, un espacio exclusivo de solo unos cuantos o un lugar para realizar solo visitas escolares, sino como una institución educativa y orientadora al servicio de la comunidad, dotado de los medios suficientes que promuevan la investigación para la experimentación de nuevos modelos educativos apropiados a la idiosincrasia de la institución, manifestando y comunicando nuestra cultura.

⁶⁹ www.icom.com



CAPÍTULO IV

La percepción en los niños



CAPÍTULO IV LA PERCEPCIÓN EN LOS NIÑOS

4.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS NIÑOS ENTRE LOS 6 Y 12 AÑOS DE EDAD

Las características de desarrollo en los niños entre los 6 y 12 años de edad llegan a ser muy notorias, a pesar de que existen casos en el que algunos grupos de infantes se desarrollan con mayor rapidez, en comparación a otros; durante estos años los niños se encuentran en una etapa llamada: Período de las operaciones concretas.⁷⁰ En su transcurso el pequeño realiza el mayor avance tanto de su cuerpo como de su mente, pues ninguna de ellas existe por separado; conjunto a este periodo lo constituyen sus primeros años escolares; donde aprenderá los valores y destrezas que son útiles en la sociedad a que pertenece.

La actividad motriz del individuo tiene por objeto alcanzar un fin; siendo la intención y la motivación parte integral en su realización, apuntando así a las relaciones que la motricidad mantiene con la vida psíquica, tanto en lo intelectual y afectivo como en lo social; siendo el medio la influencia indispensable para crear los mecanismos de aprendizaje a través de la estimulación y de la posibilidad de experiencia ofrecidas al niño y que a su vez, influirá en la maduración de este. La exploración del mundo circundante conducirá al niño, a partir de tanteos y en una acción recíproca entre motricidad y posibilidades mentales; a la integración de sus percepciones, la estructuración del espacio en que se mueve, al dominio de las relaciones temporales, al conocimiento del propio cuerpo y a la simbolización, logrando así, que el niño actúe dentro de su medio.

Las regulaciones intuitivas se van coordinando entre sí hasta formar un sistema de operaciones concretas que llevan al niño a distinguir lo que, a través de las transformaciones sufridas por las cosas, permanece invariable; su pensamiento alcanza así la reversibilidad, la deducción. Este nuevo pensamiento estructurado y lógico no le permite despegarse todavía de lo perceptible, lo manipulable, lo concreto, pero mediante él, el niño será capaz de llevar a cabo dosificaciones seriales y explicará los fenómenos físicos de forma más objetiva, teniendo en cuenta y relacionando los diferentes factores implicados.

Dentro de este mismo período de operaciones concretas se desarrolla una mayor socialización o un modo cooperativo de relación, en que el diálogo sustituye al "monólogo colectivo" propio de edades anteriores y que influye por confrontación en el pensamiento de otros, en una toma de conciencia de su propio pensamiento, al que puede aportar sucesivas correcciones. Así, al final de este período alcanzará un razonamiento lógico ante todas las transformaciones de los objetos.

⁷⁰ Biblioteca pediátrica familiar:
*Los cuidados del niño, conoce y
comprende a tu hijo desarrollo
psicomotor.* Ediciones Siglo
cultural, España, 1997.
p.11-30

4.1.1 DESARROLLO MOTRIZ, SOCIAL, INTELECTUAL Y DE LENGUAJE

Desarrollo de los niños:⁷¹

EDAD DE 6 Y 7 AÑOS	
DESARROLLO MOTRIZ	<ul style="list-style-type: none"> Colorea Utiliza instrumentos cortantes Coordina movimientos ritmicos Practica algún deporte siguiendo las reglas Sus movimientos finos son más torpes Se le caen lápices y cubiertos
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> Se baña, seca, viste y peina solo (a) Se cepilla los dientes sin ayuda Identifica sus habilidades y limitaciones No le importa su aspecto personal Juega en grupo Participa en concursos
DESARROLLO INTELECTUAL	<ul style="list-style-type: none"> Reconoce letras Hace razonamientos lógicos y numéricos simples Se interesa en los fenómenos de la naturaleza Adquiere la lecto-escritura Dice la hora Ubica pasado, presente y futuro
DESARROLLO DE LENGUAJE	<ul style="list-style-type: none"> Amplia su vocabulario Cuenta sus propias historias Inicia el lenguaje escrito Dice malas palabras

EDAD DE 7 Y 8 AÑOS	
DESARROLLO MOTRIZ	<ul style="list-style-type: none"> Aumenta la velocidad de sus movimientos
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> Es autosuficiente en la casa Puede servirse algo de comer Identifica sus intereses Programa actividades de una semana
DESARROLLO INTELECTUAL	<ul style="list-style-type: none"> Lee por su propia iniciativa Hace compras pequeñas Sigue el calendario
DESARROLLO DE LENGUAJE	<ul style="list-style-type: none"> Se comunica por cartas o recados Expresa lo que piensa y lo que siente verbalmente

⁷¹ Givaudan Martha, Dick Susan. *Yo papá, yo mamá.* Planeta, México, 1995, p.61-63

EDAD DE 8 Y 9 AÑOS

DESARROLLO MOTRIZ	Hace trabajo manuales y creativos por su propia iniciativa, utilizando sus destrezas motrices Realiza bailes y actividades motrices de mayor complejidad
DESARROLLO SOCIAL	Hace pequeños trabajos remunerativos Programa actividades para un mes Se responsabiliza de sus tareas escolares Toma recados con exactitud Gasta y administra su dinero Va solo a lugares cercanos Le agrada pertenecer a grupos o clubes y también busca momentos de soledad
DESARROLLO INTELECTUAL	Memoriza información que lee Resuelve problemas matemáticos Organiza fácilmente sus ideas Organiza sus objetos personales Realiza colecciones sobre sus temas favoritos u objetos de interés
DESARROLLO DE LENGUAJE	Realiza toda clase de clasificaciones de acuerdo con los atributos de los objetos Sigue instrucciones para hacer las cosas Contesta anuncios Contesta cuestionarios Da opiniones por escrito Se entera de cualquier situación familiar y opina Entabla alguna conversación sobre algún tema y sostiene su punto de vista Es extremadamente sensible a la crítica verbal

85

EDAD DE 9 Y 10 AÑOS

DESARROLLO MOTRIZ	Realiza bailes y actividades motrices de mayor complejidad
DESARROLLO SOCIAL	Gasta y administra su dinero Va solo a lugares cercanos Le agrada pertenecer a grupos o clubes; busca momentos de soledad
DESARROLLO INTELECTUAL	Organiza sus objetos personales Realiza colecciones sobre sus temas u objetos de interés Realiza toda clase de clasificaciones de acuerdo con los atributos de los objetos Sigue instrucciones para hacer cosas
DESARROLLO DE LENGUAJE	Entabla una conversación sobre algún tema y sostiene su punto de vista

EDAD DE 10 Y 11 AÑOS

DESARROLLO MOTRIZ	El desarrollo motriz acelerado algunas veces causa torpeza en los movimientos, dificultad para calcular y medir instancias y fuerza Puede romper objetos fácilmente
DESARROLLO SOCIAL	Le gusta ayudar en la preparación de alimentos Es independiente para elegir sus compromisos sociales y se esfuerza en cumplirlos
DESARROLLO INTELECTUAL	Se adapta con personas de todas edades y puede ser flexible al pensar como preescolar o como adulto Posee un alto sentido de ética y justicia Se interesa en aspectos religiosos
DESARROLLO DE LENGUAJE	Le agrada hablar sobre sí mismo y preguntar opiniones a otras personas sobre diferentes temas Establece comunicaciones secretas o crean códigos para comunicarse con sus amigos

EDAD DE 11 Y 12 AÑOS

DESARROLLO MOTRIZ	Las niñas usualmente han alcanzado el 90% de su estatura antes de la menstruación y el resto se da en el próximo año Los varones sólo han alcanzado el 80% de su estatura y menos de la mitad de su peso de adultos
DESARROLLO SOCIAL	Demanda libertad constantemente Les interesa buscar actividades remuneradas para comprar objetos que son importantes dentro de su grupo de amigos
DESARROLLO INTELECTUAL	Aumenta su interés y necesidad de entender aspectos de tipo religioso y místico Busca nuevas ideas y aumenta su sentido crítico de las situaciones y personas incluyendo a los padres
DESARROLLO DE LENGUAJE	Imita el tipo de lenguaje y entonación de su grupo de amigos Amor y odio son parte de su vocabulario

4.2 DESARROLLO DE LAS PERCEPCIONES

La percepción analiza las diversas formas en que las personas perciben el medio ambiente a través de los diferentes estímulos: luminoso, mecánicos, térmicos acústicos y eléctricos. Además de tener relación directa con la ergonomía cognitiva la psicología de la percepción sienta sus bases en el diseño gráfico e industrial. Las percepciones son el reflejo de un objeto íntegro que actúa directamente sobre los órganos sensoriales del individuo, donde la imagen que se forma es un detalle subjetivo de una realidad objetiva, que incluye vivencias relacionadas con el objeto, es decir, su experiencia práctica y sus conocimientos.

Las sensaciones son consideradas como la forma de conexión primaria del organismo con el mundo externo asegurando su actividad adaptativa.

“En cualquier caso, todas las concepciones teóricas de la percepción admiten que, fundamentalmente, dicho proceso consiste en una organización de datos sensoriales que informan sobre un objeto”⁷²

“Las percepciones no suelen ser vividas de una forma aislada, sino como un conjunto. Desde el punto de vista neurofisiológico, en el proceso de la percepción participan diferentes estructuras y funciones nerviosas que, de una manera compleja, posibilitan la llegada de una impresión sensorial al cerebro, su registro amnésico y el matiz afectivo emocional que lo acompaña, así como su modulación e integración en la corteza cerebral. Desde el punto de vista psicológico, la percepción es una función del Yo”⁷³

La primera experiencia de aprendizaje en un niño se realiza a través de la conciencia táctil, además de este conocimiento manual el reconocimiento incluye el olfato, el oído y el gusto en un contacto con su entorno. Lo icónico (la capacidad de ver, reconocer y comprender visualmente fuerzas ambientales y emocionales) supera rápidamente estos sentidos.

Las sensaciones se van desarrollando por el vínculo que existe entre diversos tipos de actividades (observación de la naturaleza, dibujo, audición de música, etc.), donde la imagen es guardada de acuerdo a las huellas dejadas; un conjunto íntegro de las conexiones temporales que se han formado ya sea por su color, olor y sabor del objeto.

La cognición sensorial adulta es la comprensión de lo que se siente y de lo que se percibe. Cuanto más complejo sea el objeto reflejado, mayor papel juegan en la percepción correcta de sus rasgos y aspectos sensoriales (análisis) y de las conexiones que entre ellos existen (síntesis), en cuanto a las sensaciones y percepciones en los niños este es un proceso de reestructuración de su cognición sensorial.

La sensibilidad táctil se supera en los dos primeros meses mientras que la sensibilidad visual y auditiva en la segunda mitad del primer año de vida, donde el niño comienza a orientarse con la ayuda de la vista y el oído adquieren importancia decisiva en la cognición sensorial de la realidad, la cognición práctica no sólo se mantienen en el transcurso de la edad preescolar, sino hasta la edad escolar primaria. La sensibilidad distintiva de los niños se agudiza notablemente si pasa a formar parte de un juego. T.V. Endovítskaia demostró, en una prueba normal, que los niños pueden determinar a una distancia de 2.05 m pero si se realiza en base a un juego la vista es más aguda y permite a los pequeños determinar a una distancia de 3 a 4 tanto la distinción de los colores como la asimilación de sus nombres (letras). Las pruebas también demostraron que:⁷⁴

- Los niños son ya capaces de distinguir bien los colores y sus matices.
- El color es un rasgo distintivo. Se apoya en las conexiones a nivel del primer sistema de señales (sensaciones, percepciones y nociones), pero no todas se reflejan en el segundo sistema de señales (lenguaje, idioma, comunicación).

⁷² Diccionario Enciclopédico: *Educación especial*, volumen IV, Santillana, México, 1996, p.1577

⁷³ Enciclopedia: *Psicopedagogía, pedagogía y psicología*. Océano, España, 1996, p.891

⁷⁴ Lubinskaia. *Desarrollo Psíquico del niño*, Grijalbo, México, 1971, p.77

- El color le sirve de ayuda, aun cuando no siempre consciente; la formas, sin embargo es el rasgo decisivo para su reconocimiento, es decir la percepción del contorno de los objetos.
- El reconocimiento y la distinción de los colores pasa por una serie de degradaciones, llega a suceder que a pesar de distinguir los colores en ciertas condiciones, el pequeño los confunde en otras.

Mientras que el mecanismo de inhibición y análisis, funciona así:

- Se divide la cualidad del objeto: color, peso, sabor que se denomina con la palabra. Una misma palabra sirve para reflejar idénticos rasgos en objetos distintos, termina por convertirse gradualmente en señal generalizadora de ese rasgo. Los rasgos: rojo, pesado, blanco, dulce, designados por la palabra se convierte en objetos del conocimiento.
- La palabra es una señal que generaliza la cualidad destacada y reconocida, se observa en cualquier otro objeto independientemente de las necesidades vitales del niño.
- La denominación dada a un rasgo, es para el niño un punto de apoyo para determinar la similitud y diferencia entre cualidades semejantes, el infante cuenta ya con esta posibilidad de comparar, apoyo para el posterior perfeccionamiento de su sensibilidad distintiva. La palabra se convierte en instrumento para el análisis de los matices que se perciben del aparato visual y sonidos. La asimilación del método comparativo, se manifiesta en la utilización —por parte del niño— de las correspondientes formas gramaticales. Aparecen así las palabras: “rojísimo”, “más estrecho”, “más alto”, “más alegre”, “más pesado”, etc.
- El niño va obteniendo con la palabra el apoyo para distinguir nuevos matices de colores y sonidos, fomentando poco a poco su observación y agudiza su sensibilidad.
- Cuando unos mismos rasgos aparecen constantemente y están presentes en objetos similares, pasan a convertirse en rasgos distintivos, que después se convertirán en lo que llamamos señales.

Solamente con la ejercitación, en la distinción de colores, olores y sonidos llega a producirse el desarrollo de las sensaciones. Es un proceso de formación de complejos sistemas de asociaciones, mientras que la palabra reestructura la actividad del analizador y la totalidad del proceso de la cognición sensorial.

Para percibir un objeto lo fundamental reside en destacar su forma y el contorno, existiendo una serie de circunstancias que las facilitan, como son:⁷⁵

- La separación del objeto, que se logra mediante su percepción repetida, acompañada de su consolidación incondicional.
- El objeto se puede diferenciar gracias a su aspecto (colores vivos, novedosos, etc.)
- La movilidad del objeto sobre un fondo de objetos inmovibles es la más

⁷⁵ Knapp Mark. *La comunicación no verbal, el cuerpo y el entorno*. Paidós Comunicación, Barcelona, 1988, p.93

importante, ya que proporciona la separación como “figura”, conocida y al mismo tiempo constante, sobre un “fondo”.

- En la percepción del objeto, propicia una importante acción activa del niño.
- El procedimiento táctil-cenestésico lo emplea el pequeño para reconocer los objetos.

Esta importancia del contorno para la percepción de un objeto concreto establece una finalidad entre el tacto y la vista, B. G. Anániev escribe: ⁷⁶

“Séchenov señalaba sus rasgos comunes: el conocimiento de la forma del objeto, la posición que ocupa y el tamaño vienen dados tanto por el ojo como por la mano. Además la vista proporciona una idea acerca del color del objeto. Pero el tacto es más rico, ya que da a conocer la hechura de la cosa, el acabado de su superficie y abarca la forma del objeto en su conjunto del modo más claro. Mediante el tacto, el niño analiza, activa, y consecuentemente el objeto, lo que se ve dificultado durante la percepción visual de la cosa, que actúa simultáneamente con todas sus partes componentes y en sus constantes relaciones recíprocas sobre el ojo del pequeño.”

89

4.2.1 PERCEPCIÓN DEL OBJETO Y SU REPRESENTACIÓN

En la percepción de un objeto conocido, hasta un niño de tres años se orienta precisamente por su forma, por el contorno del mismo, es decir, por aquel rasgo que es realmente básico y esencial en el objeto. La corteza visual es estimulada únicamente con los bordes, contornos y líneas de los objetos y con esta información se deduce la forma. Cuando los niños conocen el nombre de los objetos, no necesitan mirar el modelo con detenimiento, fija inmediatamente su mira en los objetos que se le presentan aún cuando este pintado de otro color, o se diferencien del modelo por su tamaño. La percepción de los objetos por el niño se basa, en las formas de las cosas, que es inseparable de su contenido. La designación del objeto con una palabra consolida el conocimiento del niño acerca de los rasgos fundamentales de aquél. Los niños de seis y siete años, cuando conocen el nombre de la figura geométrica, la ven entre los objetos que les rodean. Así dicen: “la estufa es un cilindro”, “el embudo es un cono que tiene encima un cilindro”. Ven a la forma, como portadora de un determinado contenido de un objeto, como rasgo fundamental del objeto. Se apoya tanto en el todo como en las partes, no obstante, al representar el objeto, no siempre sabe trasladar correctamente al plano las relaciones entre las partes y el todo del objeto como existen en la realidad, por la que el niño no disocia las partes esenciales y no descubre los nexos básicos que entre ellos existen. El niño generaliza fácilmente dos objetos homogéneos, basándose en la identidad de sus rasgos esenciales, demostrando que:

- El niño percibe los objetos por rasgos aislados.
- Cuando el niño percibe cosas conocidas y comprensibles, le basta con el apoyo que le proporciona una parte.

⁷⁶ *Ibid.*, p.81

- La percepción del niño es un reflejo del objeto, en el que el infante se apoya sobre el conjunto de sus rasgos y partes, y en particular sobre aquellas que son especialmente peculiares y típicas de las cosas dadas, es decir, que la distinguen de las demás cosas.

Para destacar las partes esenciales de un objeto, se precisa una actividad analítico-sintética, lo que es igual a dominar el método de la percepción. El adulto enseña al pequeño esta percepción consciente con el material que facilita los fenómenos de la naturaleza, los objetos de uso corriente o las artes, el cual consiste en destacar y mostrar a los niños lo común a través de lo aislado y peculiar. En un fenómeno singular, en el caso que aparecen fundidos tanto los rasgos esenciales y comunes como los casuales e individuales, el niño ha de ver, precisamente, lo esencial y común.

4.2.2 PERCEPCIÓN DE COMUNICADOS

Desde el segundo año de edad el niño contempla los comunicados, también conocidos como láminas, figuras o reproducción de estas; con satisfacción. Primero mira la representación de los objetos aislados y escucha lo que acerca de ellos dice el adulto; posteriormente el mismo señala con el dedo las figuras de la lámina y la nombra. Al mismo tiempo para los niños pequeños suele ser completamente indiferente el color, tamaño del objeto representado y su posición en el espacio.

Percibir un comunicado exige:

- El conocimiento de los objetos aislados que componen el núcleo temático.
- Destacar la actitud y el emplazamiento de cada figura.
- Establecer las conexiones básicas de la lámina y el espacio.
- Distinción de los detalles de la lámina, su iluminación, fondo, expresión facial de las personas, etc., que viene a completar la síntesis y asegura la comprensión total del tema.

La percepción de un objeto desconocido, y más aún cuando se trata de algo tan difícil y complejo como es un comunicado, exige la correcta correlación de la síntesis y el análisis, significa que es necesario destacar no unas partes cuales quiera, sino solamente las que son esenciales para el todo, que no se debe destacar de manera desordenada y suelta, aisladas unas de otras sino en sus conexiones recíprocas. La relación que existe entre el análisis y la síntesis en la percepción del comunicado no sólo se manifiesta en el paso de la observación minuciosa (análisis) al título generalizador (síntesis), sino también en el curso inverso del pensamiento. En la percepción del objeto o de su imagen y muy especialmente en el análisis de los comunicados, un papel muy importante corresponde al reflejo de una categoría tan esencial de la realidad como es el espacio.

4.2.3 PERCEPCIÓN DEL ESPACIO

La cantidad de lugares en los que el ser humano se puede comunicar con los demás dentro del espacio es ilimitada: transportes, espacios públicos, restaurantes, parques, oficinas, museos, campos deportivos, bibliotecas, teatros, cines, etc.

“Una vez que la persona haya percibido su medio, de una cierta manera se incorporan sus percepciones para llevarlo a la elaboración de mensajes que enviara posteriormente. Y una vez enviado el mensaje, las percepciones que otros pueden tener sobre el entorno se habrá alterado a su vez. De esta forma es como se recibe la influencia del medio y al mismo tiempo como influye la persona sobre este. Parte de las reacciones totales al medio, se basan en la percepción y posibilidad que se tiene para dejarlo, la intensidad de estas percepciones están estrechamente relacionadas con el espacio disponible (la privacidad de este espacio), durante el tiempo que se permanezca en un medio determinado. En general, la comunicación más íntima se asocia con medios informales, no restringidos, privados, cerrados y cálidos.”⁷⁷

91

El color, la iluminación, el mobiliario, la estructura y el diseño del lugar llegan a jugar un papel muy importante, por ejemplo; las tonalidades más placenteras son por orden, el azul, el verde, el violeta, el rojo y el amarillo, mientras que los más excitantes son el rojo seguido por el naranja, el amarillo, el violeta, el azul y el verde. En cuanto a la luz esta contribuye a estructurar las percepciones de un medio y estas a su vez pueden influir en el tipo de mensajes que se emiten. Birren sugiere que las reacciones humanas son el 12% más rápidas si la iluminación es roja. Las luces verdes, en cambio, parecen provocar reacciones más lentas, que las normales. Las luces de color también parecen influir en los juicios sobre el tiempo, la longitud y la anchura. Con la luz roja, estos juicios tienden a ser exagerados, mientras que la luz verde o azul parece provocar subestimaciones. Pero aunado a esto los mobiliarios del lugar pueden llegar a afectar un mensaje como pueden ayudar a que ese mensaje sea comprendido de una forma más clara y precisa, todo depende de la disposición de los objetos para facilitar o inhibir la comunicación, la distancia funcional está determinada por la cantidad de contactos que se ven estimulados por la posición y el diseño; mientras que la arquitectura puede desempeñar un papel importante en la determinación de quién encontrará a quién, dónde y tal vez en cuánto tiempo.⁷⁸

En el caso del niño tiene que ser destacado y disociado entre la multiplicidad de objetos percibidos, es decir orientarlo correctamente en el espacio tomando como base las asociaciones que antes se han formado en las zonas visuales y cinestésicas.

Es importante para el proceso de desarrollo en la orientación de los niños dentro del espacio, tener en cuenta la combinación constante de su experiencia sensorial-motora con la asimilación del lenguaje, su vocabulario y su régimen gramatical, dentro de las que se encuentran las siguientes categorías de nociones del espacio que asimilan:

⁷⁷ *Ibidem*, p.101

⁷⁸ *Ibidem*, p.102

- Reflejo del alejamiento del objeto y de su localización, por medio de la marcha y los movimientos de translación. Asimilación de los vocablos “lejos”, “cerca”, “allí”, “aquí”.
- Cuando más exactamente definan la palabra y el sentido, más fácilmente se orienta en este. Esto es; utiliza designaciones verbales del espacio: “allí”, “aquí”, “acá” en lugar de los vocablos concretos “lejos”, “delante”, “a lado”, etc.
- La palabra da a conocer las relaciones espaciales entre los objetos; cuando estas se fijan las conexiones se cierran, hasta en un niño pequeño de 1 a 7 años, con gran rapidez, de ocho a diez veces antes que sin la palabra. Al mismo tiempo son muy estables y se transmiten rápida y ampliamente a cualquier otro tipo de objetos. Las palabras “sobre”, “delante”, “detrás de”, “debajo de”, se convierten en señales generalizadas de determinadas relaciones espaciales que el niño disocia, haciendo abstracción de una situación concreta y singular y de unos objetos determinados.

El “espacio del camino” lo asimilan los niños en su segundo año de vida, el “espacio del plano” exige el dominio del lenguaje, el papel de la designación verbal y de la distribución de los objetos es de importancia espacial en la percepción de una lámina o comunicado, para su representación correcta, donde no sólo es necesario conocer los objetos representados, sino que además, hay que ver y darse cuenta del lugar que ocupan en él y en sus relaciones recíprocas. Hay que ver y darse cuenta de la postura de la persona (u objeto principal), ya que precisamente la postura, es decir la situación de las figuras en el espacio, da pie para interpretar las acciones del individuo y para comprender un tema, el sentido de la postura y de la posición de una figura en el espacio se puede denominar “lógica de las relaciones espaciales”.

CAPÍTULO V

Señalización y señalética





CAPÍTULO V SEÑALIZACIÓN Y SEÑALÉTICA

5.1 SEÑAL, SEÑALIZACIÓN Y SEÑALÉTICA

Antiguamente el hombre, movido por las necesidades elementales, procuró referenciar su entorno, su mundo, sus espacios; por medio de marcas o señales naciendo así la señalización. En los tiempos modernos donde el campo de la señalización se ha desarrollado y manifestado dentro de un amplio mercado; suscitando la existencia de sistemas de señales que los establecimientos han construido para sí mismos ayudando en las funciones propias de su entorno y necesidades, que aun cuando se remite al diseño de simbología universal para indicar ciertas funciones generales, requiere el diseño de señales particulares.

Este desarrollo se ha observado especialmente en las entidades de servicio público quienes buscan y requieren utilizar una señalización específica desde que el cliente entra en la instalación así como durante su permanencia, con el fin de operar con un cometido informativo y didáctico.

95

5.1.1 CONCEPTO DE SEÑAL, SEÑALIZACIÓN Y SEÑALÉTICA

Se le ha denominado **señal** al signo de comunicación cuya función explícita es la de transmitir informaciones apropiadas para coordinar la acción.

Señalización es el acto mediante el cual se aplican señales, a fin de resolver las necesidades informativas y orientativas de los individuos. Es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos.

Señalética es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia, organiza y regula las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos.⁷⁹ Es un lenguaje desarrollado de signos específicos y también el conjunto de criterios para su concepción y aplicaciones, cuya característica principal es la adaptación a problemáticas precisas, siempre relativamente diferentes.

5.1.2 SEÑALAMIENTOS MÁS COMUNES

Los niveles señaléticos o señalamientos más comunes que se encuentran en el mercado se dividen en las siguientes categorías:⁸⁰

⁷⁹ Costa Joan, *op. cit.*, p.9

⁸⁰ www.seysemexico.com.mx

RESTRICTIVO
EXTERIOR E INTERIOR

Transmite información normativa con símbolos y leyendas para indicaciones del usuario.



ESPECTACULAR
EXTERIOR

Transmite mensajes publicitarios con el fin de fijar la atención del usuario en él.



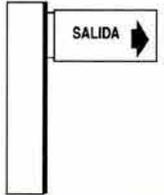
INFORMATIVA DE IDENTIFICACIÓN
EXTERIOR E INTERIOR

Transmite información acerca de las diferentes áreas de importancia, ayudando a reconocer el lugar (en ocasiones con nomenclatura).



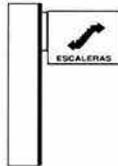
DIRECCIONAL
EXTERIOR E INTERIOR

Transmite información para dirigir apropiadamente los flujos de masas.



INDICATIVO
EXTERIOR E INTERIOR

Transmite información para dirigir apropiadamente los flujos de masas.



INFORMATIVA DE DESTINO
EXTERIOR

Indica, transmite y da información a los usuarios de la presencia de poblados cercanos a la carretera; mediante un acceso simple y su ramal correspondiente.



PREVENTIVO DE SEGURIDAD
INTERIOR

Símbolos que transmiten información normativa con respecto a zonas de alto riesgo para prevenir al visitante o trabajador.



INFORMATIVA DE RECOMENDACIÓN
EXTERIOR

Se utiliza para indicar por medio de una leyenda, las diferentes disposiciones o recomendaciones para los usuarios de las calles y carreteras. La leyenda tendrá un máximo de 4 palabras por renglón pero en ningún caso más de dos renglones.



PROVISIONAL
EXTERIOR E INTERIOR

Transmite información donde se desarrolla una actividad temporal.



5.1.3 ¿SEÑALIZACIÓN O SEÑALÉTICA?

Desde la antigüedad hasta el desarrollo alcanzado en nuestros días, existe una tendencia progresiva que va de la intuición que llevo a los individuos a “poner señales”; a la actividad empírica fundada en la observación directa de los hechos, la experiencia y la práctica, hasta los primeros intentos de mentalidad racionalista para reglamentar la circulación (1607) y la voluntad creciente de sistematizar los procedimientos de la información por señales, donde el fundamento de la señalización es y sigue siendo empírico. La observación de los acontecimientos diarios, la experiencia basada en los hechos precedentes y la práctica; ayudados por el control estadístico, son las bases que han dado lugar a la sucesivas convenciones, comisiones y acuerdos internacionales, que han desembocado en el sistema vial actual. Éste, apenas sufre variaciones conceptuales y técnicas, y si bien la informática ha sido aplicada a la gestión reguladora de los flujos, esto no modifica el sistema de señalización que conserva los criterios, los códigos, el lenguaje y las normas, prácticamente sin cambios.

97

En la señalización los problemas son conocidos previamente gracias a la observación empírica, como lo son también las señales y sus códigos. Los signos utilizados han sido ya memorizados por los usuarios y así institucionalizados, formando parte de la cultura visual de nuestro tiempo. Todas estas situaciones son previstas por la señalización hasta localizar los puntos clave en el espacio real y situarlos sobre el plano o mapa de la ciudad o carreteras, aplicando el elemento señalizador que le corresponde.

Señalizar, no es, si no la acción de aplicar señales existentes, a problemas conocidos y están tipificadas en un listado estadístico de problemas que se repiten indefinidamente. El empirismo y la redundancia son los dos factores implícitos en la señalización y que difieren de la señalética. Estas dos facetas de la señalización: su normalización (universal) y su empirismo implícito en la acción de señalar se extiende a su vez a otros campos sociológicamente menos relevantes: la vida cotidiana de los grupos humanos y de los individuos.

Germán Díaz Cordero menciona las características de la señalización:⁸¹

Finalidad.....	funcional, organizativa
Orientación.....	informativa, didáctica
Procedimiento.....	visual
Código.....	signos simbólicos
Lenguaje icónico.....	universal
Presencia.....	discreta, puntual
Funcionamiento.....	automático, instantáneo

La señalización no altera la configuración del entorno ni se supedita a él, puesto que es concebida y percibida como un elemento necesario, y por ello justificado; por tanto señalar no requiere un adaptación especial a la morfología del paisaje o del entorno, ni a su estilo. Por eso mismo, está no altera el aspecto general del entorno y menos aun puede imprimirle un carácter o reforzar su

⁸¹ www.wolkoweb.ar

propia personalidad. La señalización urbana o vial incorpora elementos que por ser estandarizados, crean un efecto uniforme, indiferenciado e incluso despersonalizado desde el punto de vista de la identidad y la imagen propia de cada ciudad y de cada paisaje, contribuyendo a diluir el carácter particular de los pueblos y ciudades. Los efectos de caracterizar la señalización con relación a la señalética como dos prácticas en parte semejantes y en gran parte diferentes será recordando los rasgos que caracterizan a la señalización como son: el empirismo, los códigos preexistentes, las señales preexistentes, la normalización de los casos y la uniformidad de entorno.

La señalización no significa el paso a la señalética, ya que la segunda no es exactamente una continuación técnica de la primera, sino más bien están delimitados ambos campos como áreas substancialmente diferentes, aunque superficialmente pueden aparecer como equivalentes e incluso idéntica. Este paso de la señalización a la señalética, así como cada uno de sus dominios, es un fenómeno de la complejidad social y de la comunicación de informaciones, la cual deviene de una necesidad que reclama soluciones más sofisticadas. Las similitudes enmascaran lo esencial, es decir, el concepto, el programa, el diseño de cada caso específico como punto básico de la disciplina señalética, donde nace por necesidad para convertirse en una serie más evolucionada de sistemas de información y orientación en el espacio y en las cosas, siendo estas necesidades las que definen su naturaleza, sus características y sus funciones. En su estatuto de ciencia que estudia los signos de orientación en el espacio y sus relaciones con los individuos, la señalética es históricamente posterior a la señalización, de la cual deriva y a la cual recubre asimismo.

El alcance y la especificidad de la señalética en tanto que constitutiva de programas requieren un estudio y un diseño para cada caso particular; en la misma medida en la que ambas formas de comunicación poseen rasgos diferenciales evidentes, conservan también condiciones comunes y efectivamente una y otra nunca se oponen, sino que se complementan o se amplían en determinados aspectos funcionales que se dividen para cubrir las diferentes necesidades de información que devienen de problemas distintos.

Diferencias entre señalización y señalética.⁸²

SEÑALIZACIÓN	SEÑALÉTICA
<ul style="list-style-type: none"> • Tiene por objeto la regulación de los flujos humanos y motorizados en el espacio exterior • Sistema determinante de conductas • Es un sistema universal y esta creado como íntegramente • Las señales preexisten a los problemas • El código de lectura es conocido a priori • Las señales son materialmente normalizadas y homogenizadas • Se encuentran disponibles en la industria 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene por objeto identificar, regular y facilitar el acceso a los servicios requeridos por los individuos en un espacio dado (interior o exterior) • Es un sistema óptimo de acciones • Las necesidades son las que determinan el sistema • El sistema debe ser creado o adoptado en cada caso particular • Las señales y las informaciones escritas, son consecuencia de los problemas precisos

⁸² Costa Joan, *op. cit.*, p.120

SEÑALIZACIÓN	SEÑALÉTICA
<ul style="list-style-type: none"> • Diferente a las características del entorno • Aporta al entorno factores de uniformidad • No influye en la imagen del entorno • La señalización concluye en si misma 	<ul style="list-style-type: none"> • El código de lectura es parcialmente conocido • Las señales deben ser normalizadas, homologas por el diseñador del programa y producidas especialmente • Se supedita a las características del entorno • Aporta los factores de identidad y diferenciación • Refuerza la imagen pública o la imagen de marca de las organizaciones • Se prolonga en los programas de identidad corporativa o deriva de ellos

5.1.4 ESPECIFICACIONES Y FUNCIONES DE LA SEÑALÉTICA

Además del mundo de la circulación pública, el tráfico y los viajes, hay una gran variedad de organizaciones sociales que se integran en el dominio de la señalética como son: restaurantes, hoteles, parques, museos, hospitales, universidades y escuelas; donde la arquitectura posee recursos expresivos e inductivos para que ella misma implique un sentido señalético; formando con ellos, elementos potenciales de una semiótica informativa de carácter señalético, coincidiendo arquitectura y organización del espacio; la primera como un hecho inmodificable, la segunda como una adaptación no siempre fácil.

En los espacios arquitectónicos, como una realidad que es generalmente previa a la señalización, se añaden también las variables de sus diferentes usos sociales a los que dichos espacios serán destinados. Estos no son sólo los que devienen de la circulación, sino también los de localizar e identificar los servicios requeridos en espacios interiores, alcanzar aquellos que interesan, rechazar los que no conciernen y hacerse un plan mental de cómo proceder, esto es, organizarse en función de las necesidades que se plantean, acciones y decisiones que definen una secuencia de comportamientos.

El diseño señalético supone la información en el espacio de acción de los individuos, esto es el entorno físico. Los principales factores son el valor de la monosemia: la precisión, la máxima claridad perceptiva y semántica. No pretende inyectarse en la memoria ni condicionar los actos de comprar, sino servir a los individuos para orientarles en los espacios de acción.

Puede decirse que el uso social de la información señalética es de usar y tirar, ya que el mensaje desaparece inmediatamente del campo de conciencia, con esto se quiere decir que el campo señalético procede de la necesidad de ser comprendido y todo ello en el mínimo espacio de tiempo. Este repertorio señalético basa su expresividad en la imágenes, las formas y los colores, es decir en aquellos signos visuales que son intraducibles por naturaleza como son:

- Los pictogramas: Son esquemas figurativos
- Los ideogramas: Figuras esquemáticas de conceptos
- Los signos emblemáticos: Como la flecha
- Los colores puros o en su máximo grado de saturación

De igual modo, el diseño señalético utiliza los textos siempre breves y unívocos, conforme a esta clase de información tan claramente funcional, que rehuye la retórica visual, la estética como adornos superfluo, la ambigüedad y la complejidad, siendo el problema el de seleccionar los mas aptos para comunicar con mayor eficacia la información que debe ser transmitida y ensayar una adopción progresiva de estos pictogramas en deterioro de los menos eficaces.

Dentro de las premisas propias del sistema señalético, la principal es la economía generalizada, en el sentido de la máxima simplicidad, tanto en el lenguaje señalético como en el número de paneles y los sistemas técnicos de construcción y montaje, siendo esencial la adecuada adaptación de los recursos de información a sus capacidades expresivas; donde ciertos tipos de información requieren el código lingüístico, mientras otros se transmiten más eficazmente por medio del código icónico; ambos pueden reforzarse a su vez con el código cromático.

5.1.5 FACTORES DE LA SEÑALÉTICA

Al contrario de la señalización, la señalética se ocupa de programas específicos para problemas particulares, como son:

5.1.5.1 INDIVIDUO

La señalética debe de identificar determinados lugares y servicios; así como facilitar su localización en el espacio arquitectónico/ urbanístico. Información que deberá permanecer abierta a motivaciones y necesidades de los usuarios, dándole la libertad de decisión de utilizar o no estos servicios, cuales y en que orden.

Existen casos en que la organización no esta diseñada para simplificar la estancia y los recorridos de los usuarios, sino para complicarlos, este es el ejemplo típico de la organización expositiva de los productos en los supermercados y otros centros comerciales. En este sentido, la posición del diseñador es neutra y depende siempre de la organización del espacio; su tarea es la informar hacer identificable y localizable el servicio requerido o hacer comprensible la acción a realizar en cada paso con la máxima eficacia. Esta responsabilidad es independiente de las orientaciones e intereses del organismo en cuestión, cuyos fines pueden ser muy diferentes: cívicos, culturales, humanitarios, comerciales, etc.

5.1.5.2 ESPACIO

Cada lugar tiene una morfología o una arquitectura determinada, casi siempre preexiste al proyecto señalético, o que ha sido concebida con independencia a la futura aplicación señalética. En la mayor parte de los casos, la existencia de una estructura arquitectónica determinada es un hecho consumado: donde es notable la distancia temporal entre la construcción del edificio o del conjunto y su adaptación a un servicio abierto al público. Readaptar un espacio a unos fines muy diferentes constituye un problema serio, no sólo por lo que se refiere al acondicionamiento y la organización de los servicios y el trabajo, sino porque la estructura morfológica del espacio expresa otra muy distinta de lo que debería expresar la información señalética que en él se ubica.

Todas estas situaciones comportan en sí mismas una notable ambigüedad para el usuario circunstancial, y si la señalética no incorpora otra lectura del espacio de acción, sería dificultoso desenvolverse en él. El acondicionamiento en sí del espacio en acción o la ambientación, comportan obviamente significados, pero no comportan mensajes. En cualquier prestación de servicios ya sea: administrativa, pública, transporte, banca, cultura, humanitaria, etc. la información señalética es el primer servicio que se presta al público.

101

5.1.5.3 MEDIO

Un complejo deportivo, industrial, administrativo, hospitalario o el Metro de la ciudad, constituyen un universo. Pero este conjunto puede ser examinado desde diferentes niveles, cada uno de ellos presenta unas características muy precisas a la que todo el programa señalético debe sujetarse.

- Todo el espacio de acción obedece a una función precisa, donde existen estos determinados códigos, correlativos a cada función del medio, que forman parte de un nivel del conocimiento constituido por fragmentos de cultura y que en sí mismo implica una convención social.
- La estructura arquitectónica constituye otra dimensión del problema, u otro nivel de adaptación señalética. En la medida de esta simplicidad o complejidad relativas, la información señalética es afectada en principio, y no es en absoluto lo mismo resolver un tipo u otro de problemas, si se trata de una estructura transparente y franca o un laberinto.
- En tercer lugar se presenta el estilo ambiental, que es un nivel más particular, donde a partir de lo más general —las funciones— hasta lo más particular —la estructura arquitectónica y el estilo ambiental—, resulta indispensable para definir un estilo de conjunto.

Cuando se habla de una señalética de la marca, se refiere a una de sus extensiones por la cual sobrepasa los espacios físicos, frecuentados por el público y se extiende coherentemente a todos los demás soportes y medios de

comunicación de la identidad; como son: la señalética externa, impresos de escritorio y administrativo, promocionales, etc.; se adapta a la imagen que se desea proyectar al exterior, la cual debe contribuir a reforzar y el plan señalético, debe adaptarse a las directrices que impone el programa de identidad corporativa.

La adaptación de la señalética al medio, factor diferencial por relación a la señalización, se diversifica en una serie de necesidades:

- Espacio: Abarca la superficie total y parcial en que esté se subdivide.
- La morfología arquitectónica o del entorno.
- Organización del espacio en función de los servicios que se prestan.
- Distancias de visión de los paneles señaléticos, que determinan su tamaño y contraste.
- Iluminación ambiental: Natural, artificial o ambas.
- La imagen de marca del espacio, objeto de tratamiento señalético.

5.1.5.4 CONCEPTOS SEÑALÉTICOS

La terminología señalética menciona tres conjuntos fundamentales que conforman las señales, con el fin de transmitir una información precisa:

- El concepto lingüístico (referente a las familias tipográficas).
- El concepto icónico (se refiere a los grafismos pictográficos).
- El concepto cromático (relacionado a la gama de los colores).

5.1.5.4.1 LINGÜÍSTICO

En señalética se dan dos condiciones, primero, los signos generalmente no son percibidos por individuos que circulan a altas velocidades, sino por peatones, lo cual cambia esencialmente la relación temporal y espacial. Segundo, las informaciones son tan simples como las del código de circulación, conocidas por la gran mayoría. Los mensajes señaléticos no siempre son expresables por figuras pictográficas.

La pictografía señalética necesita a menudo la incorporación de textos, no para repetir lo mismo que la imagen ya muestra, sino para comunicar con palabras lo que es incomunicable con pictogramas.

El concepto lingüístico forma parte de toda palabra o conjunto de palabras que transmiten una información precisa mediante la lectura. Las letras que conforman las palabras se clasifican según sus características. Una buena elección tipográfica y de contraste cromáticos será indiscutible y deberá leerse en forma inmediata (legibilidad). Las tipografías de uso más frecuente en la señalización, debido a su funcionalidad, son los caracteres lineados de trazo uniforme, especialmente por el equilibrio de las relaciones entre el grosor del trazo y el diseño

“limpio” y proporcionado; dentro de este tipo de familias tipográficas se encuentran las **palo seco**. Aparecerán los datos suficientes con el menor barroquismo e ilegibilidad posible, claridad, tranquilidad, síntesis. No decir más, sólo lo necesario, sólo la información precisa en el lugar adecuado (economía informativa); la tipografía es la disciplina que aborda el aspecto formal de las palabras. La letra o tipo, tienen una forma característica propia, representando entre ellas diferentes significados:



Familias tipográficas:



y dentro de una familia, las variables visuales que se le atribuyen:

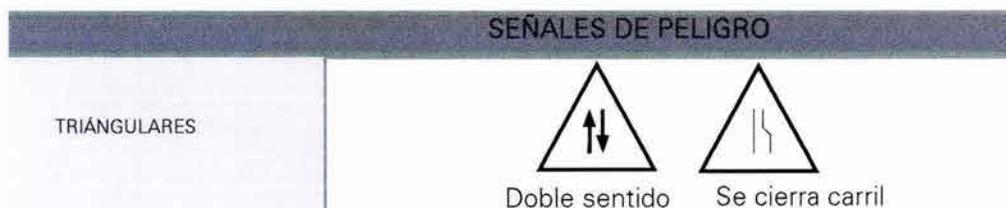


Conforme a la morfología del espacio, condiciones de iluminación, distancias de visión, imagen de marca y eventualmente, programa de identidad corporativa son seleccionados los caracteres tipográficos.

5.1.5.4.2 ICÓNICO

El concepto icónico representa gráficamente las cosas u objetos que se observan en la realidad. Para transmitir mensajes completos que requieren además de un texto, un símbolo, etc. En la señalética, se utilizan los pictogramas, es decir grafismos basados en objetos reales, fácilmente reconocibles y asociados a una idea que comunica un significado aprendido.

El protocolo referente a la señalización divide el sistema de señales de circulación de la manera siguiente:



SEÑALES PERCEPTIVAS	
CIRCULARES	  Máximo 100 km No fumar
SEÑALES DIRECTIVAS	
RECTÁNGULARES	  Información Usar lentes

5.1.5.4.3 CROMÁTICO

Se denomina concepto cromático al uso de color en los sistemas de señales con el fin de evocar y provocar sensaciones enfatizando un mensaje.

Un elemento secundario de transmisión de información es el buen manejo del color, puesto que este apoya al mensaje y transmite emociones y sentimientos que se aprenden, ya sea debido a las asociaciones simbólicas adquiridas a través del tiempo, o bien a sus características psicológicas. Los colores más utilizados en un sistema señalético son: blanco, negro, rojo, amarillo, azul, verde, naranja y gris ya que el usuario los percibe y distingue fácil y rápidamente.

En la señalización cromática existen colores que han sido normalizados internacionalmente como son:

COLOR	MENSAJE	USO MAS COMÚN
Verde	Salud, seguridad	Primeros auxilios
Amarillo	Precaución	Medidas preventivas
Rojo	Peligro	Equipo de emergencia
Naranja	Alerta	Medidas preventivas
Azul	Instrucción, organización, información	Estacionamientos
Negro	Información	Enfatiza el color con que se asocia
Blanco junto a negro	Información	Tráfico y mantenimiento

5.2 LENGUAJE VISUAL

El lenguaje visual, es la capacidad que tiene un signo, elemento o color de suscitar sensaciones o reacciones, que interpretan o expresan una idea. Para la percepción correcta de un mensaje existen conceptos en cuanto a la organización visual importantes para el diseño, ya que se toma al lenguaje visual como una base de la creación del diseño.

Dentro de los principales elementos del lenguaje visual se encuentran:

ELEMENTO	DEFINICIÓN	PERCEPCIÓN	EJEMPLO	
TEXTURA	Característica física de una superficie con respecto a la forma y dimensiones de sus partículas constituyentes. Estimula el sentido de la vista como al del tacto.	Visualmente depende de la agrupación de puntos y líneas en forma densa y regular logrando sensaciones de aspereza, suavidad, rugosidad y movimiento.		
PRÓXIMIDAD	Distancia entre dos o más elementos visuales.	Mientras mas cerca se encuentren los elementos visuales, mayor es la probabilidad de que sean vistos como grupo.	1 5 4 8 0 15 4 80 15480	
SIMETRÍA	Armonía de posición de las partes similares de un todo, con referencia a un punto, línea o plano determinado.	Los elementos visuales que son simétricos proveen un balance visual; mientras más simétricos mayor es la tendencia a agruparlos y a verlos como figura.		
ENCERRAMIENTO	Figuras limitadas por líneas perimetrales.	Visualmente las áreas cerradas son mas fácilmente vistas como figuras.		
FUNCIÓN	Se hace presente cuando un diseño debe servir a un determinado proposito	Depende del concepto formado por figuras: <ul style="list-style-type: none"> • Geométricas; sugieren orden, dinamismo, aluden a conceptos matemáticos. • Orgánicas; sugieren desarrollo, fluidéz y libertad. • Irregulares; sugieren movimiento. 	Geométricas: Orgánicas: Irregulares: 	
GRAVEDAD	La sensación de gravedad no es visual sino psicológica, se presenta mediante aspectos como: color, tamaño, dirección y forma.	Los aspectos utilizados crean sensaciones de pesadez o livianidad, estabilidad o inestabilidad.		
TIPOGRAFÍA	Diseño de letras que auxilian la comunicación visual, haciendola más efectiva. Se divide por familias según la forma, peso, proporción, fuente, composición y valor. Las letras se miden de manera individual por su altura al igual que la interlínea (espacio entre los renglones), en puntos y el medianil (espacio entre columnas) se mide en picas. Transmite los mensajes perceptivos ocasionando distintas sensaciones en el observador.	Valores	Efecto	
		Con patines	Clasicismo, tradición, religión	FELIZ
		Sin patines	Indicativo de actualidad y mecanismo	feliz
		Cursiva o oblicua	Dinamismo, movimiento. Tipografía con diferentes ángulos de inclinación	<i>feliz</i>
		Mayúsculas, Altas ó versales	Se utiliza en textos más sobresalientes de un escrito, como cabezas o inicios de texto, titulo, importancia.	FELIZ
		Bajas	Por su forma este tipo de letras dan agilidad a la lectura.	feliz
		Gruesa o Bold	Sirve para destacar o dar mayor importancia a algún texto en especial; dotada de fuerza, poder y energía.	feliz
		Delgada o Light	Es una letra con un trazo muy delgado, suavidad, lujo, elegancia, belleza.	feliz
		Condensadas	Son letras mas altas o delgadas que ocupan menos espacio	feliz
		Normal ó Book	Proporción normal entre su ancho y su largo	feliz
Extendidas	Proporcionalmente mas anchas que altas.	feliz		
Medium	Es mas flexible y se adapta a textos con cualquier característica.	feliz		
Outline	Es una tipografía delineada. Por sus características permite introducirla con gran legibilidad en fondos de color.	feliz		

5.3 COLOR

Cada individuo varía considerablemente en su habilidad de distinguir y recordar colores. Este debe convertirse en el objeto de la curiosidad, en el centro de experimentación y el conocimiento de quienes lo observan, a manera de ampliar, profundizar y enriquecer su natural protagonismo expresivo. El color puede llevar a reconocer en los niños ciertas situaciones no sólo relacionadas con la plástica sino también con la vida cotidiana, desarrollando la percepción y registrando los distintos datos provenientes del campo visual (sensación visual).

Cuando se observa un objeto, inmediatamente se percibe su color, que cumple dos funciones importantes:

- Permite obtener información acerca del objeto o de una situación.
- Transmite expresión; es decir produce una experiencia emocional que afecta a las personas de un modo distinto, pero también con elementos socialmente comunes.

El color señalético está determinado por varios criterios que no están aislados, sino que se combinan en la mayoría de los casos:

- Identificación; como es el caso de algunos transportes públicos, donde los colores funcionan para distinguir rutas.
- Contraste; es imprescindible un alto contraste entre los pictogramas, tipografía o flechas y el fondo del soporte.
- Integración; armoniza el sistema cromático señalético con el medio ambiente que le rodea.
- Connotación; el color del sistema señalético de un hospital será diferente al de un parque de diversiones.
- Pertenencia a la imagen de marca o a la identidad corporativa o institucional; considera los colores por su asociación al logotipo.

5.3.1 TEORÍA DEL COLOR

El color es la sensación producida en el observador cuando la retina es estimulada por la energía radiante. Es importante para llamar la atención del observador causando efectos decisivos, al ser percibidos por el ojo del espectador. De acuerdo con Küppers⁸³ existen ocho colores elementales: seis colores cromáticos: amarillo, magenta, cyan, azul-violeta, verde y rojo-naranja, y dos colores acromáticos, blanco y el negro. El color contribuye a la eficacia del mensaje, establece atmósfera, crea un impacto, dirige al ojo enfatizando zonas específicas y graduando puntos de interés, transmite información, sentimientos e ideas, expresa emociones, es sugestivo, crea ilusiones ópticas, sin embargo, aunque la unión del diseño y el color sea tan necesaria, el diseño debe siempre mantener su preponderancia sobre el color,⁸⁴ existiendo varias categorías relacionadas con este:

⁸³ Koppers, Harald, *op. cit.*, p.66

⁸⁴ Serrano Orozco Ma. del Carmen: *Diseño de la imagen corporativa para la tienda del museo del niño*. Universidad Iberoamericana, México, 1993, p.18-19

- Tinte: Es el estímulo que permite diferenciar un color de otro.
- Valor: Es el grado de claridad que posee cada color.
- Colores primarios: Son aquellos colores que no son posibles de obtener por mezclas.
- Colores secundarios: Son aquellos colores que se obtienen de la mezcla de dos colores primarios.
- Temperatura: Depende del color en si como de la influencia que ejercen sobre él los colores que lo rodean.
- Calidad acromática: No tienen tinte o cualidad cromática, donde el valor más alto está representado por el blanco y el más bajo el negro.
- Armonía o asimilación: Consiste en la disposición de colores a fines o semejantes. Se da cuando en la composición surgen variaciones suaves y el ojo recibe la sensación de un conjunto concordante.
- Contraste: Consiste en la yuxtaposición de colores dispares y sin afinidades tanto en tonalidad como en el tinte. Ofrece al ojo una sensación de mayor dinamismo y tensión.

A continuación se muestra una tabla de contrastes de colores

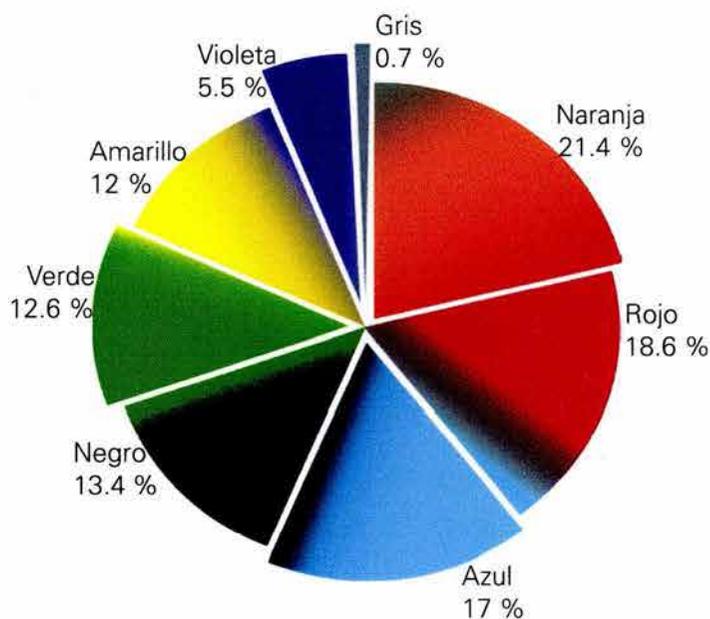
COLOR FONDO	COLOR TEXTO	MAYOR CONTRASTE	CONTRASTE MEDIO	MENOR CONTRASTE		
Negro	Blanco	•			texto	
	Cyan		•		texto	
	Magenta		•		texto	
	Amarillo	•			texto	
	Naranja			•	texto	
	Violeta			•		
	Verde			•		
Blanco	Negro	•			texto	
	Cyan		•		texto	
	Magenta	•			texto	
	Amarillo			•	texto	
	Naranja			•	texto	
	Violeta	•			texto	
	Verde	•			texto	
Cyan	Negro		•		texto	
	Blanco	•			texto	
	Magenta			•	texto	
	Amarillo			•	texto	
	Naranja			•	texto	
	Violeta			•	texto	
	Verde			•	texto	

COLOR FONDO	COLOR TEXTO	MAYOR CONTRASTE	CONTRASTE MEDIO	MENOR CONTRASTE		
Magenta	Negro	•			texto	
	Blanco		•		texto	
	Cyan			•	texto	
	Amarillo			•	texto	
	Naranja			•	texto	
	Violeta		•		texto	
	Verde			•	texto	
Amarillo	Negro	•			texto	
	Blanco			•	texto	
	Cyan		•		texto	
	Magenta	•			texto	
	Naranja		•		texto	
	Violeta	•			texto	
	Verde		•		texto	
Naranja	Negro		•		texto	
	Blanco			•	texto	
	Cyan			•	texto	
	Magenta			•	texto	
	Amarillo			•	texto	
	Violeta	•			texto	
	Verde		•		texto	
Violeta	Negro		•		texto	
	Blanco		•		texto	
	Cyan	•			texto	
	Magenta			•	texto	
	Amarillo			•	texto	
	Naranja		•		texto	
	Verde	•			texto	
Verde	Negro	•			texto	
	Blanco			•	texto	
	Cyan			•	texto	
	Magenta	•			texto	
	Amarillo		•		texto	
	Naranja			•	texto	
	Violeta	•			texto	

5.3 2 VISIÓN DEL COLOR

Cerca de un 10% de los hombres tienen una deficiencia en la visión del color (generalmente para el verde); entre las mujeres, esta anomalía apenas alcanza el medio por ciento.⁸⁵ Los colores que atraen más la atención del observador son el naranja y el rojo debido a su alta percepción por el ojo humano.

Es importante señalar que para lograr la eficaz percepción de una señal es necesario realizar el máximo contraste de color entre el fondo y la figura.



Escala de percepción del color

La percepción del color está asociada con la luz y con el modo en que ésta se refleja. Nuestra percepción del color cambia cuando se modifica una fuente luminosa, o cuando la superficie que refleja la luz está revestida de un pigmento diferente.

5.3.3 PSICOLOGÍA DEL COLOR

Todos los colores tienen una fuerza poderosa de sugestión que actúa sobre el equilibrio psíquico.

Cada color manifiesta una vibración especial y ejerce una determinada influencia, por su relación con los seres tiende a desarrollar un significado especial, el cual puede variar de acuerdo a su ideología, religión, costumbres y relaciones psicológicas dentro de las que se encuentran:⁸⁶

⁸⁵ Dr. Lundgren Nils.

Ergonomia: 46 sumarios

preparados por el Dr. Nils

Lundgren. Servicio nacional

ARMO, México, 1972. p.180

⁸⁶ Ortiz Georgina. *El significado*

de los Colores. Trillas, México,

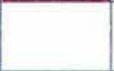
1992. p. 84-106

COLOR	PERCEPCIÓN	COLOR	PERCEPCIÓN
ROJO	Seriedad, explosividad, guerra, peligro, conquista, infancia, fuego, afecto apasionado, atención, estímulo, actividad, calor, viveza, impulso, rivalidad, positivismo, amor y crueldad.	AZUL	Relajación, confianza, sabiduría, verdad e inmortalidad, pensamiento, sinceridad, vida interior, precisión y orden.
ROJO ESCARLATA	Severo, tradicional, poderoso, símbolo de dignidad.	AZUL CELESTE	Pureza, cielo, fe, color profundo, calmado, sereno, da la impresión de descanso y relajamiento, color preferido de los adultos; expresa una cierta madurez.
ROJO CLARO	Fuerza, animación, energía, alegría y triunfo.	VIOLETA	Experiencia, misticismo, tristeza, aflicción, sacrificio, penitencia, espiritual y misterio.
ROJO OSCURO	Serio, profundo, estimulante y dinámico.	PÚRPURA	Dignidad, realeza y suntuosidad. Con tendencia al azul es tristeza y muerte.
NARANJA	Exaltación, vida, sol, alegoría y entusiasmo.	LILA	Más mágico que místico, más dulce que serio, regresa al observador a la infancia, a los sueños, a un mundo de fantasía.
NARANJA CLARO	Irritante, extrovertido y rico	ROSA	Timido, dulce, discreto y romántico, poca vitalidad; representa la feminidad y la afección; sugiere la dulzura y la intimidad.
AMARILLO	Luz, claridad, brillo, atracción, acción, oro, voluntad, inteligencia y felicidad. Es el más luminoso de todos y tiende a exteriorizarse; color joven y vivaz, por su gran luminosidad alarga los contornos y agranda los espacios y las formas.	CAFÉ	Ricos, oscuros, saludables y vitales, da la impresión de firmeza y de gran utilidad, es el más oscuro y asume las cualidades del negro.
AMARILLO ORO	Activo, riqueza, gloria, poder, esplendor y elegante.	GRIS	Conservador, quieto, calmado, inteligente, apático y depresivo.
AMARILLO CON ADICIÓN AL ROJO	Agradable a la vista, cálido, provoca un sentimiento de alegría y satisfacción.	BLANCO	Evoca una sensación refrescante y desinfectante; tiene un alto grado de luminosidad, no delimita los contornos, agranda los espacios y las formas.
VERDE	Simboliza la naturaleza, es vegetación, humedad, primavera, esperanza, equilibrio emocional, frescura, pasividad, se asocia con la calma, seguridad, esperanza, lealtad, juventud, contemplación y paz.	NEGRO	Representa la nobleza, la distinción y la elegancia, especialmente si es brillante, pasivo totalmente.
VERDE CLARO	Salud higiene y libertad.		

5.3.4 COLOR DE SEGURIDAD Y CONTRASTE

Dentro del mercado de la señalización se encuentra los colores de seguridad y los colores de contraste.

- Color de seguridad: Se le atribuye cierto significado, que se utiliza con la finalidad de transmitir información, indicar la presencia de un peligro o una obligación a cumplir.
- Color de contraste: Estos colores se utiliza para resaltar el color básico de la seguridad.

COLORES UTILIZADOS PARA SEÑALES		
COLOR DE SEGURIDAD	COLOR DE CONTRASTE	SIGNIFICADO
Rojo		Blanco Alto, prohibición, identifica equipo de incendio
Amarillo	  	Negro Magenta Precaución, riesgo
Azul		Blanco Obligación, información
Verde		Blanco Condición segura, primeros auxilios

5.4 MATERIALES

El material es un elemento importante en la interrelación del visitante con el objeto y la seguridad que esté le ofrece, satisface sus capacidades.

111

5.4.1 ANÁLISIS DE MATERIALES⁹⁷

METALES	
NOMBRE	CARACTERÍSTICAS
Acero	<ul style="list-style-type: none"> Se trabaja con soplete de O₂ y seguetas de carburo de tungsteno. Dúctil, maleable, firme, inmutable e inalterable y tiene un alto grado de dureza. Puede ser perforado con instrumentos apropiados como el taladro. No permite humedad, decoloración, fuego, erosión, corrosión. En su aleación con el níquel, cromo y hierro se hace inoxidable. Permite acabados muy finos y elegantes. Satisfactorio para señalamientos, excepto en caso de iluminación interna. La tipografía y señal puede ser aplicada con facilidad. Material económico y fácil de soldar.
Aluminio	<ul style="list-style-type: none"> Se trabaja con segueta ordinaria y caladora. Dúctil, maleable, ligero, firme, estable o permanente, durable. Fácil de limpiar y pulir con jabón neutro. Resistente a los cambios climáticos, humedad, fuego, erosión y desgaste. No se oxida, no pierde propiedades, no se raya ni se raspa. Existe una gran variedad de formas, aplicaciones, tamaños, colores y texturas, por lo que permite acabados óptimos. Presentación en láminas, tubos, rollos, papel, pasta maleable con diferentes grados de dureza. Existente en el mercado nacional.
Cobre	<ul style="list-style-type: none"> Material dúctil. Posee una gran elasticidad. Permite aleación para obtener latón y bronce.

⁹⁷ Valverde Cedillo Ma. de Lourdes: *Desarrollo de un sistema de señalización y su aplicación a la cia. American express. co., sa. de cv, uia.* 1992, p.3-7

PLÁSTICOS	
NOMBRE	CARACTERÍSTICAS
Acrílico	<ul style="list-style-type: none"> • Se trabaja con dobladora térmica, segueta eléctrica y cortadora de disco. • Incoloro, ligero, moldeable y permite varios acabados. • Se presenta brillante, mate, semiopaco u opaco, el cual se utiliza por lo general en señalamientos iluminados para esconder la fuente de luz. • Resistente a la humedad, lluvia y erosión, aunque se decolora ligeramente al contacto con el sol. • Se raya o cuartea fácilmente. • Se le puede aplicar pintura, misma que fusiona con la superficie volviéndose parte de ella. • Formas de presentación: barras (redondas o cuadradas), tubos de 2" a 6" de diámetro con espesores de 3 a 10 mm), perfiles, cancelerías, láminas (1.20 x 2.40 m, 1.80 x 1.20 mm con espesores de 1 a 50 mm). • Índice de durabilidad de 10 a 15 años. • Costo accesible.
Polícarbonato	<ul style="list-style-type: none"> • Mismas cualidades que el acrílico, con la ventaja que no se cuarteo ni se rompe. • Tiene un rango específico de colores.
Estireno	<ul style="list-style-type: none"> • Se trabaja con resistencia eléctrica y cortadoras especiales. • Ligero, fácil de manejar y excelente aislador en la refrigeración. • Resistente a los cambios de temperatura, excepto intemperismo y fuego. • Su presentación en placa permite realizar anuncios, letreros de grandes dimensiones. • Material económico y encontrado en el mercado nacional.
Acetato	<ul style="list-style-type: none"> • Ligero y resistente. • Se fabrica en distintos colores. • Grosor de 2 a 6 mm. • Elegante y costoso.
Fibra de vidrio	<ul style="list-style-type: none"> • Textura visible y granulada, que al pintarse da apariencia ondulada. • Material de alto impacto. • Baja difusión de la luz.

MADERAS

NOMBRE	CARACTERÍSTICAS
Ciprés	<ul style="list-style-type: none"> • Dureza media. • Presenta una variedad de acabados por su fácil aplicación.
Cedro	<ul style="list-style-type: none"> • Resistencia alta, buenos acabados, apropiado para señalamientos. • Material más costoso que el pino.
Tablero conglomerado	<ul style="list-style-type: none"> • Se trabaja principalmente con caladoras, sierras, pulidoras, remachadoras. • Masa compuesta por la compresión de partículas de madera. • Firme, sólido, fácil de perforar, cortar, clavar, atornillar, pegar, ensamblar. • Resistente a la compresión y a los impactos. • Su resistencia a la humedad a los cambios de temperatura, al paso del tiempo, al fuego y a la polilla depende del acabado que presente, ya sea barniz, pintura, o bien un recubrimiento de laminado plástico. • Presentación en láminas de 1.22 x 2.44 m con espesores de 3, 6, 9, o 12 mm. • Material económico y existente en el mercado nacional.
Madera de pino	<ul style="list-style-type: none"> • Se trabaja principalmente con cerrote, sierra circular, pulidora, caladora. • Durable, resistente, firme, fácil de perforar, ensamblar, atornillar y cortar. • Resistente a fuertes impactos y permanente en su estructura o calidad. • Baja resistencia a la humedad, fuego o polilla. • Resiste variación de temperatura, compresión y apilamiento, desgarre y flexión. • Gran variedad de usos así como de acabados finos y elegantes, laqueado, esmaltado, barnizado, recubrimientos texturizados, pintura acrílica. • Material a precio accesible y existente en el mercado nacional en dimensiones específicas.
Triplay dos caras	<ul style="list-style-type: none"> • Se trabaja generalmente con caladora, pulidora, sierra circular, lijadora, serrucho. • Se obtiene con la unión de dos o más hojas de madera de pino, dirigiendo el dibujo de sus vetas con firmeza a fin de disminuir su rango de pandeo y aumentar sus cualidades de solidez, resistencia a la compresión, al impacto y a los cambios de temperatura. • Estable, durable, agradable apariencia y permite varios acabados como: pintura y barniz. • Factor de construcción elevado ya que es fácil de instalar y manejar, así como de perforar, cortar, atornillar y ensamblar. • Baja resistencia al fuego y a la humedad. • Medidas 1.22 x 2.44 m² con espesores de 3, 6, 9, 12, 16 y 19 mm.
Madera terciada	<ul style="list-style-type: none"> • Densidad media con capas de resina fenólica. • Principal aplicación en señalamientos de carreteras. Con revestimiento de metal: generalmente aluminio que se adhiere en una o ambas caras.

MATERIALES DIVERSOS	
NOMBRE	CARACTERÍSTICAS
Cartón	<ul style="list-style-type: none"> • Se trabaja con: cuchillas, suajadoras, pegamentos y grapas. • Alto grado de funcionalidad por la gran diversidad de productos: cajas, plegadizas, corrugados, cartulinas, cartoncillo. • Gran gama de colores. • Existen varias clases dependiendo de su grado de dureza, peso y textura. • Alto índice de funcionalidad para transmitir mensajes visuales.
Cerámica	<ul style="list-style-type: none"> • Se trabaja en torno, moldes de yeso, horno, gubias, barnices y esmaltes. • Presenta distintos acabados: porcelanizado, mosaico, pulido, vidriado, liso o rugoso. • Estable, impermeable, fácil limpieza, alta resistencia a la intemperie, fuego, cambios de clima desgaste del paso del tiempo, pero poco resistente a los impactos. • Alto índice de producción aunque su proceso y manufactura son muy especializados. Existe en el mercado nacional.
Concreto	<ul style="list-style-type: none"> • Se trabaja principalmente con vibradores, mezcladores, palas, varillas. • Durable, firme, estable, resistente al fuego, intemperie y erosión. • Su resistencia y solidez incrementan con el paso del tiempo. • Variedad de acabados, pulido, martelineado, planchado, liso y rugoso. • Material costoso.
Vidrio	<ul style="list-style-type: none"> • Se trabaja con esmeril, cortadora, pulidora, biseladora, taladro, broca de diamante. • Transparente y estable. • Resistente al agua, intemperie, insectos o roedores. • Utilizado como cristal puede ser inastillable, templado, antirreflejante o contra impactos. • Acabado fino y elegante: biselado, pintura a fuego o grabado. • Fácil de perforar, cortar, atornillar, instalar y dar mantenimiento. • Costo accesible y existente en el mercado nacional.

MANTENIMIENTO	
NOMBRE	CARACTERÍSTICAS
General	<ul style="list-style-type: none"> • Depende del material y calidad de los módulos así como de la textura que presenten. • Los señalamientos donde el texto forma parte del panel son muy durables y de poco mantenimiento, al igual que resistentes al vandalismo. • Cualquier material difícil de rayar resiste un año sin mantenimiento. • La duración de la señalización esta condicionada por la calidad del acabado y las agresiones externas.

RECUBRIMIENTOS ⁸⁸

NOMBRE	CARACTERÍSTICAS
Pinturas alquídicas	<ul style="list-style-type: none"> • Fácil aplicación y secado rápido. • El color oscurece con el tiempo.
Pinturas epoxicas	<ul style="list-style-type: none"> • Consta de dos componentes de vida limitada una vez combinados. • Duras y resistentes a solventes químicos. • Pinturas muy costosas.
Acrílicos y vinil acetatos	<ul style="list-style-type: none"> • Resistentes, fácil aplicación y limpieza, secado rápido. • Libres de olor de solvente.
Látex	<ul style="list-style-type: none"> • Material sintético con distintos grados de dureza y flexibilidad, brillo y duración. • Más comunes: estirenobutadieno, polivinilacetato (PAV) y PVC).
Acrílicos termofraguados	<ul style="list-style-type: none"> • Formados con acrílico termo plástico que se endurece con calor. • Se puede obtener en una gran variedad de colores. • Durables de 12 a 15 años.
Poliuretano	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene gran aplicación en la industria. • Hecho a base de isocianato asfáltico y poliéster presenta una enorme resistencia a climas severos, así como un alto grado de flexibilidad y dureza.
Esmaltado vitreo	<ul style="list-style-type: none"> • Durable, alrededor de 20 años con leve perdida de brillo. • Sobre plancha de acero o cobre. • Se fabrica en gran diversidad de colores y acabados. • Material atractivo.
Contrachapado marino	<ul style="list-style-type: none"> • Última capa de barniz para exteriores. • Es impermeable y protege la señal terminada.

115

PROCESOS DE IMPRESIÓN

NOMBRE	CARACTERÍSTICAS
Serigrafía	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso que consta de hacer pasar la tinta a través de una malla con la imagen, tensada en un bastidor. • Facilidad e impresión sobre una variedad de superficies. • Técnica versátil que se adapta a cualquier superficie incluyendo metal, cerámica y una gran variedad de plásticos.
Letras autoadheribles en vinil	<ul style="list-style-type: none"> • La forma de la señal (texto y signo) se recorta en película adherible para después ser plasmada al material donde se va a fijar. • Técnica versátil que brinda mayor fidelidad y precisión. • Durabilidad del material en la intemperie. • Técnica versátil.
Rotulación con plantilla	<ul style="list-style-type: none"> • Consiste en una plantilla como guía para dibujar las letras. • Utilizado para fabricar dos o más señales idénticas. • Método rápido, barato y eficaz.
Laminado de resina sintética de fibra de vidrio	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso mediante preparación de moldes de madera o de escayola⁸⁹ • Se utiliza para fabricar 10 o más señales idénticas. • Técnica económica en tiempo y materiales.

⁸⁸ Pérez Ma. Magdalena y

Tamborrei Andrea Margarita.

Sistema de señalización para el

Word trade Center. UA, 1991,

p.21

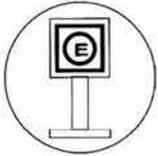
⁸⁹ Escoya: yeso calcinado

5.5 SISTEMAS DE SUJECIÓN

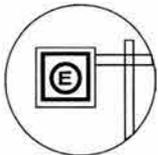
Los sistemas de sujeción o soportes de señalamientos que se encuentran en el mercado se dividen principalmente en cinco aspectos:



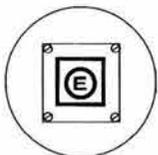
- Autosoportantes.
Formados de paneles fijos a estructuras de distintos materiales, cuya forma y peso permiten soportarse por si mismas.



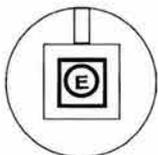
- De pedestal.
Se montan mediante estructuras o pedestales principalmente de aluminio, acrílico, acero o madera; las cuales generalmente se sujetan por medio de contrapesos de concreto o placas atornilladas al piso. Las señales son elevadas a partir de 180 cm. Se sujetan a un poste, el cual conviene cimentar en hormigón.⁹⁰



- De bandera.
Por lo general, se refuerza mediante un marco exterior sujeto a una ménsula⁹¹ que permite su fijación al muro por medio de tornillos o taquetes de expansión.



- Adosado al muro.
Las letras o símbolos independientes se fijan a los muros, cristales o puertas por medio de clavos, tornillos, pijas y taquetes de expansión o pegamentos dependiendo del tipo de superficie, o bien anteponiendo un triplay para su montaje, mediante taquetes, pijas y láminas troqueladas que funcionan como rieles para deslizar los paneles informativos.



- Colgantes.
Los señalamientos colgantes se sujetan al techo o falso plafón mediante perfiles de fierro o aluminio, tensores de acero, cadenas, hilos o cordones, a través de tornillos con tuercas de mariposa, armellas o pernos. También se utiliza perfil tubular rectangular como rieles estructurales sobre los que se deslizan los paneles informativos.

5.6 VISIÓN

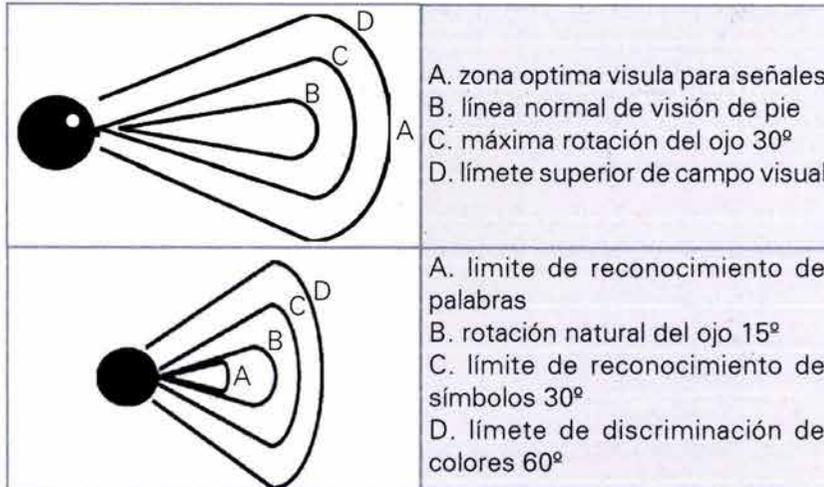
La naturaleza visual de la comunicación señalética se basa principalmente en los siguientes factores:

- Rotación del cuello: Alcanza un giro a la derecha e izquierda de un ángulo de 45°, sin esfuerzo.
- Flexión del cuello: Movimiento de inclinación de la cabeza hacia arriba (dorsal) o hacia abajo (ventral) que va de 0° a 30°, sin dificultad alguna.

⁹⁰ Hormigón: Fabrica de piedra menuda y mortero

⁹¹ Mensula: repisa o apoyo que sobresale de un plano y sirve para sostener una cosa

- Campo de visión: Cono de visión fuera del cual es difícil captar los detalles adecuadamente. Abarca generalmente un ángulo de 60°. Las áreas fuera de este rango tienden a verse con mucho menos detalle, aunque el campo de visión puede variar si se mueve o se gira la cabeza. Sin embargo, los observadores se resisten hacer un movimiento inusual para ver una señal.



5.6.1 DISTANCIA DE LA SEÑAL AL OJO

De acuerdo al espacio arquitectónico y distribución en donde se llevará a cabo el tratamiento señalético, se deberá definir una distancia promedio para la colocación y lectura adecuada de las señales. Si las distancias entre los puntos clave son largos y ello imposibilita la lectura de los señalamientos más distantes, será necesario introducir señales preinformativas, antes de la señal que se utilizara para identificar el punto clave.

La distancia mínima de una señal al ojo está entre 33 cm y 40.6 cm, la óptima entre 45.7 y 55.9 cm, y la máxima entre 71.7 y 73.7 cm. Estas medidas son aproximaciones y varían según las dimensiones e iluminación de la señal.⁹²



⁹² Panero Julios y Zelnik Martín, *Las dimensiones humanas en los espacios interiores, espacios antropométricos*, Gustavo Gill, México, 2001, p.290

Áreas mínimas para el trazo de signos

5.6.2 AGUDEZA VISUAL

Se denomina agudeza visual a la habilidad para ver claramente; tiene un gran rango de variación entre los individuos y condiciona en gran medida las distancias y tamaños de los objetos que deben ser observados; esto quiere decir que las personas difieren considerablemente en su habilidad de ver claramente.

Se ha demostrado que una palabra formada con letras minúsculas se asimila más rápido, por lo que las letras mayúsculas sólo deben utilizarse en casos muy específicos. Debe tomarse en cuenta la relación figura-fondo que es la percepción de formas y patrones; es decir, las formas se delinean por los contornos en la percepción; cualquier cosa que afecte una percepción clara de los contornos puede afectar el reconocimiento del objeto. También esta relación se refiere al espacio negativo entre las letras, que afectan la percepción y el reconocimiento de las letras y palabras, si las letras están demasiado juntas o demasiado separadas, los espacios negativos afectarán el reconocimiento de la palabra completa.

En base a los requerimientos de protección civil se tomarán en cuenta los siguientes puntos:⁹³

- Los símbolos deben ser de trazo macizo para evitar confusiones.
- Deben cumplirse las características y contenido de imagen de acuerdo al tipo de señal en cuanto color, forma, símbolo y texto.
- Se permitirá utilizar letreros luminosos siempre y cuando se justifiquen.
- La ubicación de las señales se debe hacer tomando en cuenta las condiciones existentes en el lugar y considerando lo siguiente:
 - Las señales informativas se colocan en el lugar donde se necesite su uso, permitiendo que las personas tengan tiempo suficiente para captar el mensaje.
 - Las señales preventivas se colocan en donde las personas tengan tiempo suficiente para captar el mensaje sin correr riesgo.
 - Las señales prohibitivas o restrictivas se deben colocar en el punto mismo donde exista la restricción, lo anterior para evitar una determinada acción.
 - Las señales de obligación se deben ubicar en el lugar donde haya de llevarse a cabo la actividad señalada.
- La dimensión de las señales objeto que especifica la Norma debe de ser tal que el área superficial de la señal en metros cuadrados (S) y la distancia máxima de observación en metros (L) cumpla con la siguiente relación⁹⁴

$$S \geq \frac{L^2}{2000}$$

Para convertir el valor de la superficie de la señal a centímetros cuadrados, se debe multiplicar el cociente por 10000 o aplicando directamente la expresión algebraica: $S \geq 5 \times L^2$. Esta relación sólo es aplicable para las distancias máxima de observación en metros que es de 5 en adelante.

⁹³ Coordinación General de
Protección Civil, Dirección
General de Protección Civil,
*Señales y Avisos para
Protección Civil, colores,
formas y símbolos a utilizar,*
Poder Ejecutivo Secretaría de
Gobernación, Norma Oficial
Mexicana
NOM-003-SEGOB/2002

⁹⁴ \geq es el símbolo algebraico de
mayor o igual que

DISTANCIA DE VISUALIZACIÓN (L) (METROS)	SUPERFICIE MÍNIMA ($S \geq L^2/2000$) (CM ²)	DIMENSIÓN MÍNIMA SEGÚN FORMA GEOMÉTRICA DE LA SEÑAL				
		CUADRADO (por lado) (CM)	CIRCULO (diámetro) (CM)	TRÁNGULO (por lado) (CM)	RECTÁNGULO (base 1.5: altura 1)	
					BASE	ALTURA
5	125,0	11,2	12,6	17,0	13,7	9,1
10	500,0	22,4	25,2	34,0	27,4	18,3
15	1125,0	33,5	37,8	51,0	41,1	27,4
20	2000,0	44,7	50,5	68,0	54,8	36,5
25	3125,0	55,9	63,1	85,0	68,5	45,6
30	4500,0	67,1	75,7	101,9	82,2	54,8
35	6125,0	78,3	88,3	118,9	95,9	63,9
40	8000,0	89,4	100,9	135,9	109,5	73,0
45	10125,0	100,6	113,5	152,9	123,2	82,2
50	12500,0	111,8	126,2	169,9	136,9	91,3

5.6.3 MEDICIÓN DE LA LECTURA

119

Entre el público lector existe una amplia variedad de velocidades para leer, que puede ser de entre 125 palabras por minuto hasta 500 o 600 palabras. Existen ciertos factores de antecedentes naturales y físicos como edad, inteligencia, aspectos culturales y de educación que influyen en la rapidez o velocidad para leer. En los niños, a partir de los seis años se va desarrollando un nuevo interés por la lectura que se fomenta a partir de la relación que se desenvuelve en la escuela, iniciando una nueva penetración intelectual, donde su lectura se va incrementando y su promedio de velocidad llega a ser entre las 125 a las 250 palabras por minuto desarrollados casi a los 10 años.

Los signos viales o mensaje compuesto por pictograma y tipografía tendrá que ser captados en un promedio de tres segundos por lo que no deberá incluir más de 6 términos cortos.

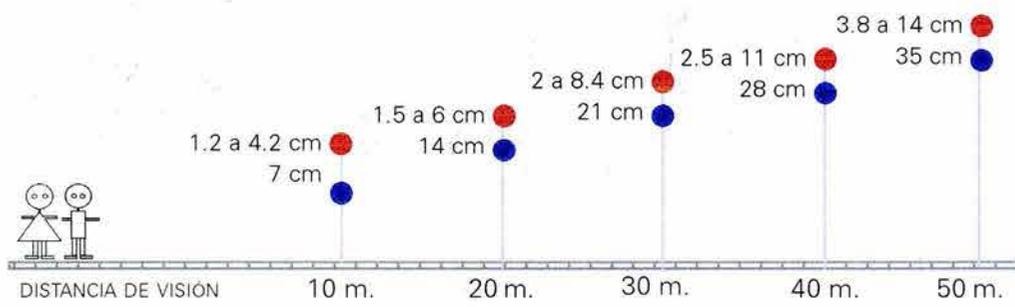
5.6.3.1. Legibilidad

Los estudios de distancia indican que con la luz de día normal, cuando una persona con visión normal 20/20 está parada, puede leer letras de 2.5 cm a una distancia de 15 m. Pero este promedio debe modificarse para que un programa de signos sea claramente legible.

Para que exista una buena legibilidad hay que evitar al máximo el cansancio fisiológico del ojo y psicológico del lector, en los textos, es importante la relación proporcional entre el puntaje de la letra y el largo del renglón o ancho de columna.

Hay que recordar que los caracteres utilizados en altas y bajas son más legibles y el lector tarda menos tiempo en identificar la palabra completa, que aquellas letras solo en mayúsculas.

De acuerdo a las proporciones y la estructura del espacio arquitectónico, donde se colocará el sistema de señalización se establecerán las medidas de las letras.



● ALTURA MÍNIMA Y MÁXIMA DE CARACTERES EN INTERIOR

● ALTURA MÁXIMA DE CARACTERES EN EXTERIOR

La tipografía en caja alta (mayúsculas) proporciona clasicismo. Solo que se componga de cajas alta y baja (mayúsculas y minúsculas) se gana en modernidad al igual que lo hace la letra pequeña y la descentralización de la tipografía en el soporte. La separación entre letras si es muy exagerada, también confiere modernidad. Existen diferentes maneras de lograr una mayor o menor legibilidad en los textos, lo óptimo, será encontrar la armonía entre la función y la forma en la obra tipográfica.

PARÁMETROS DE LEGIBILIDAD

En la señalética, debe utilizarse el principio de la economía, brindar la mayor información, con el menor número de palabras

La tipografía debe ajustarse a la premisa señalética de "sencillez-formalidad", presentan un menor índice de legibilidad aquellos caracteres que son:

- Trazos libres e irregulares que imitan la espontaneidad de la escritura manual.
- Caracteres de fantasía, en los cuales la anécdota y la doble lectura predominan sobre la pureza del trazo.
- Caracteres que presentan terminales con adornos que distraen la atención del usuario
- Caracteres dispuestos con un espacio entre ellos, muy abierto o cerrado.

El valor tonal o cromático que se maneja entre el fondo o figura interfiere en gran medida con la mayor o menor facilidad de percepción, es decir, el contraste de blanco sobre negro facilita la legibilidad del texto, mucho más que el blanco sobre el gris.

Una letra de trazo débil presenta un menor índice de legibilidad que una letra de trazo grueso, a pesar de que ambos tengan la misma altura.

El espacio entre las letras influye, en gran medida, en la legibilidad, sin embargo, es mucho mejor una separación visual que una mecánica.

La apertura entre letras aumenta la legibilidad a grandes distancias.

Las letras blancas sobre fondos oscuros requieren mayor espacio entre sí, que el habitual para letras negras sobre fondo blanco.

La información escrita es captada con mayor rapidez que la gráfica; un mensaje es más completo cuando se apoya en un texto.

Los pictogramas deben estar colocados lo más cerca posible del texto relacionándose entre ellos, con el fin de transmitir mensajes completos, eficaces y claros.

La tipografía tiene una finalidad específica, que es la de comunicar y transmitir pensamientos e ideas por medio de la letra impresa. Si ésta no se puede leer, se convierte en un material sin sentido.

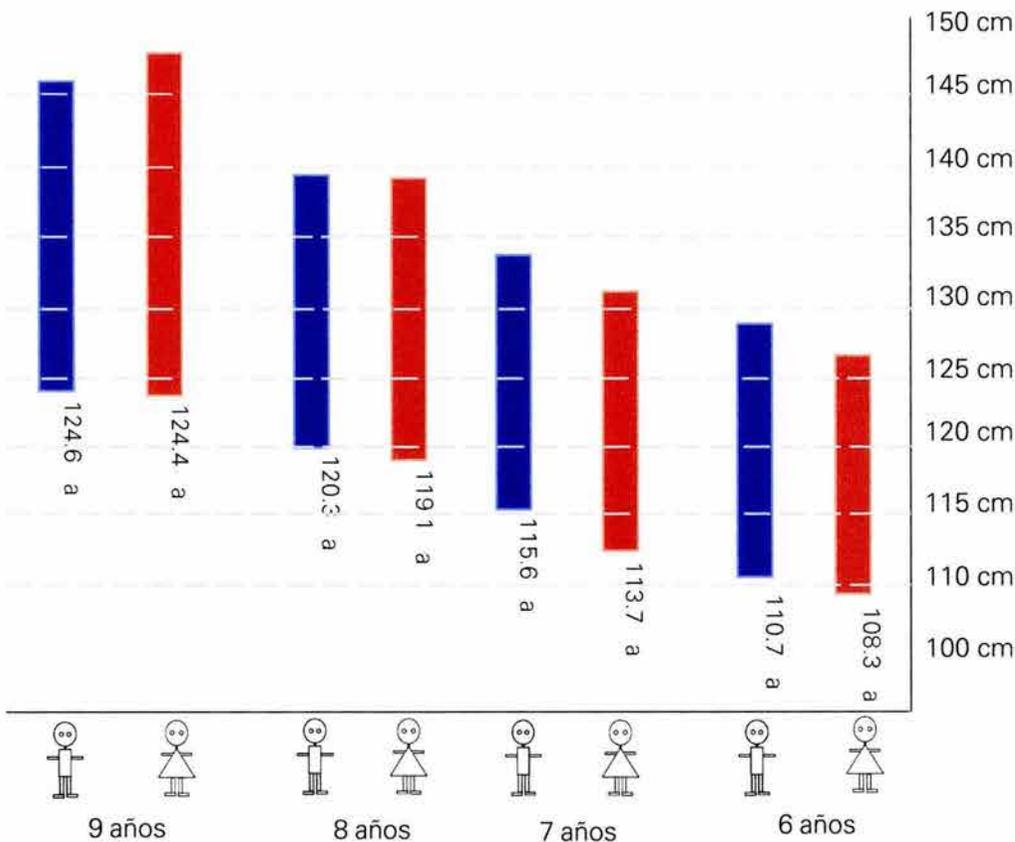
5.6.3.2 NIVEL DEL OJO

El nivel del ojo se determina por la estatura promedio del usuario modelo, los datos que resultan de esta medición sirven para conocer los puntos donde se pueden insertar las diferentes señalizaciones o cualquier equipo de naturaleza visual.

La altura de los ojos es la distancia vertical desde el suelo hasta la comisura interior del ojo, tomado en una persona de pie, erguida y con la vista dirigida al frente. El ojo humano enfoca los objetos que observa según la distancia a que estos se encuentran; también puede variar dependiendo de la iluminación y las dimensiones de los objetos.

La distancia habitual de lectura para el material impreso con un tamaño medio es aproximadamente de 46 cm. El promedio de nivel visual de una persona parada es de 107 cm. Debe tomarse en cuenta que la estatura de los niños varía de acuerdo a su edad y sexo, lo principal es la distancia que la separa del ojo y el ángulo que lo forma; como regla general para una perfecta visión, la línea visual desde el ojo a la parte inferior debe formar un ángulo con la vista horizontal media que no exceda de 30°, el punto de partida (0°), se encuentra al nivel del ojo en forma recta, con la edad se aleja el punto más próximo al que el ojo es capaz de enfocar; a los 6 años se encuentra a menos de 102 cm., mientras que a los 40 años esta distancia ya se ha duplicado. Por consiguiente la oscilación máxima de 71.7 a 73.7 cm viene súper editada principalmente por el tamaño de los caracteres.

En los niños sus estatura llega a ser aproximadamente:⁹⁵



⁹⁵ Panero Julios y Zelnik Martín.

op. cit., p.213



CAPÍTULO VI



Propuesta del
diseño señalefco

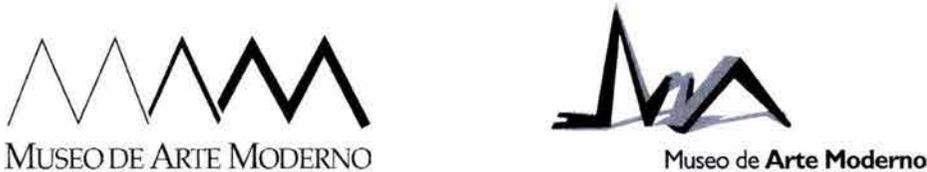




CAPÍTULO VI PROPUESTA DEL DISEÑO SEÑALÉTICO

En la década de los años 80 bajo la dirección de la maestra Helen Escobedo, se desarrolla la imagen institucional del Museo de Arte Moderno. La diseñadora Deborah Dum es la encargada de hacer el primer logotipo⁹⁶ del museo, cuya construcción y solución gráfica está basada en líneas rectas con tres tipos de grosores, creando ópticamente la lectura de la palabra “mam”; a lo largo de los años el logotipo ha sufrido varios cambios, tanto en la fuente tipográfica como su acabados. En el año 2000, tras el cambio de dirección de la doctora Teresa del Conde al profesor Luis-Martín Lozano se realiza el nuevo imagotipo⁹⁷ del museo; el diseñador José Alfredo Hidalgo es el encargado de desarrollarlo a partir del minimalismo y abstracción de la *Serpiente de El Eco*, escultura del artista Mathias Goeritz; basándose en el proyecto del Museo del El Eco, y que da pie para la imagen y la comunicación deseada para esta nueva etapa del museo, en que se revalora su oferta museística. Con el paso y evolución de las formas de comunicación y diferenciación entre las instituciones, estas han reconocido en el diseño un medio de difusión y posicionamiento hacia su usuario potencial.

125



6.1 METODOLOGÍA DEL DISEÑO

La metodología del diseño abarca un conjunto de disciplinas en las que fundamentalmente la concepción y el desarrollo de proyectos son quienes permitirán prever cómo tendrán que ser las cosas e idear los instrumentos adecuados a los objetivos preestablecidos, integrando conjuntos de indicaciones y prescripciones para la solución de los problemas derivados del diseño, determinando así la derivación de acciones, su contenido y los procedimientos específicos. El método en el diseño implica conocimientos técnicos que han de adaptarse según las circunstancias y los fines; siempre se refieren a particularidades y proporcionan soluciones parciales por lo que resulta más adecuado referirse a la metodología del diseño como el estudio de la estructura del proceso proyectual, basado en estructuras lógicas que han dado pruebas de su aptitud a las que han de aunarse las facultades creativas.

El método en el diseño está determinado por los fines, responde a problemas determinados y a sus características específicas:⁹⁸

⁹⁶ Ca. Logotipo: Versión gráfica estable del nombre de la marca

⁹⁷ Ca. Imagotipos: Imágenes estables y pregnantes que permite un identificación que no requiriera la lectura en el sentido estrictamente verbal del signo. su unico requisito es memorabilidad y capacidad de diferenciación respecto del resto.

⁹⁸ Vilchis, Luz de Carmen, *op. cit.*, p.45-68

- Problema: Dificultad que no se puede resolver automáticamente. En el diseño, se presenta cuando los objetos del entorno no ayudan al hombre en su desarrollo social.
- Necesidad: Es el factor motivacional más importante en la configuración del entorno, es resultado de alguna deficiencia que cuando es satisfecha produce sensaciones gratificantes. Se necesita tomar en cuenta el contexto, pues las necesidades dependen de la cultura y la civilización.
- Usuario: Se ha de entender como un ser con necesidades estéticas y éticas, es objeto y fin de todo proyecto de diseño.
- Creatividad: Se habla de creatividad, cuando a partir de una realidad dada se genera un ser original y nuevo, basada en el conocimiento, en informaciones precedentes que hacen establecer nuevas realidades.
- Forma-función: Toda forma se da en un medio con el cual se entabla una serie de relaciones para configurar el entorno, donde queda condicionada según el nuevo campo que se origina; en el que adquiere significaciones nuevas y distintas que no posee cuando se encuentra aislada.

El método que se utilizara para la realización del sistema señalético para el público infantil visitante del Museo de Arte Moderno, se basará en el propuesto por Joan Costa⁹⁹ ya que se adecua y responde a las necesidades de los objetivos marcados y las necesidades requeridas.

6.2 PROCESO DEL SISTEMA SEÑALÉTICO

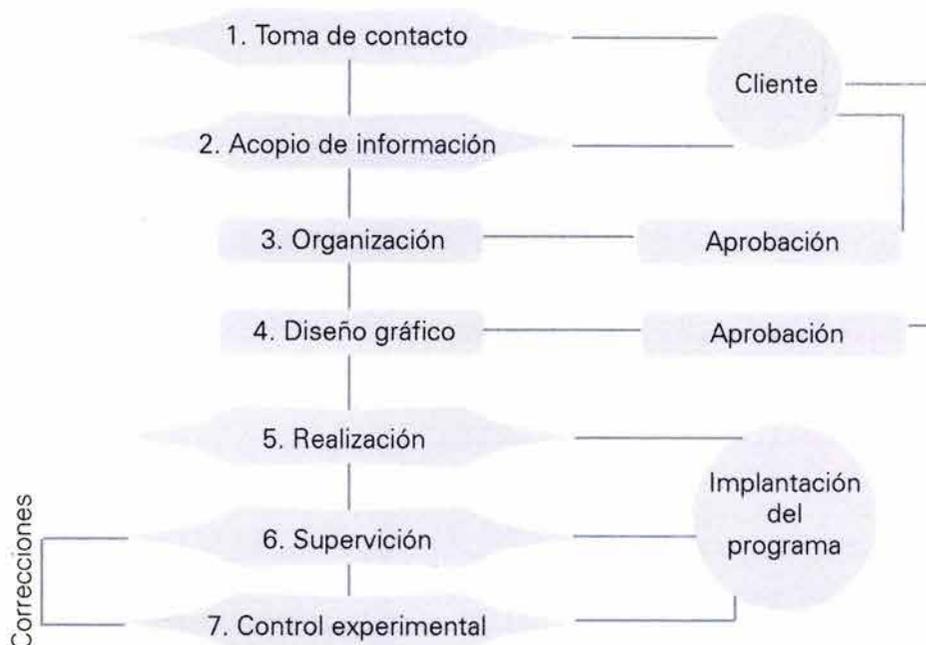
Cada problema señalético constituye un caso particular, con sus condicionantes funcionales, arquitectónicos, ergonómicos y ambientales propios lo que implica la necesidad de crear y desarrollar programas especiales para cada circunstancia concreta. Diseñar el programa supone seguir un método, una fórmula que organice pasos sucesivos y procedimientos de manera ordenada y exhaustiva, cubriendo necesidades inmediatas y previendo que se adapten también a necesidades futuras. Al desarrollar el problema señalético se solucionara una problemática o un conjunto de problemas diversos que se relacionan.

En un aspecto gráfico todo programa incluye:

- Elementos simples (órganos de estructura). Son los signos (pictogramas, palabras, colores y formas básicas de los soportes) que el diseñador creará. Tendrá un nivel de referencia que serán la legibilidad, el color y el espacio gráfico.
- Pauta estructural (arquitectura visible). Se define en las proporciones del panel señalético y en la posición del espacio.
- Leyes de estructura (normas precisas que rigen combinaciones de los signos). Aparecen sobre la pauta estructural y en las reglas técnicas del programa para la producción industrial.

⁹⁹ Costa, Joan, *op. cit.*, p.129

La metodología para el sistema señalético que propone Joan Costa, consta de siete rubros¹⁰⁰ que a su vez se desarrollan para su comprensión y se interrelacionan entre si y con el sujeto que utiliza la señalética.



En esta tesis sólo se llevara a cabo hasta el punto número 4, sin embargo se realizarán ejemplos terminados de los materiales seleccionados para su observación y análisis.

6.2.1 CONTACTO

El programa se inicia con esta primera etapa que abarca la toma de contacto dentro del espacio real del lugar sujeto al tratamiento señalético. Este espacio destinado al público es en parte el que ofrece la oferta y presentación de servicios: utilitario, de distracción, cultural, etc., donde se tiene que tener claro cual es el servicio que se ofrece al público en el espacio real que este maneja, y dentro del cual deben ser tomados en cuenta los siguientes puntos:

6.2.1.1 TIPOLOGÍA FUNCIONAL

La función es la primera premisa, pues dentro de la función global se incluyen a menudo una serie de otras funciones subsidiarias o secundarias.

El espacio de interés ha retomar en cuenta para realizar el sistema señalético es un museo que exhibe arte moderno; este, como instrumento difusor del arte, esta dirigido a los diferentes tipos de públicos que lo visitan, donde día con día

¹⁰⁰ Vid., Costa, Joan, Señalética

se busca ampliar el número de personas que integran estos grupos. Su interés principal se encuentra en los futuros asistentes (los niños) ya que son ellos quienes juegan y jugarán un papel importante en la difusión de la cultura, buscando nuevas formas en como estos se sientan atraídos a participar y disfrutar de este espacio donde aprendan a recrearse y sacar provecho a su visita de una forma accesible y sencilla. Hay que tomar en cuenta que el número de visitantes con mayor afluencia son los niños, pues sus visitas son propiciadas, muchas veces, por las actividades escolares o recreaciones de fines de semana. Otro punto a considerar es que se trata de arte moderno y se cuenta también con arte contemporáneo y de vanguardia.

6.2.1.2 PERSONALIDAD

El espacio donde se encuentra situado el museo posee características propias donde se busca que el visitante se relacione con las obras e interactúe con su narrativa; desde su entrada y durante su recorrido, auxiliado por el lugar donde este se encuentra ubicado —Bosque de Chapultepec—, invitándolo a adentrarse en el arte que resguarda en sus edificios circulares y disfrutar el recorrido en la antesala y dentro de las salas, los espacios de interacción, así como en las áreas al aire libre del museo al recorrer el **Jardín Escultórico**. El Museo de Arte Moderno es un lugar que impone desde su llegada, y que al estar frente a la grande fachada de cristal se adivina lo que se podrá encontrar en su interior; es un sitio que invita a recorrerse y conocer las diferentes tendencias de nuestro arte.

6.2.1.3 IDENTIDAD INSTITUCIONAL

Dentro de cada tipología funcional del espacio público, y dentro también de su propia personalidad, se incluye todavía otra dimensión más específica: la imagen o identidad institucional.

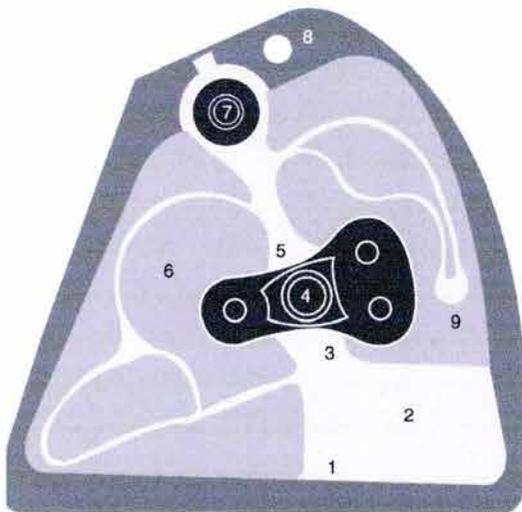
Aquí se trata de la diferenciación —o de identidad— entre entidades diferentes, según el principio señalético de que todo programa debe crearse en función de cada caso particular. Para esto se tendrán en cuenta las connotaciones distintivas que conviene reforzar, tomando como referencia el programa de identidad gráfica o el programa de imagen global.

El Museo de Arte Moderno es reconocido por el público, por su fachada de cristal y el actual logotipo basado en la obra de Mathias Goeritz, *La serpiente de El Eco* y quien se encarga de dar la bienvenida al público a su llegada y muestra ser el símbolo de modernidad que busca reflejar en esta etapa el museo ante el usuario, está se ha convertido en su base para el desarrollo y representación de la imagen institucional que se busca, por lo cual ese carácter moderno que refleja, buscara de igual forma mostrarlo en la señalética que le será propia.

6.2.2 ACOPIO DE INFORMACIÓN

En esta segunda etapa se tiene por objeto la descripción exacta de la estructura del espacio señalético así como sus condicionantes. Deben incluirse las nomenclaturas de la información señalética que se quiere transmitir. Se consideran los aspectos de: plano de territorio, palabras clave, documentos fotográficos, condicionantes arquitectónicas, ambientales y las normas gráficas preexistentes que se describen a continuación.

6.2.2.1 PLANO Y TERRITORIO



- 1 Entrada por Avenida Paseo de la Reforma
- 2 Estacionamiento
- 3 Taquilla y acceso al edificio
- 4 Edificio principal, salas de exhibición y oficinas
- 5 Cafetería
- 6 Jardín escultórico
- 7 Segundo edificio, sala de exhibición y oficinas
- 8 Bosque de Chapultepec
- 9 Zona de talleres

129

6.2.2.2 PALABRAS CLAVE

Aquí se definen los servicios o reglamentaciones con palabras fundamentales, como son:

- Baños (hombres, mujeres)
- Taquilla
- Flechas direccionales
- Teléfono
- Librería
- Informes
- Extinguidor
- Paquetería
- Cafetería
- Basura
- Jardín escultórico
- Vigilancia
- No entrar con alimentos
- Estacionamiento
- Entrada
- Salida
- Tienda de regalos
- Sugerencias
- Oficinas
- Biblioteca
- No usar flash
- No correr
- No tomar video
- No tocar
- No fumar
- Museo de Arte Moderno

- No entrar con animales
- No pisar
- Zona de seguridad
- Peligro
- Mantenga a sus hijos cerca
- Solo personal autorizado
- Xavier Villaurrutia
- José Juan Tablada
- Carlos Pellicer
- Antonieta Rivas Mercado
- Fernando Gamboa
- Manuel Álvarez Bravo

Estas palabras poseen su importancia ya que definen los diferentes servicios o determinan las reglamentaciones que se convertirán en unidades de información para el público.

6.2.2.3 DOCUMENTOS FOTOGRÁFICOS

Se incluyen fotografías de los puntos clave que existen y una serie de factores que un plano no revela. Donde se tienen en cuenta los siguientes criterios:

- Puntos más importantes desde la óptica estadística (mayor afluencia o movimiento de público).



Tienda.



Librería.



Cafetería.



Entrada, Salida y Taquilla.

- Puntos más destacables como problemas (situaciones dilemáticas de decisión para el usuario, ambigüedad arquitectónica, etc).



Salas y Escaleras.



Jardín, Baños y Escaleras.



Escaleras y Salas



Caminos del jardín.

6.2.2.4 CONDICIONANTES ARQUITECTÓNICOS

Las condicionantes arquitectónicas se toman en cuenta para evitar desviaciones y facilitar los accesos y hacer transparente el medio donde tendrá lugar la acción de los individuos.

En el caso del Museo de Arte Moderno, desde sus inicios se pensó que este edificio sería el lugar destinado para resguardar, difundir, transmitir y tener contacto entre el arte y el público, no sólo nacional sino también internacional. Sin embargo es necesario ayudar al visitante para que se realice una visita completa en sus diferentes salas así como un paseo al aire libre por el jardín y las áreas destinadas para la interacción con el arte y el descanso. Ayudando a que visite no sólo el edificio principal si no que camine por el jardín y acceda al segundo edificio, y haga uso de los espacios creados para su recreación, convivencia e interacción con las obras.

6.2.2.5 CONDICIONANTES AMBIENTALES

Debe de tomarse en cuenta si se trata de lugares donde la ambientación interior o exterior se presenta como una situación de hecho, información que será

condicionante para la concepción del sistema señalético. Se tomará nota del estilo ambiental desde los colores dominantes o combinaciones de colores, la iluminación, los materiales, las texturas, mobiliario, elementos complementarios, etc., todos los elementos que se encuentran en el espacio de acción y que son auxiliares en el apoyo para la transmisión del mensaje visual.

El museo se encuentra situado en uno de los puntos más frecuentados de la ciudad de México, el Bosque de Chapultepec, dentro de la zona museística; su entrada se ubica por avenida Paseo de la Reforma. Rodeado por espacios verdes, los cuales se pueden visualizar desde las salas a través de los ventanales que gracias a un filtro impiden que los rayos del sol incida directamente en ellas, logrando en ocasiones obtener el mayor provecho de la luz natural, aunque también se utiliza la luz artificial en sitios donde la luz natural no tiene acceso, al ser bloqueada intencionalmente o es poca su intensidad. En el centro de los edificios como de las salas los grandes domos provocan esa sensación de calidez y bienestar, ambos de forma circular que hacen del recorrido y la conexión entre las salas una relación más dinámica evitando el cansancio y para visitar la galería hay que atravesar el jardín escultórico pasando por la cafetería desde donde se visualiza el bosque al exterior del museo y sin salir de este se recorre el jardín escultórico a través de los diferentes caminos que lo forman. La museografía varía de acuerdo a la muestra, las obras son colocadas en templetos o mamparas construidas de acuerdo al guión museográfico, lo que hace que los recorridos a través de ellas difieran entre las diferentes exposiciones y por lo cual no se tiene un color, textura, ambientación, luz, etc., definido dentro de las salas, pero fuera de estas, en lo que es el cruce de una a otra, se encuentra alumbrado por luz natural en su mayoría y auxiliado por luz artificial, las paredes son de mármol blanco con detalles grises donde en algunos sitios existen plantas y asientos para descansar.

6.2.2.6 NORMAS GRÁFICAS PREEXISTENTES

Se pone de manifiesto la necesidad de organizar y coordinar las distintas formas de comunicación existentes dentro del espacio que se estudia.

El Museo de Arte Moderno no cuenta con un sistema señalético propio en uso, por lo cual no existen normas gráficas a seguir anteriores; las diferentes señales con que se cuenta son: no tocar, extinguidor, nombre de salas, salida de emergencia, no fumar, discapacitados y estacionamiento; que se basan en las normas gráficas internacionales de señalización. El sistema señalético que se propone requiere de cierta diferenciación para que los niños puedan percibirlos con mayor facilidad y evitar que estos lleguen a confundirse, de igual forma se podrán tomar pictogramas existentes para incluirlos en el programa y poder ser rediseñados. Sin olvidar que todos deben ser integrados dentro de un mismo programa con base en un estilo de modernidad que es lo que se desea mostrar y recordar que los adultos que acompañan a los niños son quienes identifican estas señales para mostrárselas a los pequeños después, por lo que el sistema señalético estará dirigido en una primera instancia a los adultos.

6.2.3 ORGANIZACIÓN

En esta tercera etapa se comienza con el trabajo de diseño, el cual, se basa en los datos obtenidos, desarrollando los siguientes puntos.

6.2.3.1 PALABRAS CLAVE Y EQUIVALENCIA ICÓNICA

Se escogen las expresiones lingüísticas y se define el sistema de nomenclaturas que será la base de la información señalética que se realiza. Recogiendo también los diferentes pictogramas diseñados, en función a los distintos casos a los que deben adaptarse y en caso de que no sea práctico usar pictogramas, se utilizará tipografía o ambas a la vez, con la función de que el mensaje sea recibido por el usuario satisfactoriamente y este comprenda el mensaje que se quiere transmitir.

A continuación se muestra la división de la señalética según los casos a seguir en pictogramas y tipografía.

133

- PICTOGRAMAS:

- | | |
|-------------------------------|--------------------|
| 1 Cafetería | 17 Teléfonos |
| 2 Jardín escultórico | 18 Sugerencias |
| 3 Paquetería | 19 Registro |
| 4 Tienda de regalos | 20 Basura |
| 5 Informes | 21 Estacionamiento |
| 6 Flechas direccionales | 22 Librería |
| 7 Extinguidor | 23 Taquilla |
| 8 Baños mujeres | 24 Biblioteca |
| 9 Baños hombres | 25 Oficinas |
| 10 No entrar con animales | 26 No fumar |
| 11 Zona de seguridad | 27 No tocar |
| 12 Mantenga a sus hijos cerca | 28 No usar flash |
| 13 No entrar con alimentos | 29 No tomar video |
| 14 Vigilancia | 30 No correr |
| 15 Museo de Arte Moderno | 31 No pisar |
| 16 Personal autorizado | 32 Peligro |

- TIPOGRAFÍA:

- | | |
|---------------------------|------------------------|
| 1 Xavier Villaurrutia | 5 Fernando Gamboa |
| 2 Carlos Pellicer | 6 Manuel Álvarez Bravo |
| 3 José Juan Tablada | 7 Entrada |
| 4 Antonieta Rivas Mercado | 8 Salida |

6.2.3.2 VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN

La verificación de la información, servirá para localizar los puntos donde se localizaran las señaléticas.

6.2.3.3 TIPOS DE SEÑALES

La base de la información son las palabras clave y serán clasificadas por grupos, según sus características principales en:

DIRECCIONALES O INDICATIVAS	INFORMATIVA DE IDENTIFICACIÓN
<ul style="list-style-type: none">• flecha arriba• flecha abajo• flecha diagonal izquierda• flecha diagonal derecha• flecha izquierda• flecha derecha	<ul style="list-style-type: none">• cafetería• telefonos• jardín escultórico• sugerencias• guardabultos• tienda de regalos• informes• extinguidor• librería• taquilla• baños hombres• baños mujeres• basura• vigilancia• biblioteca• oficinas• mantenga a sus hijos cerca• zona de seguridad• estacionamiento• Museo de Arte Moderno
ORIENTACIÓN	
<ul style="list-style-type: none">• entrada• salida• Carlos Pellicer• Antonieta Rivas Mercado• Xavier Villaurrutia• Fernando Gamboa• Manuel Álvarez Bravo• José Juan Tablada	
RESTRICTIVA	
<ul style="list-style-type: none">• no fumar• no tocar• no entrar con animales• no correr• no usar flash• no tomar video• no entrar con alimentos• peligro• no pisar• personal autorizado	

6.2.3.4 CONCEPTUALIZACIÓN DEL PROGRAMA

Mediante el desarrollo de una investigación de campo, en donde se evaluó la estructura, los espacios, así, cómo el tránsito, comportamiento y desenvolvimiento de los usuarios en el museo; se reforzaron estas impresiones con el método expuesto por Joan Costa; además de un comparativo con otros espacios museísticos, los resultados desprendieron los siguientes puntos:

OBJETIVO: Desarrollar un sistema señalético para el público infantil visitante del Museo de Arte Moderno, a modo de auxiliar en su ubicación y desplazamiento en el perímetro del museo (edificios y jardines), al tiempo de orientarlos e informarlos sobre los servicios y espacios que ofrece al visitante.

ANTECEDENTES: Desde su inauguración, en el Museo de Arte Moderno se han exhibido ininterrumpidamente importantes obras de arte nacionales y extranjeras; el museo ha orientando sus mecanismos de difusión principalmente al público infantil y juvenil; éste grupo se ha identificado fácilmente con las muestras de arte expuestas; desafortunadamente, no existe señalización o señalética para ellos (ni para otros) que los asistan en su estancia en el museo. Sólo existen unas pocas señales básicas; éstas, pueden considerarse dentro de la Norma Mexicana de Señalamientos de Protección Civil, establecida por la Dirección General de Normas de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (señales de: no tocar; extinguidor; nombre de salas; salida de emergencia; no fumar; y estacionamiento), las cuales se han creado recientemente por situaciones específicas de alguna exposición o fines emergentes.

NECESIDADES INFORMATIVAS: Por su gran y diversa oferta artística el Museo de Arte Moderno, se ha convertido en un sitio de visita casi obligada, no sólo por las exhibiciones que presenta, también por los servicios culturales ofrecidos a los cerca de 350 mil visitantes¹⁰¹ que cada año acuden a él; los cuales en su estancia en el museo requieren además de la oferta cultural y de la información didáctica y gráfica de las obras artísticas, necesitan del museo un sistema gráfico que auxilie e informe al visitante sobre la distribución del inmueble, ubicación y servicios. En base a éstas carencias, se crean las necesidades para desarrollar una forma de comunicación dentro del recinto que guíe y conduzca al usuario en su recorrido, adecuada al público infantil principalmente, y al visitante en general, que al recorrer los espacios pueda escoger el recorrido de su mayor interés, sin requerir asistencia del personal que labora en el museo o bien que está sea mínima. Para cubrir estas necesidades, se tomaran en cuenta los siguientes requerimientos:

¹⁰¹ Reporte anual de actividades. Museo de Arte Moderno, cap. visitantes, enero 2001, *passim*

REQUERIMIENTOS DE FUNCIONALIDAD	
<p>SIMPLICIDAD</p> <p>El objeto expresará sencillez en cuanto a su forma y estructura, con el fin de que la información que contenga sea rápidamente asimilada sin confusión alguna.</p>	<p>APOYO GRÁFICO</p> <p>Los mensajes que incluyan pictograma y texto deberán ser colocados a una distancia cercana, para transmitir información, clara, completa y eficaz.</p>
<p>LEGIBILIDAD</p> <p>La tipografía será seleccionada en base a la máxima legibilidad en un mínimo de tiempo y ajustarse a la premisa señalética de sencillez y formalidad. El diseño de la letra deberá auxiliar la comunicación visual, haciéndola más efectiva. Los colores deberán ser contrastantes para identificar rápidamente la señalética.</p>	<p>INDICACIÓN</p> <p>La forma del objeto deberá ser sencilla e ir de acuerdo a la información y dirección que contenga, con el fin de que ninguna forma de más confunda al usuario.</p>
<p>EFICACIA</p> <p>El objeto deberá indicar su función por sí mismo.</p>	<p>ATRACTIVO</p> <p>La señalética deberá atraer la atención del usuario para que este no se sienta perdido o confundido.</p>

REQUERIMIENTOS DE FUNCIONALIDAD

COMPRESIÓN	ATRACCIÓN
El lenguaje o texto a utilizar deberá expresar algo comprensible, divertido de acuerdo a las necesidades, intereses de los niños.	Los colores y pictogramas deberán atraer la atención del usuario, para ubicarlo dentro del museo.

REQUERIMIENTOS AMBIENTALES

VISIBILIDAD	IDENTIFICACIÓN
El formato señalético deberá ser diferente y contrastante con el acabado arquitectónico, reduciendo así el esfuerzo de identificación por parte del usuario.	El usuario deberá reconocer el objeto a simple vista.
CIRCULACIÓN	EMOTIVIDAD
Se deberá regular y facilitar el desplazamiento del usuario por medio de rutas específicas a seguir, indicando al visitante la dirección y el principio y final del recorrido.	Se deberá lograr un estilo propio del museo, que destaque sus principios básicos de acercamiento al arte, a la cultura, el entretenimiento y la participación.

136

REQUERIMIENTOS ESTRUCTURALES

MODULACIÓN	RESISTENCIA
La señalética deberá tener la capacidad de repetición en cuanto a su estructura por lo que sus piezas deberán ser sencillas y estandarizadas.	El objeto deberá cumplir con una duración aproximada de cinco años, estando en contacto con el usuario. Los materiales deberán resistir el vandalismo, siendo repelente a ralladuras, golpes, etc.
SUJECIÓN	FORMA Y ESTRUCTURA
De existir módulos autosoportantes o de pedestal deberá evitarse hacer perforaciones en el piso. Los módulos de bandera, colgantes y adosados a muros deberán estar firmemente sujetos a las superficies correspondientes, con la posibilidad de ser desmontables por el personal autorizado.	La señalética no deberá de presentar ningún tipo de hendidura o hueco donde el usuario pudiese arrojar basura o se acumule el polvo y suciedad. Las formas deberán ser sencillas y fáciles de repetir. Asimismo se evitarán aristas o terminaciones filosas que pudiesen dañar al usuario. Deberá también considerarse la fácil colocación de los módulos en muros, techos o pisos.

REQUERIMIENTOS DE CONSTRUCCIÓN

COMPATIBILIDAD	IMPRESIÓN
Sus formas y colores deberán ir de acuerdo a los requerimientos de modernidad y seriedad de acuerdo al museo.	La técnica de impresión irá de acuerdo al material y formato seleccionado.
MANTENIMIENTO	PRACTICIDAD
El objeto que se encuentre en contacto físico con el usuario deberá presentar facilidad de limpieza una vez al día por los empleados del museo y no deberá requerir mayor complejidad que el simple hecho de sacudirlo. El objeto deberá ser diseñado con el fin de que las refacciones, en cuanto a construcción e iluminación, sean sencillas y se encuentren dentro del mercado nacional.	El objeto deberá presentar versatilidad de piezas y ensambles lo que garantiza su fácil manejo, desplazamiento, instalación y armado dentro de las salas del museo sin dañar la museografía.
	ESTABILIDAD
	El objeto deberá ser autosoportante, o bien presentar la posibilidad de fijarse al medio correspondiente: piso, techo o pared.

REQUERIMIENTOS DE EXPRESIÓN

FAMILIARIDAD	UNIFICACIÓN
<p>Apesar de las diferentes formas que se pudiesen crear de acuerdo a las necesidades, deberán mantenerse las mismas características para pertenecer a una sola familia.</p>	<p>Deberá existir una unidad tanto de diseño como de materiales y colores, manteniendo una imagen clara y lograr la unificación de las salas.</p>

CONDICIONANTES ARQUITECTÓNICAS: Situado en una zona boscosa, el Museo de Arte Moderno tiene una estructura conformada por dos edificios circulares de dos niveles cada uno; ambos, construidos en estructura de acero recubierta por mármol blanco y algunas paredes falsas de madera (mamparas); pisos en las áreas comunes de parqué de madera de encino y alfombra en oficinas; techos de plafones falsos de tablarroca y estructura de acero para soportar los sistemas eléctricos de hasta 50 kg de resistencia; las “paredes” de las salas de exhibición son estructuras de aluminio que sujetan vidrios de 7 mm de espesor. En el documento Normas de Uso y Mantenimiento de los Inmuebles de la Secretaría de Educación Pública, en comodato al **CONACULTA**, división museos del Instituto Nacional de Bellas Artes e Instituto Nacional de Antropología e Historia,¹⁰² menciona al respecto: “Los edificios propiedad del la **SEP**, en comodato al **CONACULTA**, ex profesos o adaptados para espacios culturales y/o artísticos no podrán ser modificados, remodelados, en sus diseños arquitectónicos de forma parcial o total, excepto, cuando estos cuenten con sistemas y mecanismos movibles o temporales; así, como deberá de observarse el cuidado de los mismos, evitando toda acción que dañe su estructura o propicie su deterioro”. Esta limitante que impide poder taladrar o perforar las estructuras y paredes de mármol, beneficia al crear las opciones del uso de los plafones del techo, donde se colocan las lámparas; permite la posibilidad de utilizar el parqué del suelo para colocar las señaléticas, pues, estas áreas son consideradas “movibles” en el museo; o bien, se puede utilizar sistemas adhesivos en las estructuras de acero y de mármol, así como en los vidrios. Con respecto a los espacios exteriores, estos se encuentran afectados enteramente por los elementos climáticos: lluvia, humedad, calor, frío, sol, etc., donde el jardín escultórico, como parte del bosque se afecta por la fauna nativa.

CONDICIONANTES AMBIENTALES: El clima dentro del museo, se mantiene de forma artificial constante entre los 12° y 18°C dependiendo de la conservación de las obras expuestas, permitiendo a la señalética un largo periodo de vida, dependiendo de los materiales y cuidados higiénicos. Las señaléticas exteriores, además de ser producidas en materiales de gran resistencia y durabilidad por el entorno natural y los cambios climáticos, deberán de ser producidas en materiales no tóxicos por el factor fauna.

IDENTIDAD INSTITUCIONAL: El Museo de Arte Moderno cuenta con una imagen institucional, acorde con su filosofía y concepto museístico; aceptada y reconocida por los lineamientos de presencia institucional del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, en disposición al Instituto Nacional de Bellas Artes.

¹⁰² Documento interno de la SEP para el mantenimiento de edificios públicos. Capítulo, CONACULTA, *passim*

El MAM cuenta con un imago tipo, normas de aplicaciones gráficas y editoriales, y tipografía institucional. Para la planeación, producción y ubicación de la señalética, se observará las normas gráficas del MAM, así, como los conceptos establecidos por las normas internacionales; proyectando su imagen al público infantil principalmente.

SISTEMA DE NOMENCLATURAS: Los señalamientos se clasificarán de la siguiente forma:

DIRECCIONALES O INDICATIVAS	INFORMATIVA DE IDENTIFICACIÓN
<p>PICTOGRAMAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • flecha arriba • flecha abajo • flecha diagonal izquierda • flecha diagonal derecha • flecha izquierda • flecha derecha 	<p>PICTOGRAMAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • cafetería • telefonos • jardín escultórico • sugerencias • paquetería • tienda • informes • extinguidor • librería • taquilla • baños hombres • baños mujeres • basura • vigilancia • biblioteca • oficinas • mantenga a sus hijos cerca • zona de seguridad • estacionamiento • Museo de Arte Moderno
<p>ORIENTACIÓN</p> <p>TIPOGRAFÍA</p> <ul style="list-style-type: none"> • entrada • salida • Carlos Pellicer • Antonieta Rivas Mercado • Xavier Villaurrutia • Fernando Gamboa • Manuel Álvarez Bravo • José Juan Tablada 	
<p>RESTRICTIVA</p> <p>PICTOGRAMAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • no fumar • no tocar • no entrar con animales • no correr • no usar flash • no tomar video • no entrar con alimentos • no pisar • peligro • personal autorizado 	

6.2.4 DISEÑO GRÁFICO

En esta cuarta etapa es donde el diseño gráfico representa un papel muy importante para el manejo eficaz de la señalética del museo por lo que a partir de aquí se definirán los lineamientos principales para el desarrollo y futura aplicación de la señalética.

La forma del objeto debe ser sencilla e ir de acuerdo al tema que trata y dirección que contenga, con el fin de que ninguna forma rebuscada confunda al usuario. Se deberá regular y facilitar el desplazamiento del usuario por medio de rutas específicas a seguir, indicando al visitante la dirección del principio y final del recorrido que se puede seguir. Siguiendo lo dicho en el

capítulo V, apartado de legibilidad, los mensajes que incluyan pictogramas y texto deberán ser colocados a una distancia proporcional entre la letra y el elemento gráfico, para transmitir información clara, completa y eficaz evitando el cansancio y la falta de relación entre los elementos, de igual forma los colores y pictogramas deberán atraer la atención del usuario.

6.2.4.1 FICHAS SEÑALÉTICAS

El formato de la señalética debe ser contrastante y dinámico con el acabado arquitectónico, reduciendo así el esfuerzo de identificación por parte del usuario. La señalética estará compuesta por un pictograma a través de un grafismo basado en objetos reales el cual, será apoyado con texto para transmitir mensajes en forma clara y completa. Las señaléticas se colocara a un altura optima para los niños (120 cm) de igual forma para su colocación deberá considerarse un campo de visión de 60°, esto es en base a la altura proporcional que presentan los niños.

139

6.2.4.2 MÓDULO COMPOSITIVO

Se ha de definir una red que pueda utilizarse como apoyo con el fin de establecer parámetros para la creación de una nueva señalética que resulten pertinentes de acuerdo al crecimiento y tiempo de vida del museo. Dicha red se formara a base de módulos idénticos de 3 cm. con divisiones de 10 cada uno.

6.2.4.3 TIPOGRAFÍA

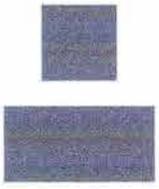
La tipografía a seleccionarse será en base a la máxima legibilidad en un mínimo de tiempo; así mismo, los mensajes deberán incluir menos de seis términos y ajustarse a la premisa señalética de sencillez-formalidad. El diseño de la letra deberá auxiliar la comunicación visual, haciéndola más efectiva manteniendo un equilibrio entre las relaciones de grosor de trazo y rasgos redondeados, brindando un diseño limpio.

6.2.4.4 PICTOGRAMAS

Los pictogramas se manejan mediante rasgos circulares manteniendo en sus características cierto grado de inclinación y rompimiento del espacio con el fin de darle un carácter dinámico y juvenil, de acuerdo a la imagen de modernidad que se busca representar.

6.2.4.5 CÓDIGO CROMÁTICO

La señalética deberá mantener el color de seguridad y el color de contraste bajo las siguientes condiciones:¹⁰³

SEÑAL	ESPECIFICACIONES	COLOR SEGURIDAD	COLOR CONTRASTE	FORMA GEOMÉTRICA
INFORMATIVA	Guían y proporcionan al usuario las recomendaciones a observar. Cubrirá cuando menos el 50% de la superficie total de la señal.	Fondo verde o azul	Blanco	
INFORMATIVA DE EMERGENCIA		Fondo rojo	Blanco	
INFORMATIVA DE SINIESTRO O DESASTRE		Fondo verde	Blanco	
PRECAUCIÓN	Advierten al usuario de la existencia y la naturaleza de un riesgo. Cubrirá cuando menos el 50% de la superficie total de la señal.	Fondo amarillo	Negro o magenta	
PROHIBITIVAS O RESTRICTIVAS	Prohíbe o limita una acción susceptible a provocar un riesgo. El color rojo de seguridad cubrirá cuando menos el 35% de la superficie total de la señal. El color del símbolo debe ser negro. Se utilizará una banda transversal y circular de color rojo, colocando el símbolo centrado en el fondo sin obstruir la barra transversal.	Rojo	Blanco	
DE OBLIGACIÓN	Impone la ejecución de una acción determinada, a partir del lugar donde se encuentra la señal y en el momento de visualizarla. Cubrirá cuando menos el 50% de la superficie total de la señal.	Fondo azul	Blanco	

La proporción del rectángulo se construye sobre la base de un cuadrado con la relación uno igual a la altura ó 2 igual a la base dependiendo de las condiciones físicas del lugar; la diagonal que se utiliza en el círculo de las señales prohibitivas debe ser de 45° en relación con la horizontal.

Se deberán homologar las señales y avisos de seguridad que se aplican para la protección civil, con el fin de que la población las identifique correctamente, cumpliendo así la función para la cual fueron creadas.

En cuanto a la iluminación, en condiciones normales, en la superficie de la señal debe existir una intensidad de iluminación de 50 luxes (50lx) como mínimo. Los materiales para fabricar los señalamientos deben tener una calidad que garantice su visualización y deben soportar un mantenimiento que permita conservarlos en buenas condiciones tanto del color, forma y acabado. Cuando la señal sufra un deterioro que impida cumplir con el cometido para la cual se creó debe ser remplazada. Los materiales que se utilicen para fabricar las señales informativas de ruta de evacuación, zona de seguridad, primeros auxilios, punto

¹⁰³ NOM-008-SCFI-2002.

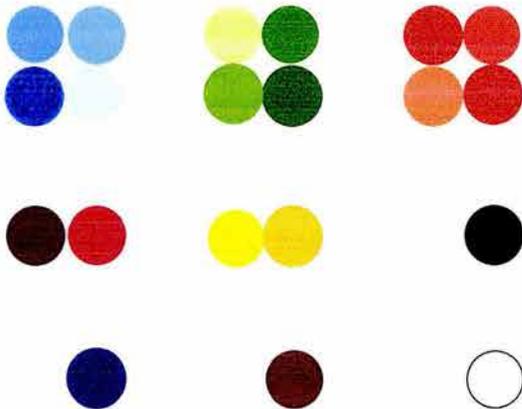
Sistema general de unidades de medida, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 27 de noviembre de 2002.
NOM-026-STPS-1998, Colores y señales de seguridad e higiene, e identificación de riesgos por fluidos conducidos en tuberías, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 13 de octubre de 1998.

de reunión, salida de emergencia y escalera de emergencia; así como las señales informativas de emergencia destinadas a ubicarse en interiores deben permitir ser observables bajo cualquier condición de iluminación; todo material con que se fabriquen los señalamientos no debe ser nocivo para la salud. En el caso de señales luminiscentes, se permitirá usar como color contraste el amarillo verdoso.

6.2.4.5.1 CÓDIGO CROMÁTICO SEGÚN LOS NIÑOS

Se realizó una encuesta dentro de las instalaciones del MAM donde participaron más de 300 niños que lo visitaban, los cuales, seleccionaban de las diferentes imágenes proporcionadas la figura de su preferencia, coloreándola con sus colores favoritos.

En un 100% de los niños que efectuaron el ejercicio de color; la tendencia marco que los colores amarillo creaban 2 tonos, el azul 4 tonos, rojo 2 tonos, verde 4 tonos, naranja 4 tonos, morado 1 tono, café 1 tono, negro 1 tono y blanco 1 tono.



Actividades infantiles. Museo de Arte Moderno. CONACULTA-INSA.

6.2.4.6 ORIGINALES DE PROTOTIPOS

Una **envolvente**¹⁰⁴ es el empaque de la forma delimitado por sus puntos máximos de referencia en posición vertical derecha e izquierda y horizontal superior e inferior; y su función primaria es delimitar a la forma del espacio dentro de un plano.

La **extra envolvente** es una simetría de extensión a partir de la envolvente mayor y su función es generar un orden visual a partir de las auxiliares que configuran el diseño; derivándose de estas las **reguladoras**, que son las encargadas de reforzar o enfatizar el diseño.

La **envolvente menor** se define igual que la mayor, nada más que trabaja de manera independiente justificando para ello la relación del todo con la parte y la parte con el todo, verificando su relación proporcional así misma, y se clasifican por función en:

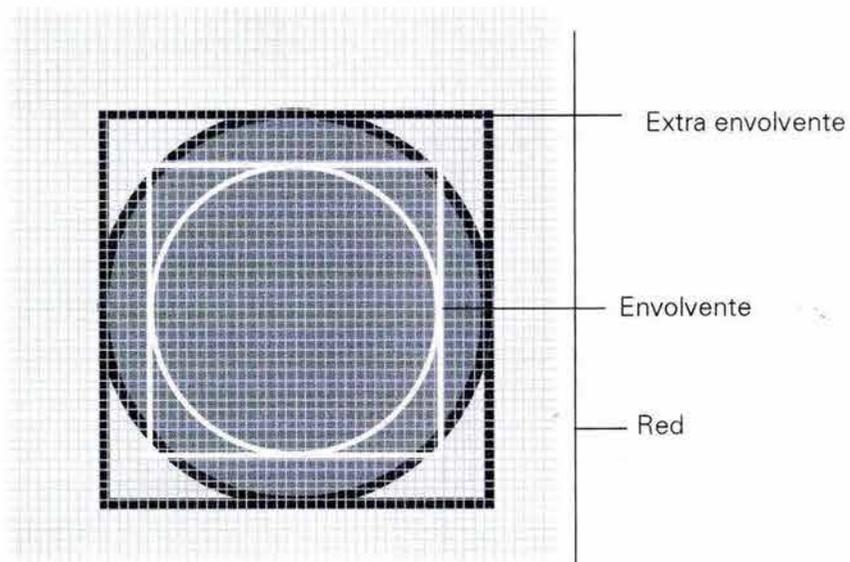
¹⁰⁴ Joaquín Rodríguez Díaz



- Cuadradas: normales, perfectas y más que perfectas.
- Rectangulares: verticales y horizontales y estas a su vez en normales y dinámicas.

Para la realización de los bocetos, se creó una base en la síntesis geométrica, (circulares o cuadradas dependiendo su función) logrando una figura agradable. En lo referente a su construcción, se tomó en cuenta una red para trazos y la relación de la imagen con las envolventes.

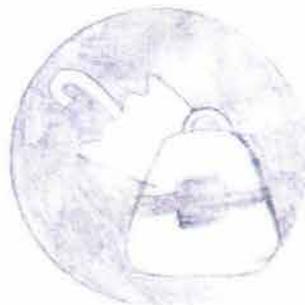
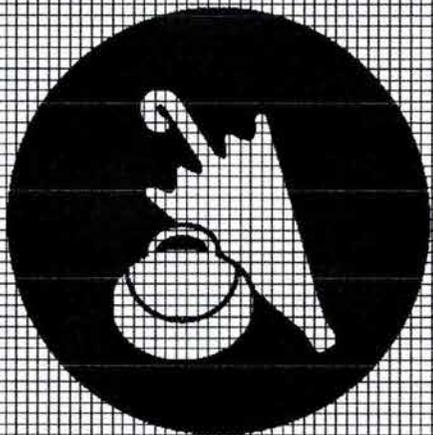
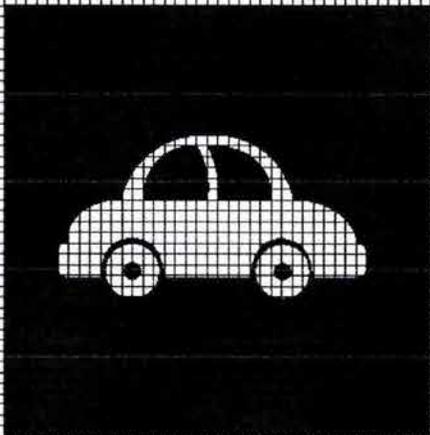
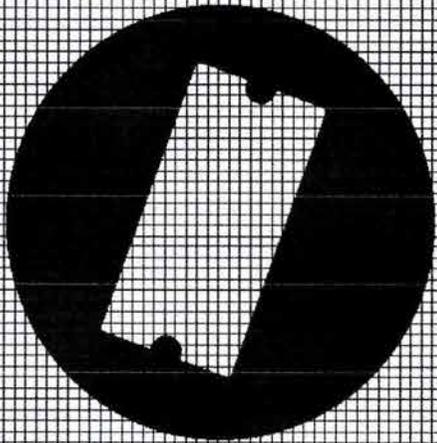
142

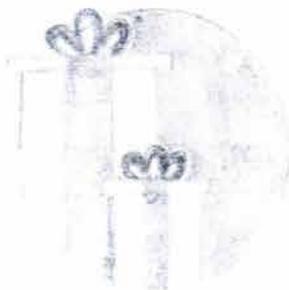
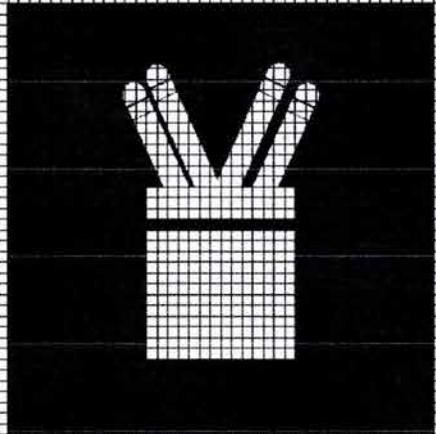
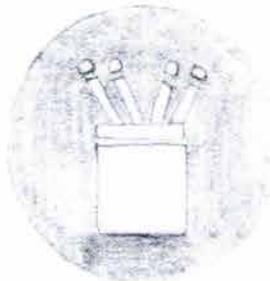
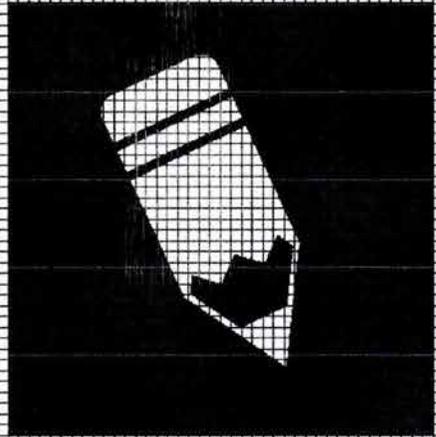


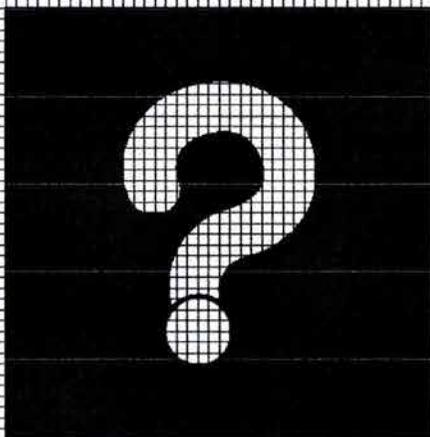
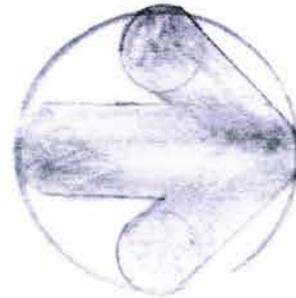
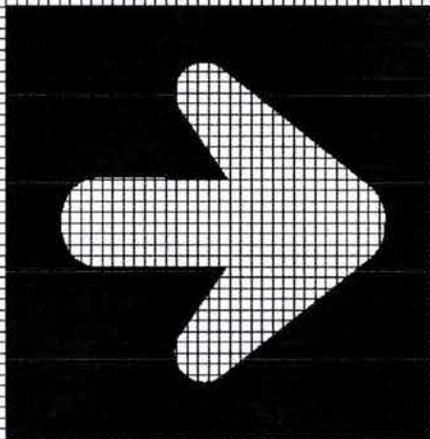
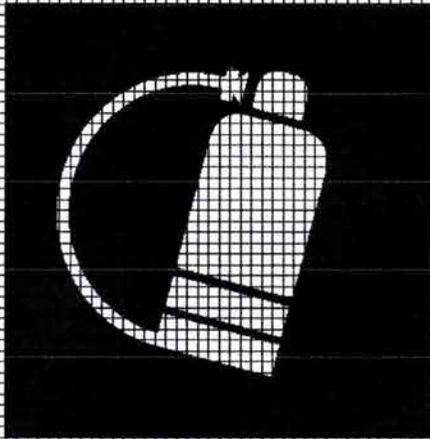
Al iniciar la creación de los bocetos pensé que la figura debería salir de la extra envolvente, (como se observa en algunos bocetos) pero se fue modificando, hasta que esta se situó en el centro de la envolvente, en proporción similar en sus cuatro puntos cardinales, en todas las señales, limitando las longitudes del elemento; logrando así que esta sea similar para todas mostrando proporción y unificación.

En cuanto a la extra envolvente, esta se encuentra a 5 módulos de la imagen en sus cuatro puntos cardinales en todas las señales, limitando las longitudes del elemento; logrando así que esta sea similar para todas mostrando proporción y unificación; evitando puntas que pudieran resultar agresivas en un lenguaje visual al ser observadas por el usuario logrando el dinamismo y la referencia infantil que se buscaba.

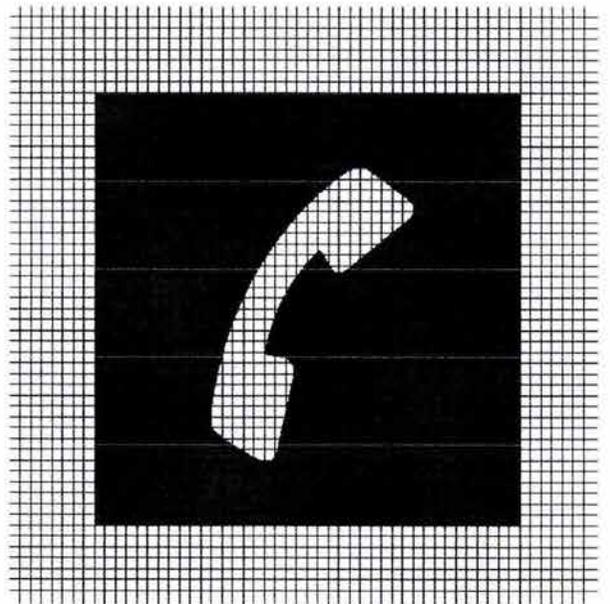
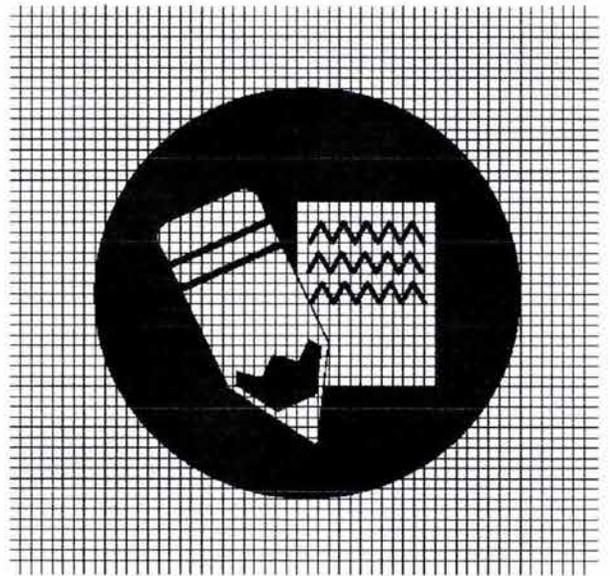
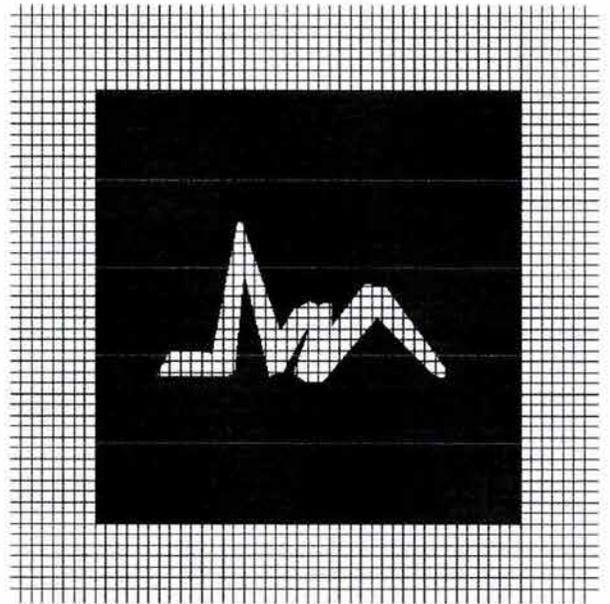
A continuación se mostraron los bocetos originales elegidos por el museo, el diseño final y la retícula para su trazo y unificación de los mismos.

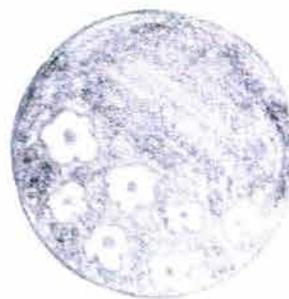
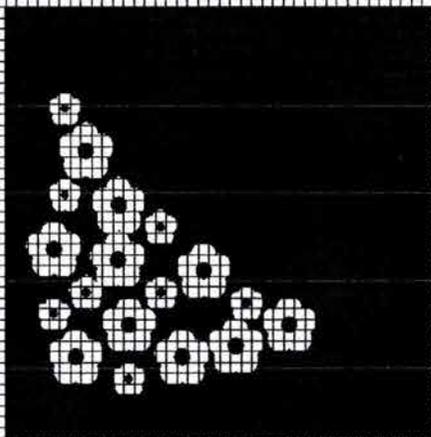
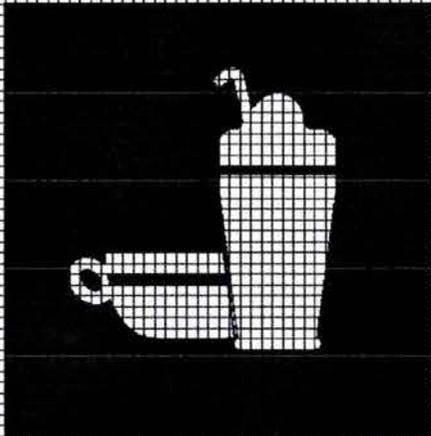
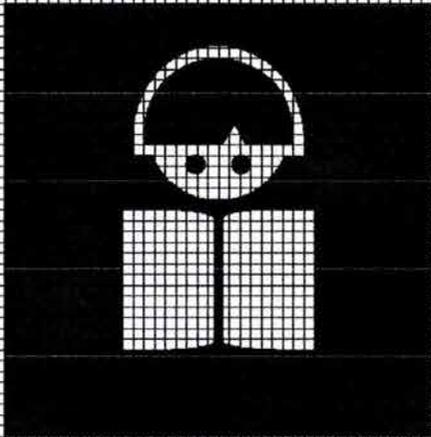


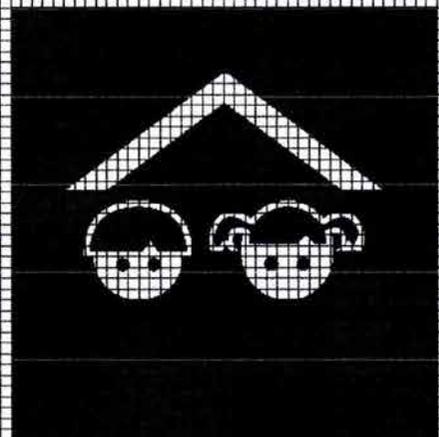
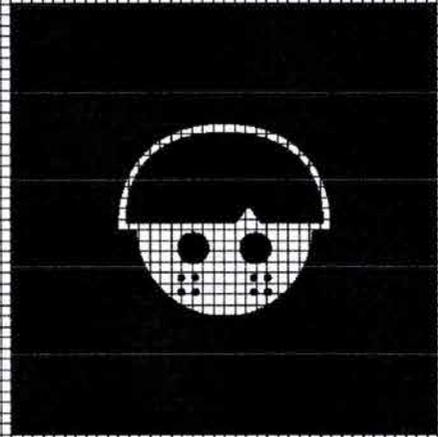
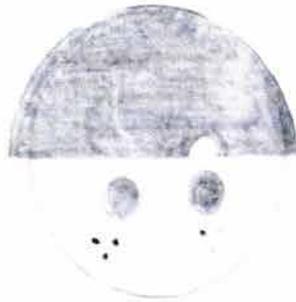
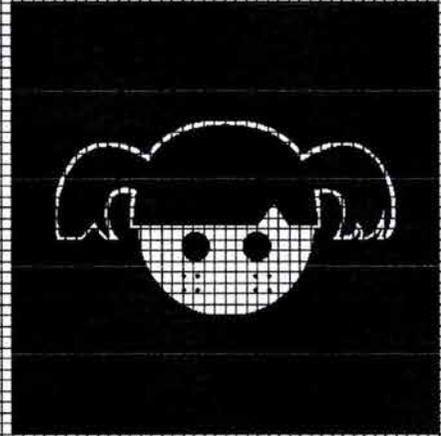
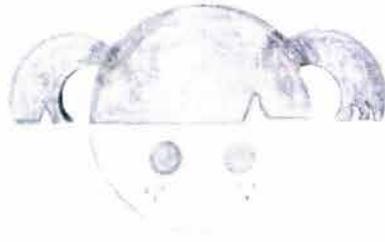


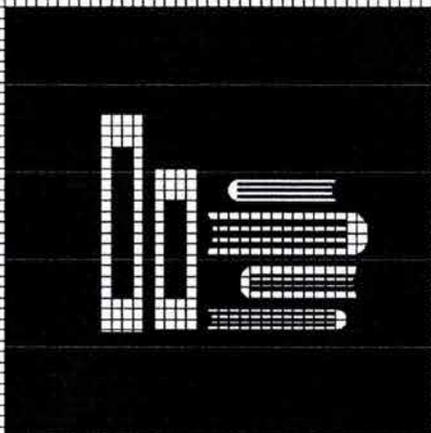
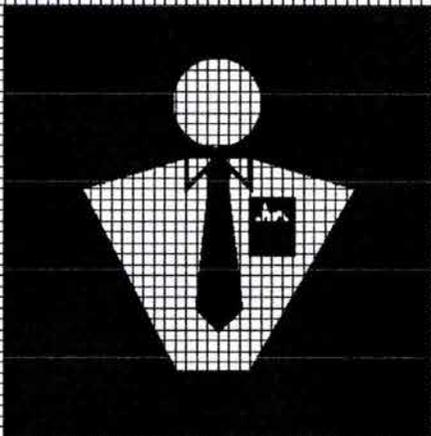
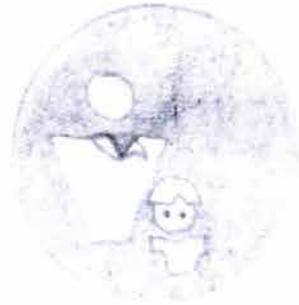
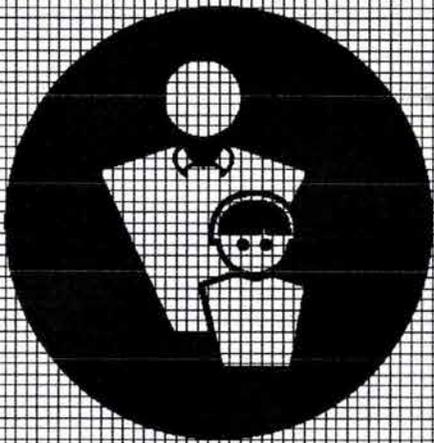


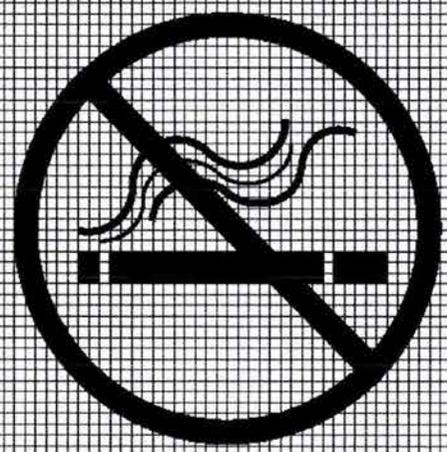
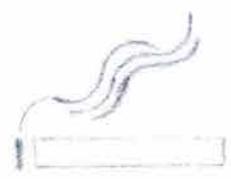
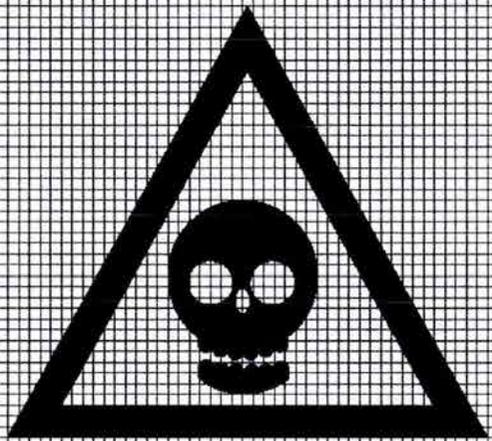
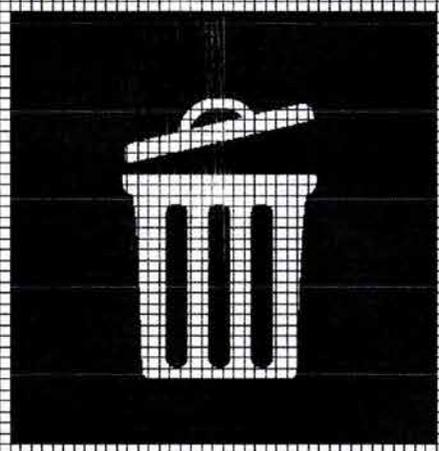
En referencia a esta señalética de identificación, sólo se adaptó el imagotipo del museo a la serie de señales, lo que no se requirió realizar bocetos.

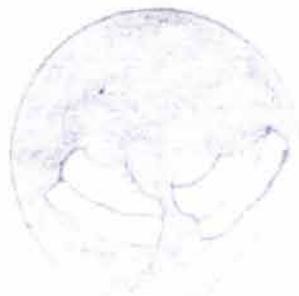
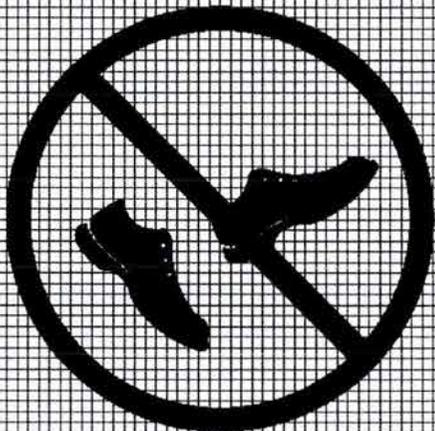
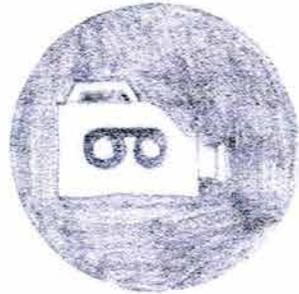
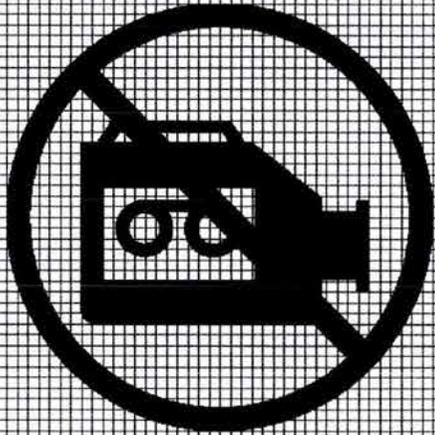
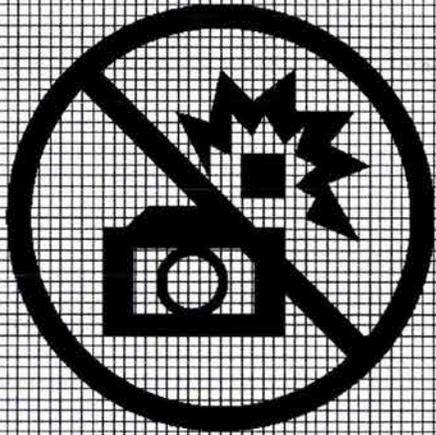


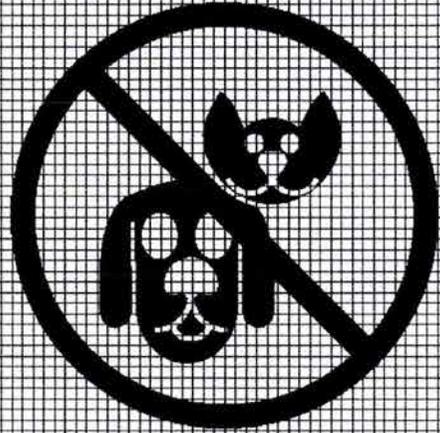
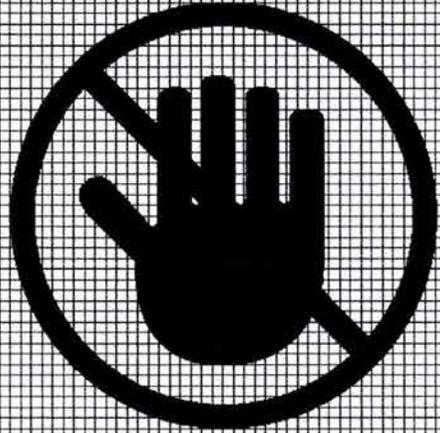
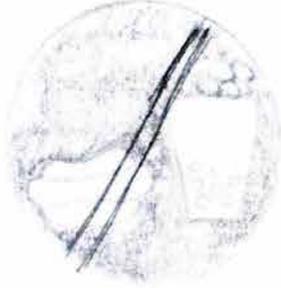


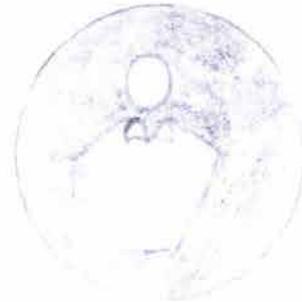
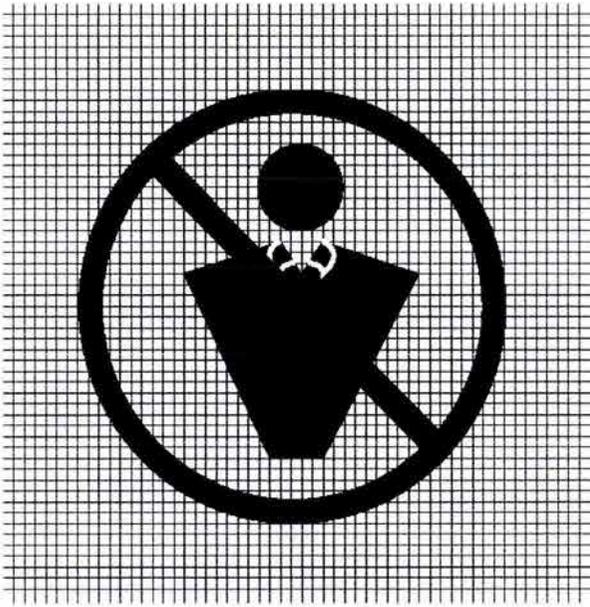












6.2.4.7 SELECCIÓN DE MATERIALES

La imagen gráfica de las señales para la señáletica propuesta, se producirá en dos terminados:

- Recorte de vinil adhesivo, más plasta de barniz UV semimate con un grosor de 2 mm para exteriores.
- Impresión ink-jet a color y/o impresión digital de archivo.

Estas producciones serán colocadas sobre soportes tridimensionales (Vista System) de fácil utilización; compuestos por módulos de aluminio con terminales plásticas o metálicas; estos pueden ser instalados en posición vertical, horizontal, adosadas a muro, colgantes, de pedestal, entre otros. Para las señales que requieran su adherencia a las paredes, esta se harán con una cinta Schot 3M de poliuretano de doble adherencia de 1mm de grosor.

Los materiales utilizados tanto en interior como en exterior se adecuan y responden a las exigencias requeridas para cubrir la resistencia a los cambios climáticos, ambientales y naturales que afectan al inmueble; por su resistencia y perdurabilidad al movimiento, limpieza, aplicación, utilización, funcionamiento y mantenimiento en interior como en exterior del museo. Conjuntamente satisface las necesidades del museo y sus expectativas de comunicación y de crecimiento a futuro: visitantes con capacidades diferentes. El sistema de señáletica se adapta favorablemente a este público, pues se encuentran a la altura de visión de las personas minusválidas, y para los débiles visuales el material permite ser grabado en bajo relieve permitiendo el contacto sin presentar daño alguno dada su gran resistencia al uso.

Con este sistema no habrá diferencia entre los materiales a utilizar, lo que lleva a una unificación de las mismas y una economía de estos, además de que el diseño y terminado muestra un estilo moderno.

6.2.4.8 PRESENTACIÓN DE PROTOTIPOS

Los colores seleccionados se basan en los criterios ya expuestos sobre la comunicación visual; como característica, éstos deben ser atractivos y saturados para captar la atención de los niños; la señalética es identificable por los colores que se utilizan según la información y el tipo de señal utilizada:

- Señales Prohibitivas:

Fondo: Vinil adhesivo (Color Selector Avery Graphics) A8660-O y A8655-O.

Impresión: Pantone 361 y Pantone 375

Tipografía: Vinil adhesivo (Color Selector Avery Graphics) Relleno A8002-O; Outline A8325-O

Impresión relleno blanco y Pantone 1795

Señalética: Vinil adhesivo (Color Selector Avery Graphics) A8325-O, A8090-O y A8002-O.

Impresión: Pantone 1795, Negro y Blanco



- Señales informativas:

Fondo: Vinil adhesivo (Color Selector Avery Graphics) A8120-O y A8155-O.

Impresión: Pantone 1225 y Pantone 1375

Tipografía: Vinil adhesivo (Color Selector Avery Graphics) Relleno A8002-O, Outline A8580-O

Impresión relleno Blanco, outline Pantone 281

Señalética: Vinil adhesivo (Color Selector Avery Graphics) A8580-O y A8002-O.

Impresión: Pantone 281 y Blanco



- Señales preventivas:

Fondo: Vinil adhesivo (Color Selector Avery Graphics) A8120-O y A8155-O.

Impresión: Pantone 1225 y Pantone 1375

Tipografía: Vinil adhesivo (Color Selector Avery Graphics) Relleno A8002-O, Outline A8675-O

Impresión: Relleno Blanco, outline Pantone 348

Señalética: Vinil adhesivo (Color Selector Avery Graphics) A8675-O y A8002-O.

Impresión: Pantone 348 y relleno Blanco



- Señales de peligro:

Fondo: Vinil adhesivo (Color Selector Avery Graphics) A8120-O y A8155-O.

Impresión: Pantone 1225 y Pantone 1375

Tipografía: Vinil adhesivo (Color Selector Avery Graphics) Relleno A8002-O, Outline A8090-O

Impresión: relleno Blanco, outline Negro

Señalética: Vinil adhesivo (Color Selector Avery Graphics) A9106-O y A8090-O.

Impresión: Pantone 102 y Negro



La adecuación tipográfica varía según la distancia de la señalética y su campo de visión, pero su tamaño será mayor de 3 cm pero nunca menor de este. La señal que requiera textos largos se estructurara para no ser mayor de cinco palabras. Se selecciono la fuente tipográfica FUTURA, familia MEDIUM por su flexibilidad, está se adapta a cualquier tipo de texto y no contiene adornos o formas rebuscadas que obstruyan la rapidez de la lectura; se utiliza un outline de color oscuro para definir la letra, proporcionando mayor legibilidad y auxiliando en la percepción visual. La interlínea será proporcional a la fuente variando no menos de 2 cm. Mientras que el interletrado no se aumentará manteniendo el tipo de estilo normal.

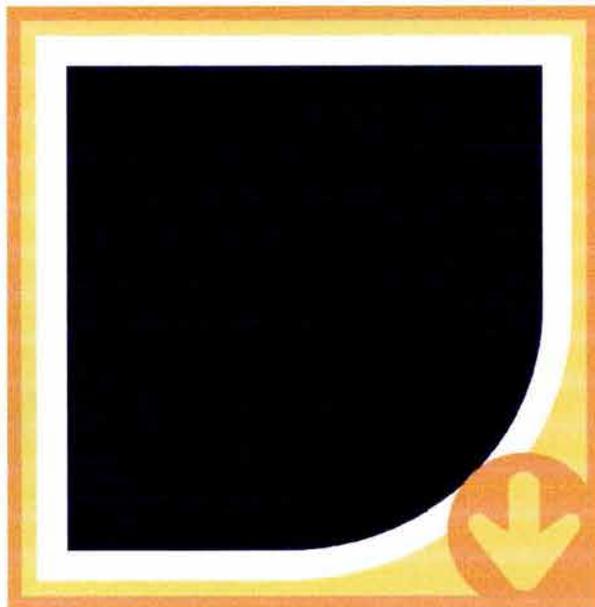
El diseño final se encuentra formado por un rectángulo horizontal con extremos curvos, donde sólo uno de ellos –inferior izquierdo o derecho, dependiendo de la orientación – es recto a 90°. El fondo esta estructurado por líneas diagonales a 135° y 45°, las cuales se unen al centro horizontal creando la dirección de la señal; estas, tiene su origen en las señales viales, comunes en todo cruce o esquina de la ciudad, con la que los niños están familiarizados, pues conocen su significado vial. Los gráficos de la señalética se basan en los colores reglamentados por su información, delineados (envolvente reguladora) por una línea blanca o negra para aislar y enfatizar el elemento, creando un acento visual (índice) de fácil comprensión y significado.

La distribución de los elementos, se ordeno en base a las primicias de facilidad de lectura y visualización total del gráfico; al mismo tiempo la información

se distribuyo para crear la sensación óptica de “indicar” la dirección a la que el visitante debe de seguir para encontrar el servicio o lugar buscado.

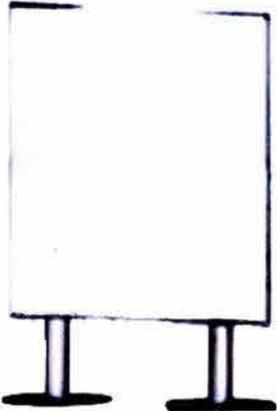
Se contempla una variante en la presentación de señalética para determinados espacios, en donde hay una repetición de la señal; en estos casos, se adosará en una superficie, o se utilizará una estructura para sostenerla. En estas variantes se contempla el uso de un cuadrado de acrílico o aluminio donde se colocará con el diseño de la imagen gráfica; esta variante es sólo en forma de presentación, más no de imagen y conceptos.

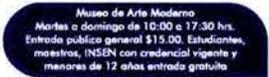
- Informativas

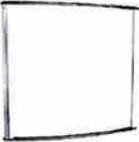


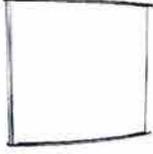
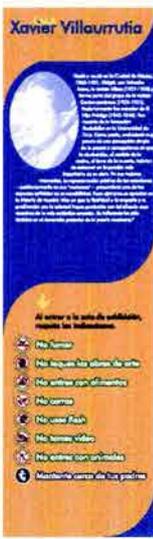
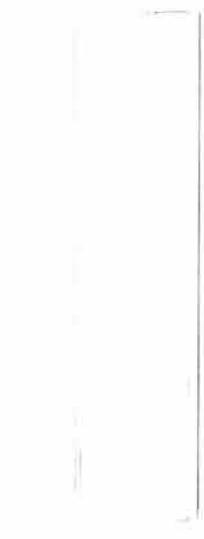
- Prohibitivas de peligro

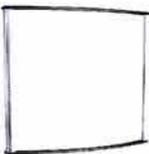
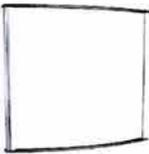
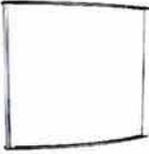


SEÑAL	SOPORTE	TEXTO	ACABADOS	DIMENSIONES
 <p>Museo de Arte Moderno Martes a Domingo de 10 a 17:30 hrs.</p> <p>Estacionamiento Martes a Domingo de 10 a 17 hrs.</p> <p>CONACULTA · INBA</p>		<p>Museo de Arte Moderno Martes a Domingo de 10 a 17:30 hrs. Estacionamiento Martes a Domingo de 10 a 17 hrs.</p> <p>CONACULTA · INBA</p>	<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo, plasta de barniz seco mate de 2 mm.</p>	<p>60 x 120 cm Adosado a puerta de entrada, cara interior</p>
 <p>Entrada</p> <p>Museo de Arte Moderno Martes a Domingo de 10 a 17:30 hrs.</p> <p>Estacionamiento Martes a Domingo de 10 a 17 hrs.</p>		<p>Entrada Museo de Arte Moderno Martes a Domingo de 10 a 17:30 hrs. Estacionamiento Martes a Domingo de 10 a 17 hrs.</p>	<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo, plasta de barniz seco mate de 2 mm.</p>	<p>60 x 120 cm Adosado a puerta de entrada, cara exterior</p>
 <p>Entrada</p> <p>Zona de Seguridad</p> <p>Museo de Arte Moderno Martes a Domingo de 10 a 17:30 hrs.</p> <p>Estacionamiento Martes a Domingo de 10 a 17 hrs. \$15 pesos cada hora</p>		<p>Entrada Zona de Seguridad Museo de Arte Moderno Martes a Domingo de 10 a 17:30 hrs. Estacionamiento Martes a Domingo de 10 a 17 hrs. \$15 pesos cada hora</p>	<p>Soporte de aluminio de doble pedestal 100 x 120. Gráfico en recorte de vinil adhesivo, plasta de barniz seco mate de 2 mm.</p>	<p>100 x 120 cm Doble de doble pedestal</p>
			<p>Gráfico rotulado con pintura de esmalte acrílico.</p>	<p>Círculo de 300 cm de diámetro rotulado en el piso.</p>

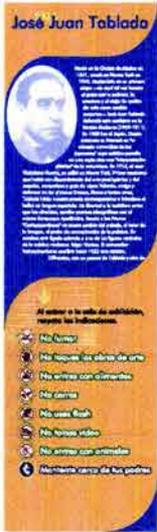
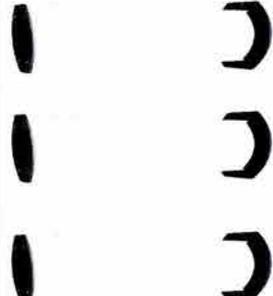
SEÑAL	SOPORTE	TEXTO	ACABADOS	DIMENSIONES
		Taquilla	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo, plasta de barniz seco mate de 2 mm.	30 x 60 cm Adosado
		Taquilla	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo, plasta de barniz seco mate de 2 mm.	10 x 35 cm De bandera
		Paquetería		10 x 35 cm De bandera
		Museo de Arte Moderno Martes a domingo de 10:00 a 17:30 hrs. Entrada público general \$15.00. Estudiantes, maestros, INSEN con credencial vigente y menores de 12 años entrada gratuita.		10 x 35 cm De bandera
		Museo de Arte Moderno, planta alta, planta baja, Sala José Juan Tablada, Sala Xavier Villaurrutia, Sala Carlos Pellicer, Sala Antonieta Rivas Mercado Sala Manuel Álvarez Bravo, Sala Fernando Gamboa, unidad administrativa, dirección, librería, relaciones públicas, educación, investigación, coordinación, diseño, taquilla, estacionamiento, oficinas paquetería, informes, teléfonos, biblioteca, sugerencias, librería, tienda, cafetería, jardín, baños niñas, baños niños, basura, registro, vigilancia, extinguidor, personal autorizado, peligro, zona de seguridad. Al entrar al museo y las salas de exhibición, sigue las indicaciones, no fumar, no toques las obras de arte, no entres con alimentos, no corras, no uses flash, no tomes video, no entres con animales, mantente cerca de tus padres.	Adherido a vidrio. Impresión ink-jet a color estático, plasta de barniz seco mate de 2 mm.	60 x 180 cm c/u Adherible estático de dos caras.
Frente	Vuelta			

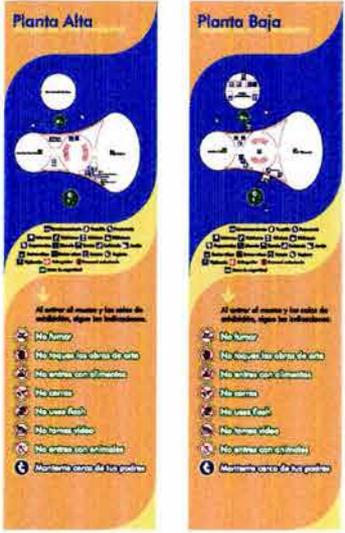
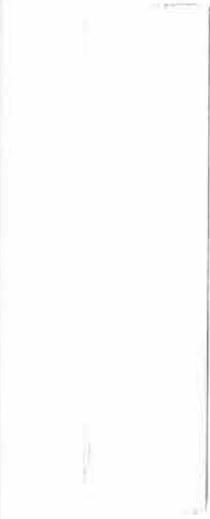
SEÑAL	SOPORTE	TEXTO	ACABADOS	DIMENSIONES
 <p>Planta Baja</p> <p>Planta Alta</p> <p>Frente</p> <p>Vuelta</p>		<p>Museo de Arte Moderno, planta alta, planta baja, Sala José Juan Tablada, Sala Xavier Villaurrutia, Sala Carlos Pellicer, Sala Antonieta Rivas Mercado Sala Manuel Álvarez Bravo, Sala Fernando Gamboa, unidad administrativa, dirección, librería, relaciones públicas, educación, investigación, coordinación, diseño, taquilla, estacionamiento, oficinas, paquetería, informes, teléfonos, biblioteca, sugerencias, librería, tienda, cafetería, jardín, baños niñas, baños niños, basura, registro, vigilancia, extinguidor, personal autorizado, peligro, zona de seguridad. Al entrar al museo y las salas de exhibición, sigue las indicaciones, no fumar, no toques las obras de arte, no entres con alimentos, no corras, no uses flash, no tomes video, no entres con animales, mantente cerca de tus padres.</p>	<p>Adherido a vidrio. Gráfico en impresión ink-jet a color, plasta de barniz seco mate de 2 mm.</p>	<p>60 x 180 cm c/u Adherible estático de dos caras.</p>
		<p>Ruta de evacuación</p>	<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.</p>	<p>10 x 30 cm Adosado</p>
				<p>20 x 20 cm Adosado</p>
		<p>Difusión y Prensa</p>	<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.</p>	<p>10 x 30 cm Adosado</p>
		<p>Vigilancia</p>	<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.</p>	<p>10 x 30 cm Adosado</p>

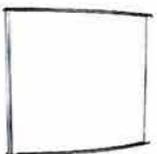
SEÑAL	SOPORTE	TEXTO	ACABADOS	DIMENSIONES
			Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	20 x 20 cm Adosado
		Vigilancia	Soporte de aluminio dos caras. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 35 cm De bandera
		Difusión y Prensa		10 x 35 cm De bandera
		Sugerencias		10 x 35 cm De bandera
		Sala Xavier Villaurrutia Biografía Al entrar a la sala de exhibición, respeta las indicaciones. No fumar No toques las obras de arte No entres con alimentos No corras No uses flash No tomes video Mantente cerca de tus padres	Soporte de aluminio. Gráfico en ink-jet a color o impresión digital de archivo.	60 x 200 cm Adosado

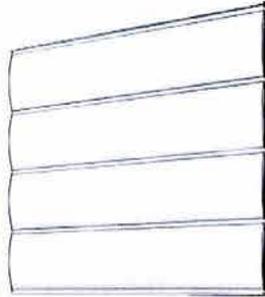
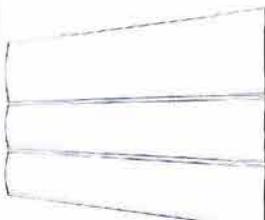
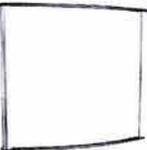
SEÑAL	SOPORTE	TEXTO	ACABADOS	DIMENSIONES
			Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	20 x 20 cm Adosado
			Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	20 x 20 cm Adosado
		Ruta de evacuación	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 30 cm Adosado
		Ruta de evacuación	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 30 cm Adosado
 		Librería	Soporte de aluminio dos caras de 35 x 30 cm. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 35 cm De bandera
 		Informes		10 x 35 cm De bandera
 		Registro		10 x 35 cm De bandera
		Frente		Vuelta
			Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	20 x 20 cm Adosado

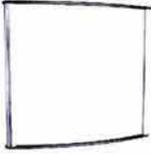
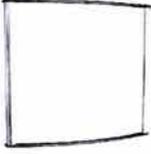
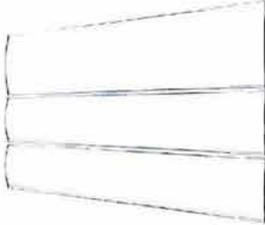
SEÑAL	SOPORTE	TEXTO	ACABADOS	DIMENSIONES
			Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	20 x 20 cm Adosado
		Baños niñas	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 30 cm Adosado
		Baños niños	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 30 cm Adosado
		Teléfonos	Soporte de aluminio dos caras. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 35 cm De bandera
		Baños niñas		10 x 35 cm De bandera
		Baños niños		10 x 35 cm De bandera
		Cafetería Librería		10 x 35 cm De bandera
Frente	Vuelta			
		Tienda de regalos	Soporte de aluminio dos caras. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 35 cm Colgante
		Tienda de regalos	Soporte de aluminio dos caras. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 35 cm Colgante
Frente	Vuelta			

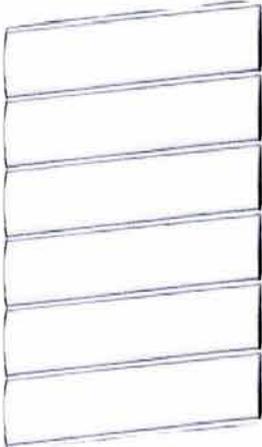
SEÑAL	SOPORTE	TEXTO	ACABADOS	DIMENSIONES
		<p>Sala José Juan tablada Biografía Al entrar a la sala de exhibición, respeta las indicaciones. No fumar No toques las obras de arte No entres con alimentos No corras No uses flash No tomes video Mantente cerca de tus padres</p>	<p>Soporte de aluminio autosoportante. Gráfico en ink-jet a color o impresión digital de archivo.</p>	<p>60 x 180 cm Adosado</p>
 <p>Frente</p>		<p>Librería</p> <p>Informes</p> <p>Registro</p>	<p>Soporte de aluminio dos caras de 35 x 30 cm. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.</p>	<p>10 x 35 cm De bandera</p> <p>10 x 35 cm De bandera</p> <p>10 x 35 cm De bandera</p>
		<p>Librería</p>	<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.</p>	<p>30 x 60 cm Adosado</p>
		<p>Registro</p>	<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.</p>	<p>30 x 60 cm Adosado</p>

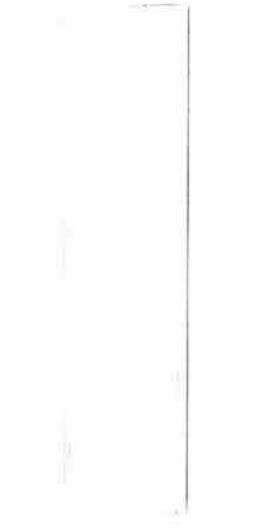
SEÑAL	SOPORTE	TEXTO	ACABADOS	DIMENSIONES
		Informes	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	30 x 60 cm Adosado
		Ruta de evacuación	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 30 cm Adosado
		Informes	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	30 x 60 cm Adosado
		Museo de Arte Moderno, planta alta, planta baja, Sala José Juan Tablada, Sala Xavier Villaurrutia, Sala Carlos Pellicer, Sala Antonieta Rivas Mercado, Sala Manuel Álvarez Bravo, Sala Fernando Gamboa, unidad administrativa, dirección, librería, relaciones públicas, educación y servicios pedagógicos, investigación, coordinación de exposiciones, diseño, taquilla, estacionamiento, oficinas paquetería, informes, teléfonos, biblioteca, sugerencias, librería, tienda, cafetería, jardín, baños niñas, baños niños, basura, registro, vigilancia, extinguidor, personal, autorizado, peligro, zona de seguridad. Al entrar al museo y las salas de exhibición, sigue las indicaciones, no fumar, no toques las obras de arte, no entres con alimentos, no corras, no uses flash, no tomes video, no entres con animales, mantente cerca de tus padres.	Soporte de aluminio. Gráfico en ink-jet a color o impresión digital de archivo.	60 x 180 cm Adosado

SEÑAL	SOPORTE	TEXTO	ACABADOS	DIMENSIONES
			Gráfico rotulado con pintura de esmalte acrílico	Círculo de 300 cm de diámetro rotulo en piso
		Sala José Fernando Gamboa Biografía Al entrar a la sala de exhibición, respeta las indicaciones. No fumar No toques las obras de arte No entres con alimentos No corras No uses flash No tomes video Mantente cerca de tus padres	Soporte de aluminio. Gráfico en ink-jet a color o impresión digital de archivo.	60 x 180 cm Adosado
		Ruta de evacuación	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 30 cm Adosado
			Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	20 x 20 cm Adosado

SEÑAL	SOPORTE	TEXTO	ACABADOS	DIMENSIONES
		Curaduría	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 35 cm Adosado
		Administración		10 x 35 cm Adosado
		Biblioteca		10 x 35 cm Adosado
		Sala de exhibición		10 x 35 cm Adosado
		Curaduría	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 35 cm Adosado
		Baños niñas		10 x 35 cm Adosado
		Baños niños		10 x 35 cm Adosado
			Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	20 x 20 cm Adosado
		Baños niñas	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 30 cm Adosado

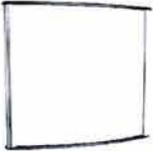
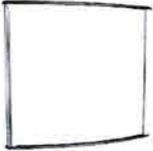
SEÑAL	SOPORTE	TEXTO	ACABADOS	DIMENSIONES
			Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	20 x 20 cm Adosado
		Baños niños	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 30 cm Adosado
			Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	20 x 20 cm Adosado
		Servicios generales	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 30 cm Adosado
		Curaduría	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 30 cm Adosado
		Curaduría	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 35 cm Adosado
		Baños niñas		10 x 35 cm Adosado
		Baños niños		10 x 35 cm Adosado

SEÑAL	SOPORTE	TEXTO	ACABADOS	DIMENSIONES
		Biblioteca	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	30 x 60 cm Adosado
		Ruta de evacuación	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 30 cm Adosado
		Ruta de evacuación	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 30 cm Adosado
		Tienda	Soportes de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 35 cm Adosado
		Relaciones Públicas		10 x 35 cm Adosado
		Educación		10 x 35 cm Adosado
		Investigación		10 x 35 cm Adosado
		Coordinación		10 x 35 cm Adosado
		Diseño		10 x 35 cm Adosado

SEÑAL	SOPORTE	TEXTO	ACABADOS	DIMENSIONES
		Sala de juntas	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 35 cm Adosado
		Dirección	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 35 cm Adosado
		Ruta de evacuación	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 30 cm Adosado
		Sala José Carlos Pellicer Biografía Al entrar a la sala de exhibición, respeta las indicaciones. No fumar No toques las obras de arte No entres con alimentos No corras No uses flash No tomes video Mantente cerca de tus padres	Soporte de aluminio. Gráfico en ink-jet a color o impresión digital de archivo	60 x 180 cm Adosado
		Ruta de evacuación	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	10 x 30 cm Adosado

SEÑAL	SOPORTE	TEXTO	ACABADOS	DIMENSIONES
		<p>Sala Manuel Álvarez Bravo Biografía Al entrar a la sala de exhibición, respetar las indicaciones. No fumar No toques las obras de arte No entres con alimentos No corras No uses flash No tomes video Mantente cerca de tus padres</p>	<p>Soporte de aluminio. Gráfico en ink-jet a color o impresión digital de archivo.</p>	<p>60 x 200 cm Adosado</p>
			<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.</p>	<p>20 x 20 cm Adosado</p>
			<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.</p>	<p>20 x 20 cm Adosado</p>
			<p>Soportes de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.</p>	<p>20 x 20 cm Adosado</p>

SEÑAL	SOPORTE	TEXTO	ACABADOS	DIMENSIONES
		<p>Sala José Antonieta Rivas Mercado Biografía Al entrar a la sala de exhibición, respete las indicaciones. No fumar No toques las obras de arte No entres con alimentos No corras No uses flash No tomes video Mantente cerca de tus padres</p>	<p>Soporte de aluminio. Gráfico en ink-jet a color o impresión digital de archivo.</p>	<p>60 x 180 cm Adosado</p>
		<p>Ruta de evacuación</p>	<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.</p>	<p>10 x 30 cm Adosado</p>
			<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo, más plasta de barniz mate seco de 2 mm</p>	<p>20 x 20 cm Pedestal</p>

SEÑAL	SOPORTE	TEXTO	ACABADOS	DIMENSIONES
			Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	20 x 20 cm Adosado
			Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	20 x 20 cm Adosado
			Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	20 x 20 cm Adosado
			Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo.	20 x 20 cm Adosado
		Jardín, no pisar el jardín, escultura, edificios, caminos, estacionamiento, zona de seguridad.	Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo, más plasta de barniz mate seco de 2 mm	50 x 50 cm Pedestal

SEÑAL	SOPORTE	TEXTO	ACABADOS	DIMENSIONES
		<p>Jardín, no pisar el jardín, escultura, edificios, caminos, estacionamiento, zona de seguridad.</p>	<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo, más placa de barniz mate seco de 2 mm</p>	<p>50 x 50 cm Pedestal</p>
		<p>Jardín, no pisar el jardín, escultura, edificios, caminos, estacionamiento, zona de seguridad.</p>	<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo, más placa de barniz mate seco de 2 mm</p>	<p>50 x 50 cm Pedestal</p>

SEÑAL	SOPORTE	TEXTO	ACABADOS	DIMENSIONES
			<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo, más plasta de barniz mate seco de 2 mm</p>	<p>20 x 20 cm Pedestal</p>
			<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo, más plasta de barniz mate seco de 2 mm</p>	<p>20 x 20 cm Pedestal</p>
			<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo, más plasta de barniz mate seco de 2 mm</p>	<p>20 x 20 cm Pedestal</p>
			<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo, más plasta de barniz mate seco de 2 mm</p>	<p>20 x 20 cm Pedestal</p>

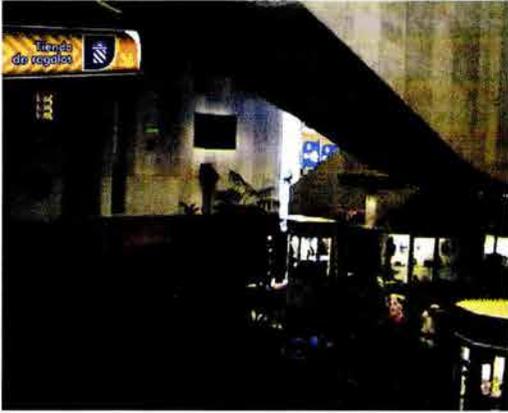
SEÑAL	SOPORTE	TEXTO	ACABADOS	DIMENSIONES
			<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo, más plasta de barniz mate seco de 2 mm</p>	<p>20 x 20 cm c/u Pedestal</p>
			<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo, más plasta de barniz mate seco de 2 mm</p>	<p>20 x 20 cm c/u Pedestal</p>
			<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo, más plasta de barniz mate seco de 2 mm</p>	<p>20 x 20 cm c/u Pedestal</p>

SEÑAL	SOPORTE	TEXTO	ACABADOS	DIMENSIONES
			<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo, más plasta de barniz mate seco de 2 mm</p>	<p>20 x 20 cm Pedestal</p>
			<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo, más plasta de barniz mate seco de 2 mm</p>	<p>20 x 20 cm Pedestal</p>
			<p>Soporte de aluminio. Gráfico en recorte de vinil adhesivo, más plasta de barniz mate seco de 2 mm</p>	<p>20 x 20 cm Pedestal</p>

POSICIONAMIENTO DE SEÑALES EN EL MAM

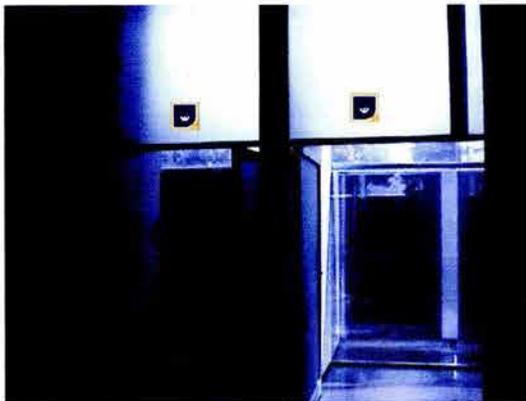
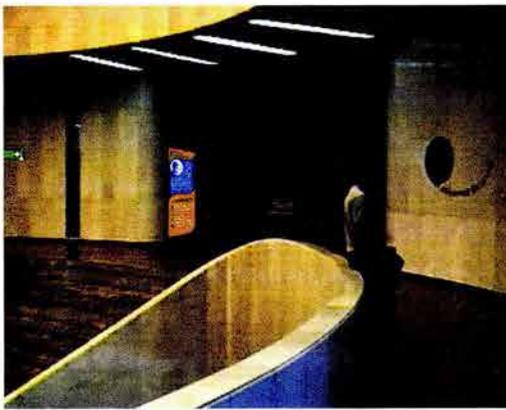
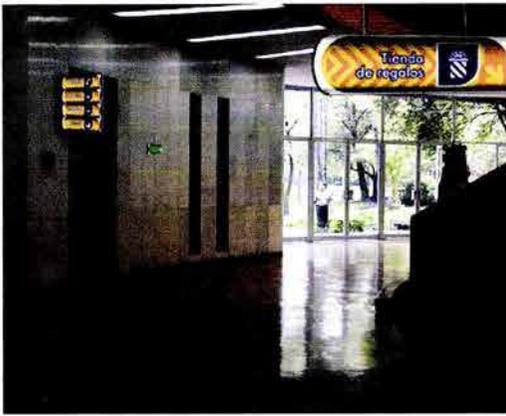






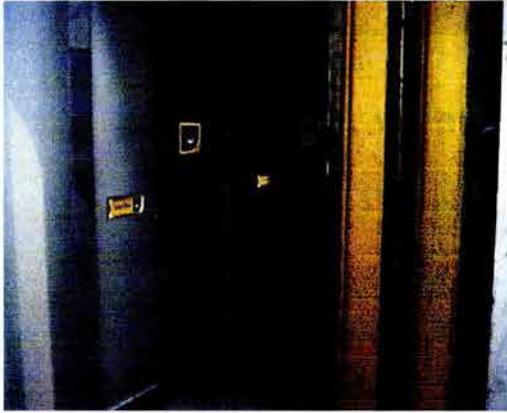
180









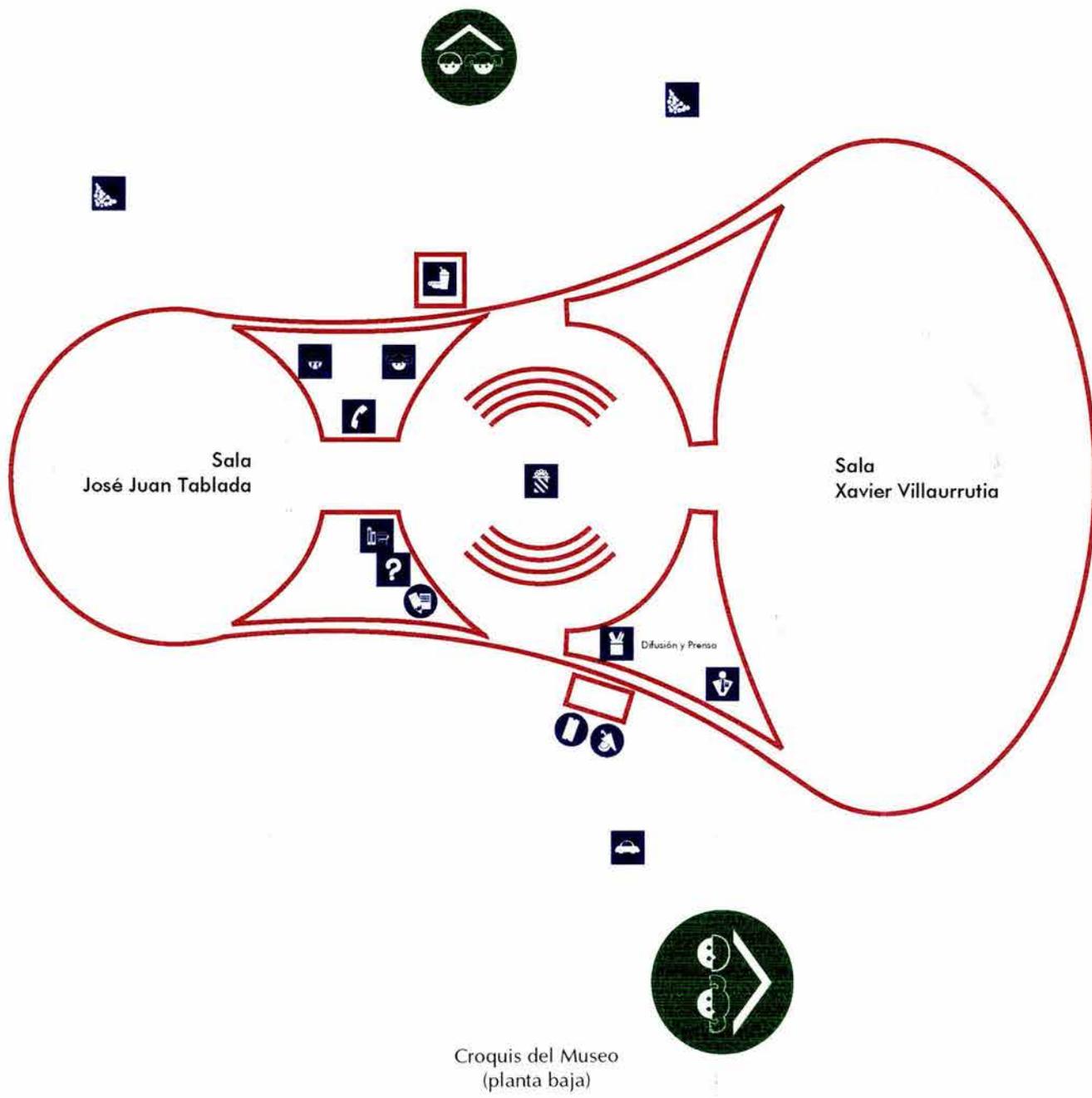
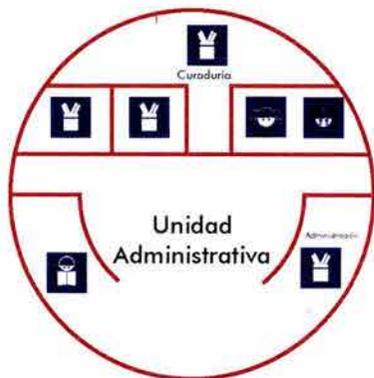


184



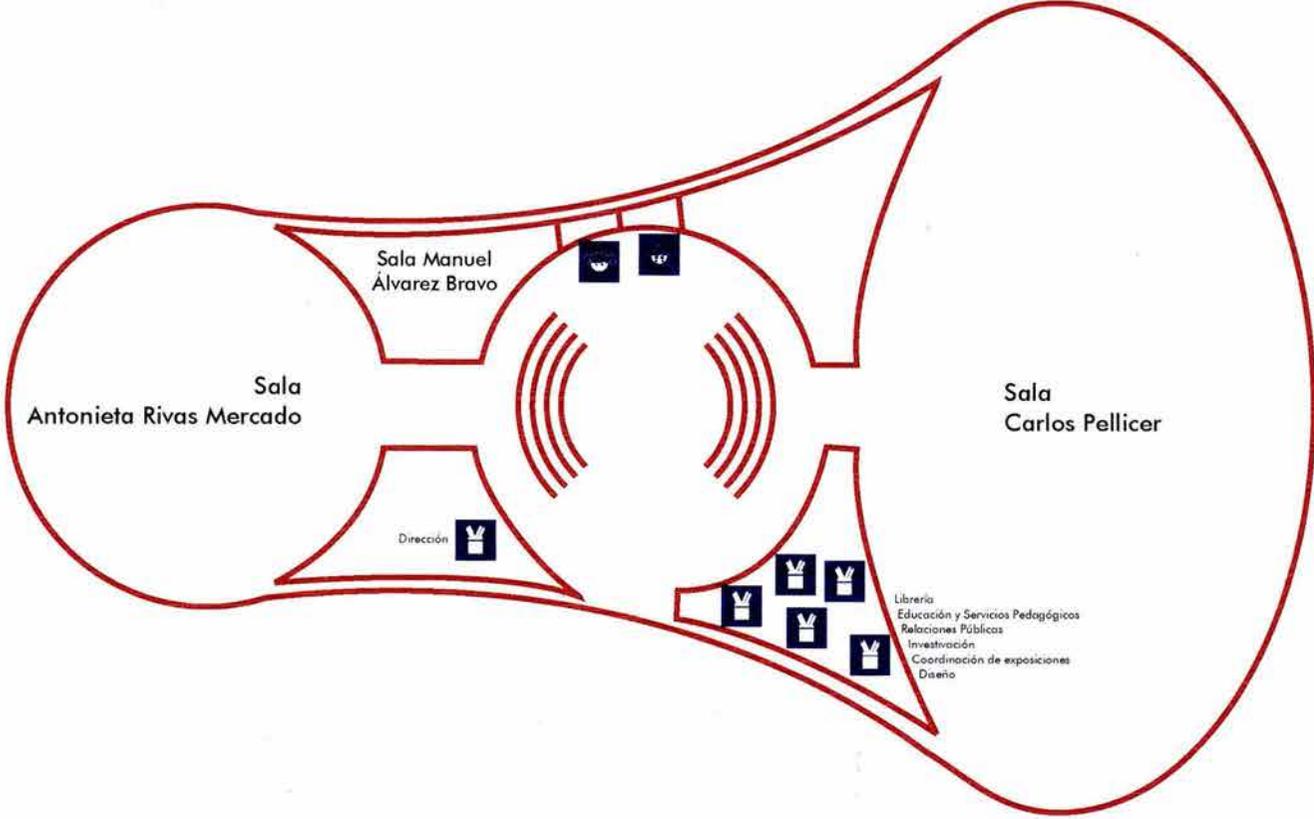








Sala Fernando Gamboa



Sala Antonieta Rivas Mercado

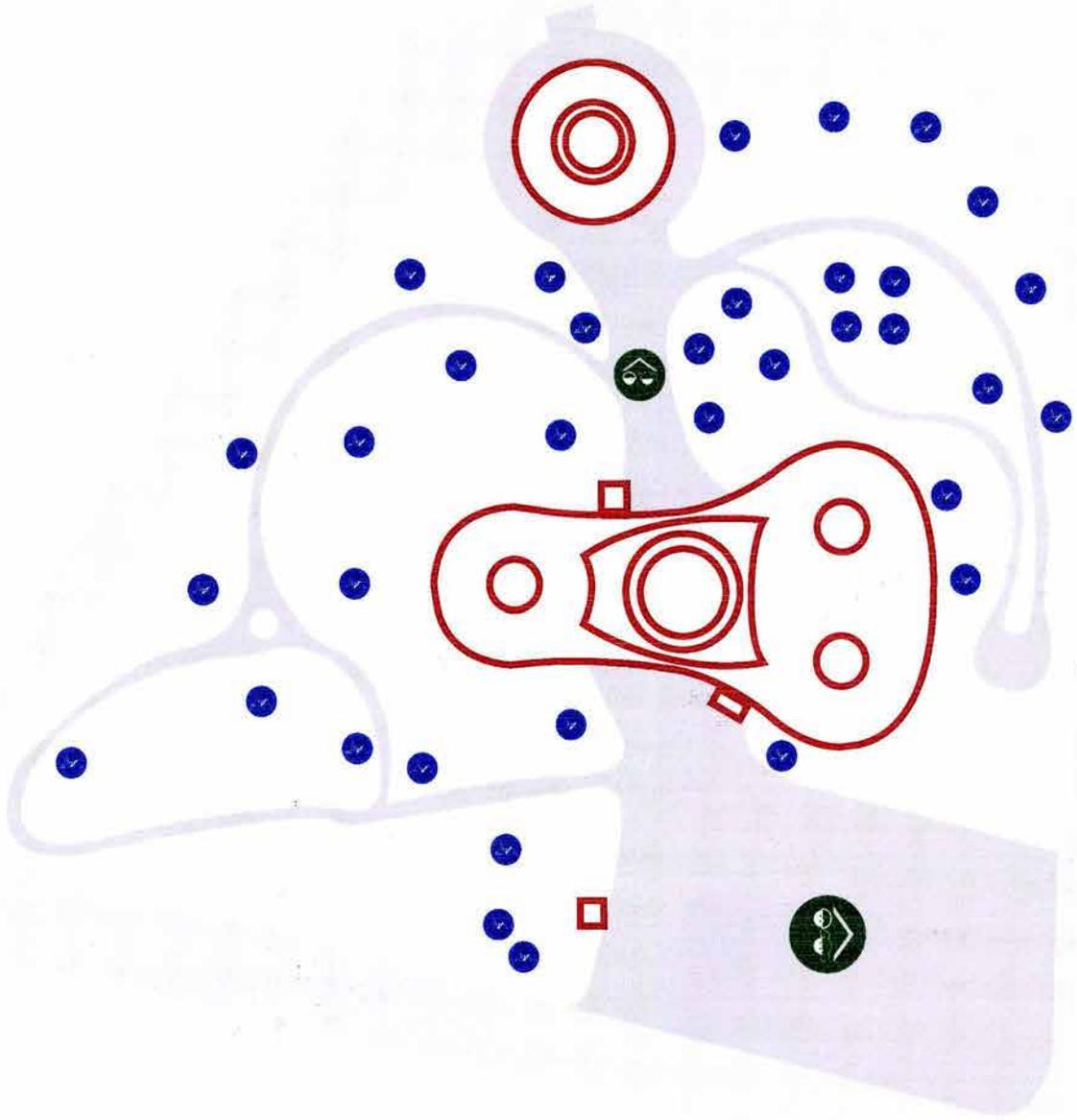
Sala Manuel Álvarez Bravo

Sala Carlos Pellicer

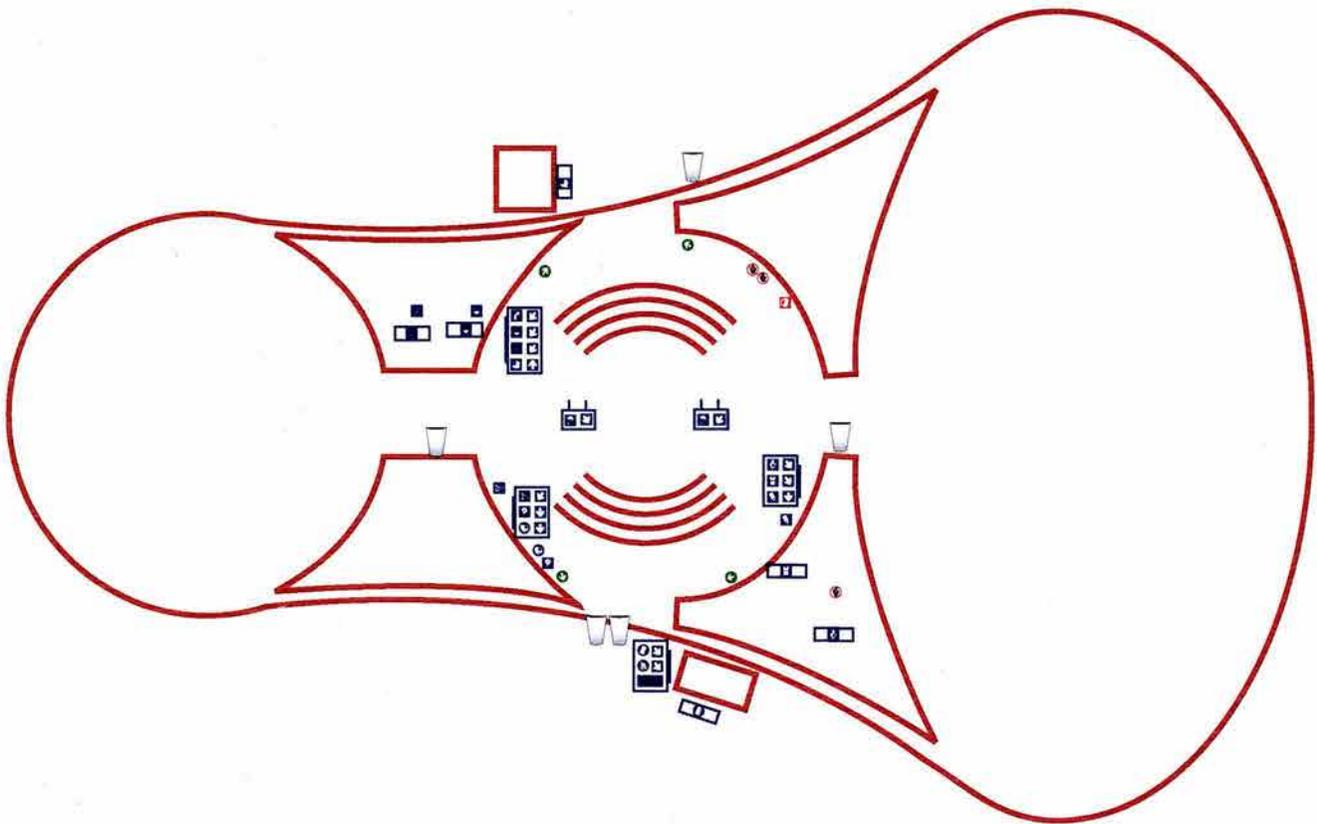
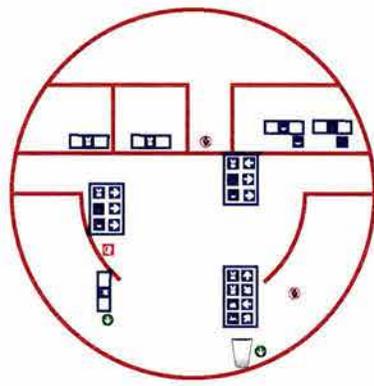
Dirección

Librería
Educación y Servicios Pedagógicos
Relaciones Públicas
Investigación
Coordinación de exposiciones
Diseño

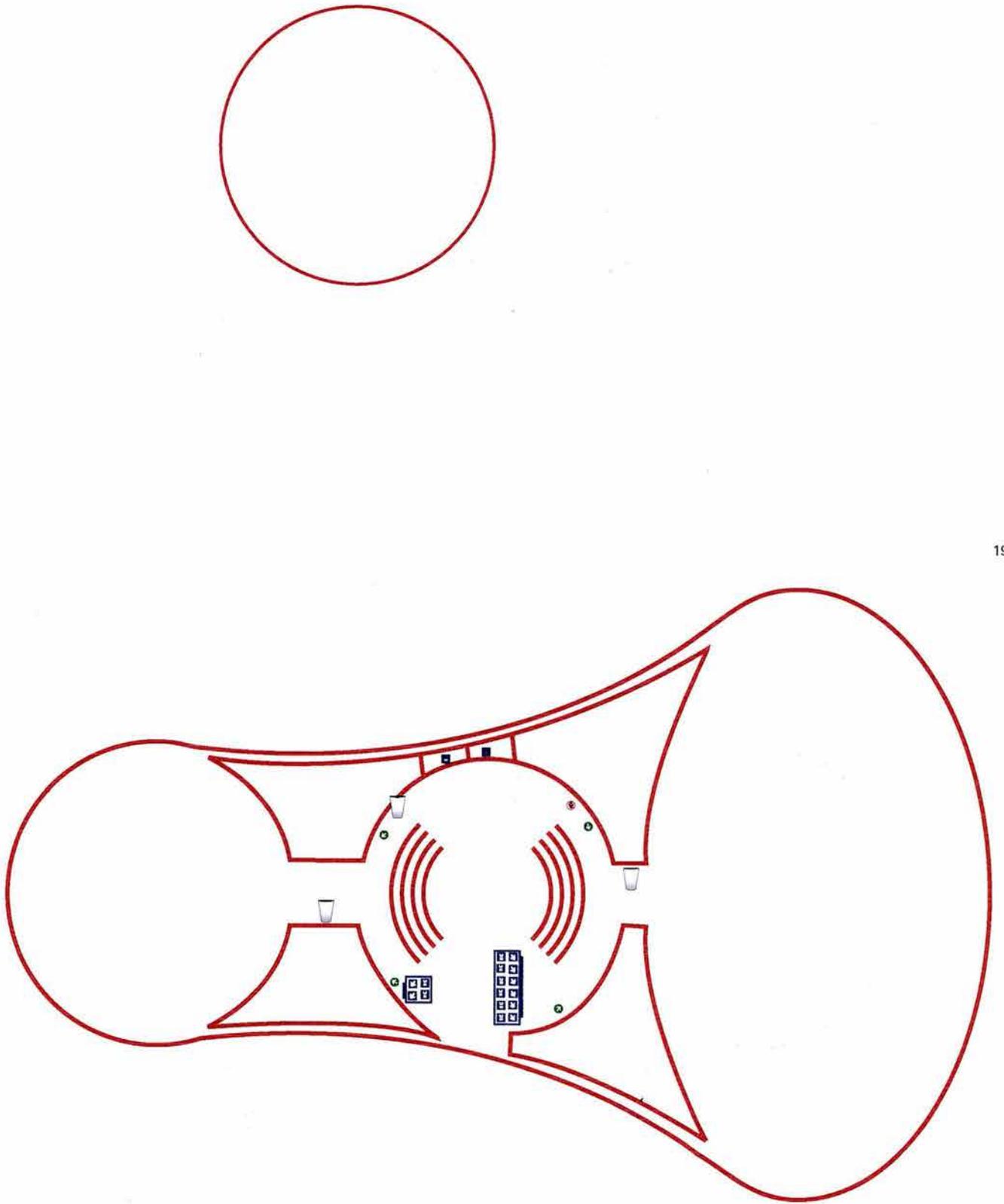
Croquis del Museo
(planta alta)



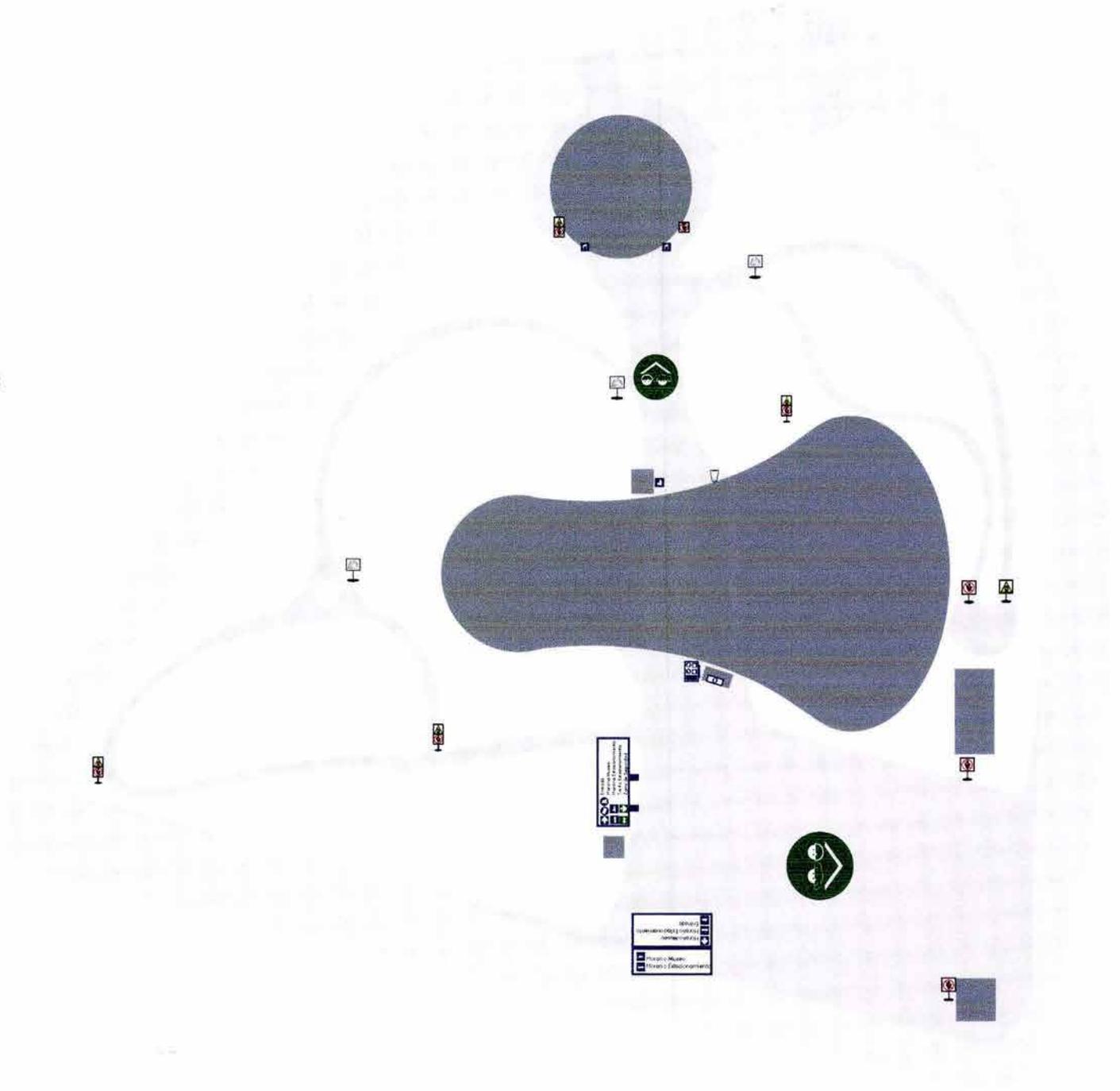
Ubicación de esculturas en el jardín del MAM



Siembra de señales
(planta baja)



Siembra de señales
(planta alta)



Siembra de señales jardín

CONCLUSIONES

Al poner en práctica los conocimientos adquiridos durante los estudios académicos, han dado forma a una de las etapas más importantes e indispensables para mi desarrollo profesional; en el cual, pude enfrentarme a situaciones reales en el uso del diseño, siendo necesario aplicar los conocimientos y fundamentos adquiridos en la enseñanza superior; (licenciatura de Comunicación Gráfica en la Escuela Nacional de Artes Plásticas), para comprender y aprender de los procedimientos, al mismo tiempo que se proponían mejoras. En este proceso la información se iba compilando, contribuyendo a formación de soluciones en problemas prácticos, a la par que ofrecía un panorama sobre el campo cultural proporcionando referencias que pudieran satisfacer el interés, la curiosidad o disipar aquellas dudas que pudieran surgir.

En ésta tesis he desarrollado la creación de un sistema señalético para el MAM, estructurando el tema de tal forma que por si mismo explique la secuencia a recorrer; constituyendo las bases que sustentan el por qué de la misma en los diversos capítulos que la conforman y que incluyen la información requerida en cada etapa del desarrollo.

Al inicio de la investigación, se ubica la causa de la poca existencia de un sistema señalético, en un sitio como es el Museo de Arte Moderno y la relación con su público con mayor afluencia —infantil—. A partir de mi propia experiencia identifiqué las necesidades más urgentes y evidentes, percatandome de que existía un problema especialmente de desorientación, y la más notable en los niños que asisten. El MAM siendo un sitio edificado con un uso definido para el arte, desde su proyecto arquitectónico original, con el paso del tiempo ha ampliado su propuesta museográfica que lo conduce a desarrollar criterios propios de diseño museográfico en las diferentes salas y áreas de exhibición abiertas al público, que las cuales no se encontraban previstas en su diseño original.

Ante este problema se propuso como solución la creación de un sistema señalético, que en conjunto con la identidad gráfica del museo facilitarían la ubicación o identificación de los sitios específicos teniendo como punto de interés a los niños, pero comprensible a todos los usuarios y teniendo presente el lenguaje y la comunicación visual de la señalética del lugar por medio del estudio de la comunicación gráfica en un análisis dentro del espacio del museo, y que de igual forma tenga la oportunidad de crecer de acorde a sus necesidades futuras.

A partir de estos puntos; inicié la investigación que incluye los temas que apoyan el diseño; el lugar donde se ubicará el proyecto, los usuarios y sus necesidades, la señalética y su diferencia con la señalización. El análisis de estas bases, se sustenta en diversos libros, tesis, revistas y publicaciones, así como información obtenida en base a la investigación de campo y del personal que labora en el museo, lo que me sirvió junto con la orientación del profesor Joaquín Rodríguez, a sustentar mi tema y el punto al que deseaba llegar; siendo así, como adopto y adapto el método de Joan Costa, propuesto en su libro: *Señalética*, que muestra atributos y cualidades adecuadas para la realización y creación de los objetivos establecidos desde un principio

de mi proyecto; mostrando paso a paso como se realiza un sistema señalético en una forma sencilla y clara a comparación de otros.

Durante el proceso identifiqué la necesidad de basar la comunicación gráfica y el proceso de comunicación como dos partes que se relacionan entre sí; comprobando como una utiliza a la otra para llevar a cabo sus objetivos y metas, así como las herramientas que utilizan para su funcionamiento formando parte del desarrollo de primer capítulo. Posteriormente dedico dos capítulos al Museo; en el primero se describe como un medio de comunicación, sus clasificaciones, niveles y relación con el hombre; mientras que en el segundo el tema es el MAM, resumiendo su historia, arquitectura, exposiciones, público infantil, proyectos y espacios para ellos. En el cuarto capítulo analizo el comportamiento y desarrollo del niño desde un punto psicológico, mostrando los elementos que ayudaran al análisis de sus intereses, necesidades, atracciones, gustos afines y desenvolvimiento en la sociedad. De igual forma el análisis reveló que los niños tienen una personalidad y gusto más complejo, que abarca tantas ideas en un campo infinito; lo expuesto en este trabajo es sólo la investigación de sus intereses visuales (de los niños) y su relación con el espacio.

Por último, antes de aplicar el método de Joan Costa, realice una investigación basada solo en la señalética, su percepción visual, formatos, materiales, tipografía, color y todo aquello indispensable para su planeación, construcción y comprensión; dando paso a realizar mi propuesta gráfica experimentando con diversas alternativas de diseño que cumplieran con los objetivos propuestos y los requisitos encontrados durante la investigación. Desarrollando así un sistema señalético en base a una propuesta gráfica de señalética adaptada a las necesidades del MAM, y la posibilidad de crecer en un futuro para el desarrollo de señales para discapacitados en ella misma sin la necesidad de tener que sustituir los materiales, la estructura o cambiar los diseños.

Una vez finalizado el proceso se constatan los beneficios en los resultados que dan seguir un método que guié y facilite los pasos partiendo de la necesidad de los usuarios, quienes son el objeto central del diseño; y que a pesar de que el museo es un espacio abierto a todo el público ahora este puede contar con un sistema señalético con una imagen propia, dirigida a los niños pero útil a todo usuario llevándolo a un rápido análisis del sitio o lugar que buscan, en donde la señalética no pretende inyectarse en la memoria, ni condicionar los actos del recorrido, sino servir a los individuos para orientarles en los espacios de acción.

BIBLIOGRAFÍA

- Acha, Juan** *EXPRESIÓN Y APRECIACIÓN ARTÍSTICA, ARTES PLÁSTICAS.*
Ed. Trillas, México, 1993
- Castellanos
Magdalena, Raúl** *CURSO MODERNO DE REDACCIÓN.*
Ed. UNAM, México. 1992
- Costa, Joan** *IMAGEN DIDÁCTICA*
Ed. CAEC, España. 1991
- Costa, Joan** *SEÑALÉTICA, DE LA SEÑALIZACIÓN AL DISEÑO DE PROGRAMAS.*
Ed. GUSTAVO GILI, España. 1996
- Chaves, Norberto** *LA IMAGEN CORPORATIVA. TEORÍA Y METODOLOGÍA DE LA IDENTIFICACIÓN INSTITUCIONAL.*
Ed. CAEC, España. 1991
- Dondis, D.A.** *LA SINTÁXIS DE LA IMAGEN. INTRODUCCIÓN AL ALFABETO VISUAL.*
Ed. Gustavo Gilli, Barcelona. 2000
- De Buen, Jorge** *MANUAL DE DISEÑO EDITORIAL.*
Ed. Santillana, México. 2000
- Del Conde, Teresa** *HISTORIA MÍNIMA DEL ARTE MEXICANO EN EL SIGLO XX.*
Ed. Atame, México. 1994
- Del Conde, Teresa** *MUSEO DE ARTE MODERNO. TRADICIÓN Y VANGUARDIA.*
Ed. Landuci Editores, CONACULTA-INBA, México. 1999
- Diccionario Enciclopédico *EDUCACIÓN ESPECIAL.*
Ed. Santillana, volumen IV, México. 1996
- Enciclopedia *LA COMPOSICIÓN EN LAS ARTES GRÁFICAS. TRATADO TECNOLÓGICO CON PROFUSIÓN DE ILUSTRACIONES Y EJEMPLOS GRÁFICOS.*
Ed. Edebé, Tomo dos, España. 1974
- Enciclopedia *PSICOPEDAGOGÍA, PEDAGOGÍA Y PSICOLOGÍA.*
Ed. Océano, España. 1996
- Fernández,
Luis Alonso** *MUSEOLOGÍA. INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA Y PRÁCTICA DEL MUSEO.* Ed. Itsmo, España. 1993

- Fleming, William** *ARTE, MÚSICA E IDEAS.*
Ed. McGraw-Hill, México. 1996
- Flores, Cecilia** *ERGONOMÍA PARA EL DISEÑO*
Ed. Designio, México. 2001
- Frutiger, Adrian** *ENTORNO A LA TIPOGRAFÍA*
Ed. Gustavo Gili, México. 2001
- Frutiger, Adrian** *SIGNOS, SÍMBOLOS MARCAS Y SEÑALES*
Ed. Gustavo Gili, México. 1981
- García Canclini, Néstor** *CULTURAS HÍBRIDAS, ESTRATEGIAS PARA ENTRAR Y SALIR DE LA MODERNIDAD.*
Ed. Grijalbo, México. 2000
- Givaudan, Martha; Dick, Susan** *YO PAPÁ, YO MAMÁ.*
Ed. Planeta, México. 1995
- Hernández Hernández, Francisca** *EL MUSEO COMO ESPACIO DE COMUNICACIÓN.*
Ed. Trea, España. 1998
- Hooper-greenhill, Elian** *MUSEUM AND GALLERY EDUCATION.*
Ed. Leicester University Press, London-New York. 1994
- Knapp, Mark** *LA COMUNICACIÓN NO VERBAL. EL CUERPO Y EL ENTORNO.*
Ed. Paidós Comunicación, Barcelona. 1988
- Küppers, Harald** *FUNDAMENTO DE LA TEORÍA DE LOS COLORES.*
Ed. Gustavo Gili, Barcelona. 1995
- Lowenfeld, Víctor** *EL NIÑO Y SU ARTE*
Ed. kapelusz, Argentina. 1990
- Lubinskaia** *DESARROLLO PSÍQUICO DEL NIÑO.*
Ed. Grijalbo, México. 1971
- Lundegren, Nils** *ERGONOMÍA, 46 SUMARIOS PREPARADOS POR EL DR. NILS LUNDGREN.*
Ed. Servicio Nacional ARMO, México. 1972
- Martínez, Ofelia; Portillo Ortiz, Gerardo; López Monroy, Manuel** *LA COMUNICACIÓN VISUAL EN MUSEOS Y EXPOSICIONES.*
Ed. UNAM-Margen Rojo, México. 2001

- McLean, Kathleen** *PLANNING FOR PEOPLE IN MUSEUM EXHIBITIONS.*
Ed. University Chicago, Estados Unidos. 1994
- Milles, Roger** *EL MUSEO DEL FUTURO, ALGUNAS PERSPECTIVAS. EL DISCURSO MUSEOGRÁFICO CONTEMPORÁNEO Y ROGER MILLES.*
Ed. UNAM-CONACULTA, México. 1995
- Ortiz, Georgina** *EL SIGNIFICADO DE LOS COLORES.*
Ed. Trillas, México. 1992
- Panero, Julios; Zelnik, Martín** *LAS DIMENSIONES HUMANAS EN LOS ESPACIOS INTERIORES. ESPACIOS ANTROPOMÉTRICOS.*
Ed. Gustavo Gill, México. 2001
- Pastor Homs, María I.** *EL MUSEO Y LA EDUCACIÓN EN LA COMUNIDAD.*
Ed. CEAC, Barcelona. 1992
- Paz, Octavio** *LOS PRIVILEGIOS DE LA VISTA II.*
Ed. Arte de México, México. 1997
- Piaget, Jean** *PSICOLOGÍA DEL NIÑO*
Ed. Morata, España. 1990
- Prieto, Castillo Daniel** *DISEÑO Y COMUNICACIÓN.*
Ed. Coyoacán, México. 1985
- Pérez, Ma. Magdalena, Tamborrel Andrea Margarita** *SISTEMA DE SEÑALIZACIÓN PARA EL WORD TRADE CENTER.*
Ed. UIA, México. 1991
- Sánchez de Horcajo, Abió; Álvarez; Arraztoa; Corchado** *SOCIOLOGÍA DE ARTE.*
Ed. Librerías/ Prodhufi, España. 1997
- Satué; Enric** *EL PAISAJE COMERCIAL DE LA CIUDAD.*
Ed. Paidós, Estética, España-Barcelona. 2001
- Serrano Orozco, María** *DISEÑO DE LA IMAGEN CORPORATIVA PARA LA TIENDA DEL MUSEO DEL NIÑO.*
Ed. UIA, México. 1993
- Valverde Cedillo, Ma. de Lourdes** *DESARROLLO DE UN SISTEMA DE SEÑALIZACIÓN Y SU APLICACIÓN A LA CIA. AMERICAN EXPRESS, SA. DE CV.*
UIA, México. 1992

- Vilchis, Luz del Carmen** *DISEÑO UNIVERSO DE CONOCIMIENTO.*
Ed. Claves latinoamericanas, UNAM, México. 1995
- Vilchis, Luz del Carmen** *METODOLOGÍA DEL DISEÑO. FUNDAMENTOS TEÓRICOS.*
Ed. Claves latinoamericanas, UNAM, México. 1998
- Willberg Hans, Peter; Forssman, Friedrich** *PRIMEROS AUXILIOS EN TIPOGRAFÍA*
Ed. Gustavo Gili, México. 2002
- Witker, B. Rodrigo** *LOS MUSEOS.*
Ed. CONACULTA, México. 2001
- Zavala, Lauro; Silva, Ma. de la Paz; Villaseñor, J. Francisco** *POSIBILIDADES Y LIMITES DE LA COMUNICACIÓN MUSEOGRÁFICA,*
Ed. UNAM, México. 1993
- Autores Varios** *DOCUMENTO INTERNO DE LA SEP PARA EL MANTENIMIENTO DE EDIFICIOS PÚBLICOS.*
Capítulo CONACULTA. México
- EXPOSICIÓN COLECTIVA DE ARTISTAS MEXICANOS. FESTIVAL DE FORMA EN HOMENAJE A FERNANDO GAMBOA (A SUS 50 AÑOS COMO MUSEÓGRAFO Y DIFUSOR DE LA CULTURA).*
UAM, Secretaria General de Desarrollo Social. 1995
- CHARLAS DE PEDRO RAMÍREZ VÁZQUEZ, ESPACIOS MUSEOGRÁFICOS.*
UAM, México, 1996.
- REPORTE ANUAL DE ACTIVIDADES 2001.*
Museo de Arte Moderno, capítulo visitantes, enero-2001
- SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA.*
Historia de los museos de la SEP, México.1992
- MANUAL DE EXPOSICIONES. MUSEO DEL NIÑO.*
Capitulo I, 1997.
- BIBLIOTECA PEDIÁTRICA FAMILIAR: LOS CUIDADOS DEL NIÑO, CONOCE Y COMPRENDE A TU HIJO, DESARROLLO PSICOMOTOR.*
Ed. Siglo Cultural, España. 1997.
- NOM-008-SCFI-2002, Sistema general de unidades de medida, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 27 de noviembre de 2002.

NOM-026-STPS-1998, Colores y señales de seguridad e higiene, e identificación de riesgos por fluidos conducidos en tuberías, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 13 de octubre de 1998.

COORDINACIÓN GENERAL DE PROTECCIÓN CIVIL, DIRECCIÓN GENERAL DE PROTECCIÓN CIVIL.

Señales y Avisos para Protección Civil, colores, formas y símbolos a utilizar. Poder Ejecutivo, Secretaría de Gobernación. Norma Oficial Mexicana NOM-003-SEGOB/2002

Revistas

Revista de la Escuela Nacional de Artes Plásticas No. 17. Museografía contemporánea. UNAM, México.

Revista de la Escuela Nacional de Artes Plásticas No.18. Museografía contemporánea II. UNAM, México.

Internet

www.icom.com
www.arts.history.mx.cnatr.mx
www.seysemexico.com.mx
www.wolkoweb.ar
www.diariooficial.gob.mx

Entrevistas

Joaquín Rodríguez Díaz
J. Alfredo Hidalgo