

00263



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

“ IDENTIDAD Y CULTURA EN LOS MUSEOS DE ARTE EN LA
CIUDAD DE MÉXICO ”

Tesis que para obtener el Grado de Maestra en Artes Visuales

(Grabado)

Presenta

María Patricia Vázquez Langle

Director de Tesis

Dr. Eduardo Antonio Chávez Silva

México, D.F. 2005

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

M: 350296



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**

A mi hija Jimena

INDICE

Introducción	4
CAPITULO I: Antecedentes de los Museos	7
1.1.- Cronología del origen de los museos	11
CAPITULO II: Los Museos de Arte en el D.F.	31
2.1.- Museo de Nacional de San Carlos	36
2.2.- Museo Universitario del Chopo	46
2.3.- Museo de Arte Moderno	54
2.4.- Museo de Arte Contemporáneo Internacional Rufino Tamayo	60
2.5.- Museo de Arte Contemporáneo Carrillo Gil	68
2.6.- Museo Universitario de Ciencias y Arte Campus	77
2.7.- Museo Nacional de Arte	86
CAPITULO III: El Entorno urbano	93
3.1.- Museo Nacional de San Carlos	98
3.2.- Museo Universitario del Chopo	98
3.3.- Museo de Arte Moderno	99
3.4.- Museo de Arte Contemporáneo Rufino Tamayo	100
3.5.- Museo de Arte Contemporáneo Carrillo Gil	101
3.6.- Museo Universitario de Ciencias y Arte	102
3.7.- Museo Nacional de Arte	103
CAPITULO IV: Entrevistas a Directores de los museos y a Diseñadores	
DIRECTORES	
Mtra. Graciela de la Torre	105
Mtra. Roxana Velásquez Martínez del Campo	110
Mtro. Ramiro Martínez Estrada	113
Mtro. Carlos Ashida Cueto	117
Mtra. María Fernanda Matos	123
DISEÑADORES	
Mtro. Vicente Rojo	125
DG. Vicente Rojo Cama	130
Mtro. Luis Almeida	137
CONCLUSIONES	146
BIBLIOGRAFÍA	150

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Roxana Velásquez

Paralelo

FECHA: 21 de octubre 2005

FIRMA: [Firma]

INTRODUCCIÓN

Identidad y Cultura en los Museos de Arte en la Ciudad de México

Objetivos

General

Analizar el papel que se ha asignado al logotipo en los museos de arte de la Ciudad de México, a lo largo de su historia, para el logro de su posicionamiento entre los usuarios y en el ámbito cultural.

Particulares

1. Examinar la conceptualización, comprensión y uso del logotipo en los museos de arte de la Ciudad de México, con base en los manuales de identidad -o aplicaciones- vigentes.
2. Identificar la forma en que los museos de arte de la Ciudad de México, asumen su identidad a partir del uso de sus logotipos en el entorno urbano, como parte de su imagen pública.

Hipótesis

El análisis de la identidad visual permite el rescate de los pasos del diseño y del posicionamiento de la identidad en el ámbito cultural, y favorece la formación de futuros comunicadores visuales.

Introducción

El diseño de las imágenes corporativas, está estrechamente relacionado con la gráfica de entorno, como parte de la comunicación visual, donde son protagonistas la ciudad y los efectos de la comunicación gráfica. Ejemplos de ello encontramos en edificios cubiertos totalmente con anuncios de marcas como NIKE o MOVISTAR, o bien en los paraderos de autobuses con carteles de EUMEX¹; en el ámbito cultural, específicamente en los Museos de Arte, las exposiciones internacionales también son muestra de la imagen gráfico-visual que usa dentro y fuera del recinto, por ejemplo en el caso de Faraón: el culto al sol en el Antiguo Egipto en la galería del Museo de Antropología e Historia.

Lo más importante de una identidad corporativa es transmitir el carácter y la personalidad diferencial o distintiva de una empresa o



Fotos Anuncio Espectacular, Av. Chapultepec y Parabus

¹EUMEX (Equipamientos Urbanos de México), empresa que renta y distribuye los carteles de los parabuses, creando un impacto, por campaña, de 71.000 imágenes en la ciudad.

corporación², mediante el logotipo, logosímbolo o imago tipo, generalmente utilizado en todas las proyecciones, que va desde la papelería oficial hasta la publicidad, en la búsqueda de un lenguaje de diseño integrado al campo gráfico, al digital o al tridimensional, necesario para crear un posicionamiento fácilmente reconocible y con un lenguaje universal, de tal suerte que el diseño corporativo sea más competitivo, algo que en los museos ha sido tomado a la ligera.

La mayor parte de las investigaciones en torno a los museos revisadas, son temáticas: museografía, museología, curaduría o historia; las hay referidas al diseño de logotipos de un museo en particular, pero dejan de lado su imagen y su entorno.



David Hillman, Identidad Corporativa Tate Gallery, 1980-2005



Alan Fletcher, Identidad Corporativa Victoria&Albert Museum, 1988

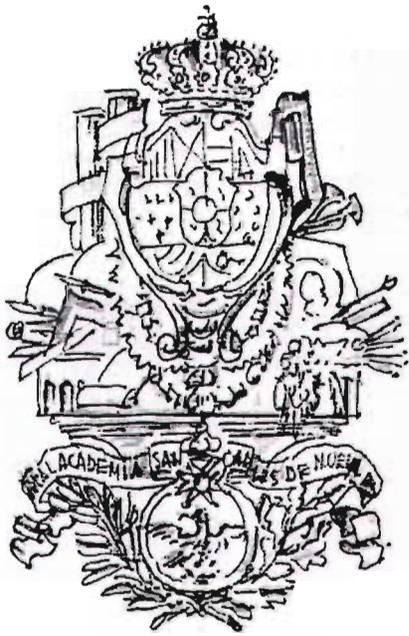
Esta dimensión -la concerniente a la relación entre la imagen de los museos y su entorno urbano- es poco estudiada y divulgada, de ahí que el diseño y el posicionamiento de la imagen de los museos es el objetivo fundamental de la investigación que aquí se presenta, enfocada en el análisis de los procesos de identidad visual por los que han pasado los museos a lo largo de su historia, hasta nuestros días. En este sentido, se ha incorporado un amplio repertorio gráfico que incluye reproducciones de dibujos, cuadros y grabados, logotipos y pendones, y fotografías tanto propias como de archivo, como una guía visual sin la cual no será posible contextualizar apropiadamente los contenidos de cada capítulo.

En el Capítulo I veremos, cronológicamente, el origen de los museos en México en general, y los de Arte en la Ciudad de México en particular. En el Capítulo II se mostrará de dónde, por qué y cómo los museos de arte del estado tienen sus inicios, concretamente el Museo Nacional de San Carlos, Museo Universitario del Chopo, Museo de Arte Moderno, Museo de Arte Contemporáneo Internacional Rufino Tamayo, Museo de Arte Contemporáneo Carrillo Gil, Museo Universitario de Ciencias y Artes Campus y Museo Nacional de Arte. En el Capítulo III se mostrará la importancia del entorno urbano y la presencia de los museos en relación con sus lugares de origen y con el público en general.

Finalmente, se consideró de suma importancia realizar entrevistas a algunos de los directores y directoras de los museos, en tanto protagonistas de la generación de la imagen de los museos, así como sus vínculos con los diseñadores gráficos que las crearón, por lo cual en el Capítulo IV tendremos oportunidad de apreciar las diversas posturas que se han adoptado acerca del tema con el paso de los años, hasta nuestros días. De igual manera se ubica el papel de la Antigua Academia de San Carlos como el primer museo de México³.

²Norberto Chaves, *La imagen Corporativa*, Barcelona, Ed. Gustavo Gill Diseño, 1988, pp16-19

³Fue poseedora de colecciones de escultura, numismática, estampa, pintura, y un fondo de reproducciones de arte europeo. El Museo Nacional de San Carlos y el Museo Nacional de Arte han sido depositarios de este gran acervo.



2

1



ENAP
ESCUELA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
DE ARTES
PLÁSTICAS



3

1 Escudo de la Academia de San Carlos

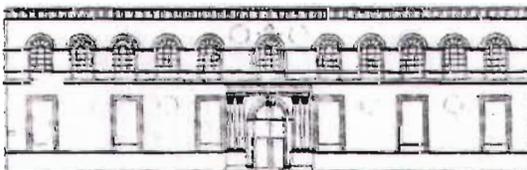
2 Foto Identidad Gráfica de la Academia de San Carlos
 Diseño Miguel Angel Aguilar Aguilera

3 Foto Identidad Gráfica, concurso, alumna Yolanda Ramirez Cabrera, 26 de enero 1999

4

4 Imagen Gráfica de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, Sabino Gainza Kawuano

5 Foto Identidad Gráfica del Museo Academia de San Carlos, Proyecto de Tesis de Esther Cruz Olgún, 2002



MUSEO DE LA ACADEMIA DE
SAN CARLOS

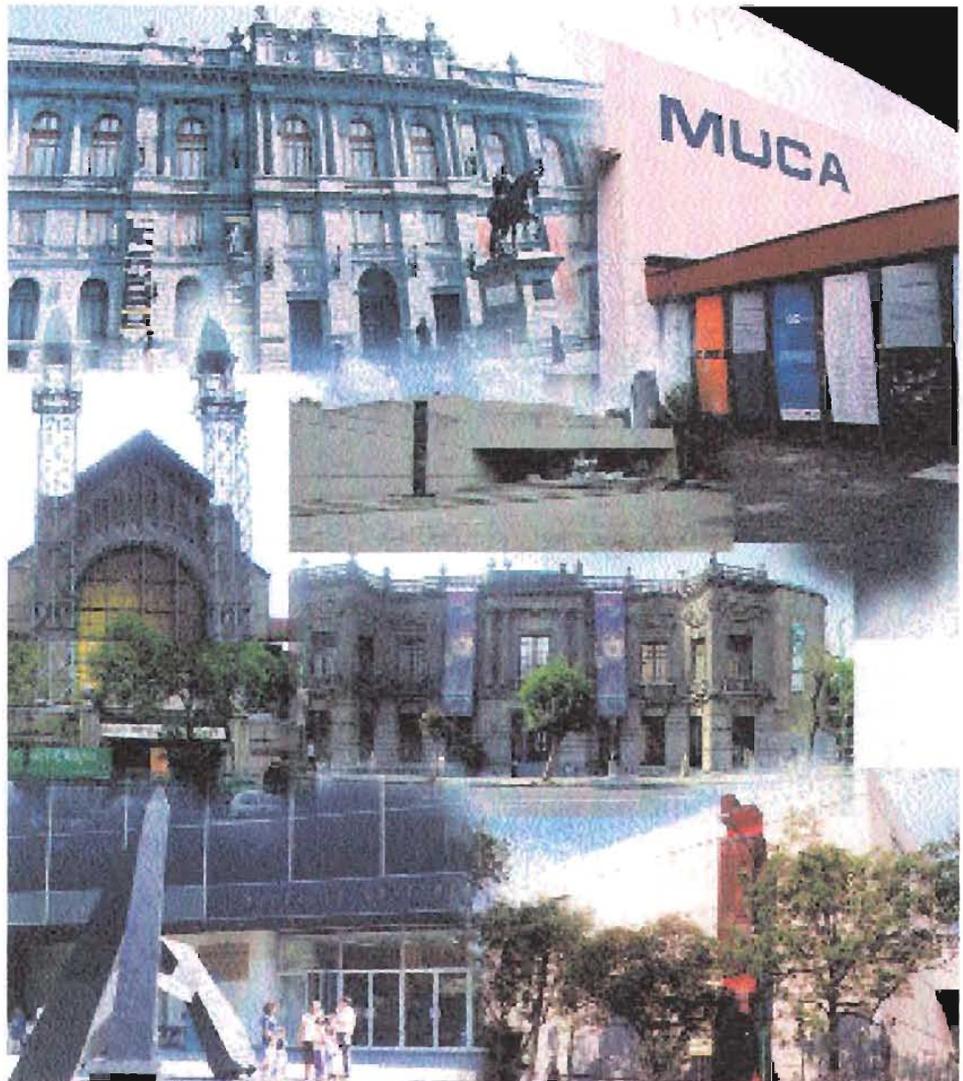
5

6

CAPITULO I

Antecedentes de los Museos en México

El origen de los museos en nuestro país no es precisamente producto del saqueo o adquisición de piezas de otros lugares sino más bien de colecciones particulares y gabinetes novo-hispanos, tales como: el de Don Carlos Sigüenza y Góngora, que contenía códices y crónicas indígenas, instrumentos matemáticos, relojes etc., o la de Lorenzo Boturini, cuya biblioteca se considera la más completa de la época colonial¹; o por qué no, los amoxcalli que era el lugar donde se guardaban los códices, o los jardines botánicos de Moctezuma. El nacimiento de esta institución museal inicia con las colecciones que se reunieron en gabinetes de historia natural y colecciones de arte, esto dio origen a distintos museos: ex Museo del Virreinato, Museo Nacional de Historia, Museo Nacional de Antropología, Museo Nacional de las Culturas y el Museo Nacional de las Intervenciones.



6 Fotomontaje de Museos
Autor Cesar Reyes Chalico

¹Trabulse Elías. Los Manuscritos Perdidos de Sigüenza y Góngora. México, Ed. Colegio de México, 1988, pp. 13

En el libro "Orígenes de la museología mexicana", Luis Gerardo Morales Moreno dice: " De manera predominante los Museos Públicos de México han sido organizados con base en el dirigismo cultural presidencialista sin tomar en cuenta las necesidades educativas y materiales de la población. A pesar de ello, nuestro país cuenta con algunos museos de un excelente nivel técnico, aunque desafortunadamente carecen de una psiohistoria que informe acerca de sus motivaciones: cómo se llegó a tal o cual diseño arquitectónico; qué teorías respaldan la organización de las obras que se exhiben y, más aún, cómo se sustentan pedagógicamente las salas de exhibición. Es decir, carecemos de estudios históricos, diagnósticos, encuestas o análisis museológicos que permitan conocer y discutir los criterios que rigen a numerosas salas de exhibición". Reflexionando en torno a la institucionalización, el primer museo mexicano como se sabe, el Museo Nacional producto de la ilustración borbónica, albergado en las instalaciones de la Universidad, es oficializado por el estado mexicano. El Museo Nacional aporta al imaginario del mexicano reconociéndose como parte de una misma nación, y cuyos objetos y antigüedades se metamorfosearon en símbolos patrios, en una arqueología que nutrió los afanes nacionalistas del momento.

Los museos no solamente exponen objetos, son también instrumentos políticos del estado mediante los cuales crean un modelo de identidad nacional y a través de éste muestran la historia oficial. Desde el inicio de los museos se pueden ver dos vertientes: la de la política sexenal cultural que se reduce a los grupos político-culturales del momento, y la de la instalación de museos con fines recreativos y educativos.



7



8

7 Códice Mendocino, Volumen III, Londres, 1938

8 Zona arqueológica de Tacubaya



MUSEO MEXICANO.

La Comisión Nacional por las Antigüedades Mexicanas se ha levantado en México en todo el mundo después que los honores conferidos de la nación le colocaron en el rango que le corresponde. Alas volas pueden volar como el águila en el cielo, pero el cielo a menudo gobierna de la regularidad por las dignas aspiraciones en el cielo en que parca en nuestro suelo, mostrar las esculturas con otros los marcos entre las Europa, y habiendo concluido el proyecto de formar en la capital de la federación en México en que ocupaba el primer lugar, la tienda en pequeños tiempos, y en siempre amena, toda la apreciable colección que expone al público en la biblioteca, es un estado, con multitud de complacencia que toda clase de personas.

Los encargados de su custodia, desde en adelante que se generalicen más, y que los otros miembros y comisiones desearán por medio de sus correspondientes las personas a como que visitado, y en consecuencia han resuelto darlo a luz en estampa litográfica, grabado por Mr. Federico Walden, e impreso por Mr. Bolero, mandando el primero a las imprentas existentes en los departamentos del Museo, las de aquellas piezas que concierne por el mismo, y las notas complementarias de los monumentos relacionados con las alteraciones y modificaciones.

Se están en este momento haciendo una de las esculturas, una de las últimas, la forma de las pirámides, y la forma de las pinturas históricas, agregando por separado las notas respectivas que se encuentran en el establecimiento, desde que desde algún tiempo se han en un estado de tres partes diferentes, que se entregará a grabarse las esculturas en México hasta tanto que las verificaciones formen un multiplico de número que facilitó las tareas. Como el objeto que los editores se proponen no es la ganancia, sino la distribución, las personas para condonar la empresa, el número de sus ejemplares, y en una vez pronto indispensable. México 24 de agosto de 1857. —Federico Walden.



11 Primera publicación del Museo Nacional. 1827. Col. Biblioteca del Museo Nacional de Antropología

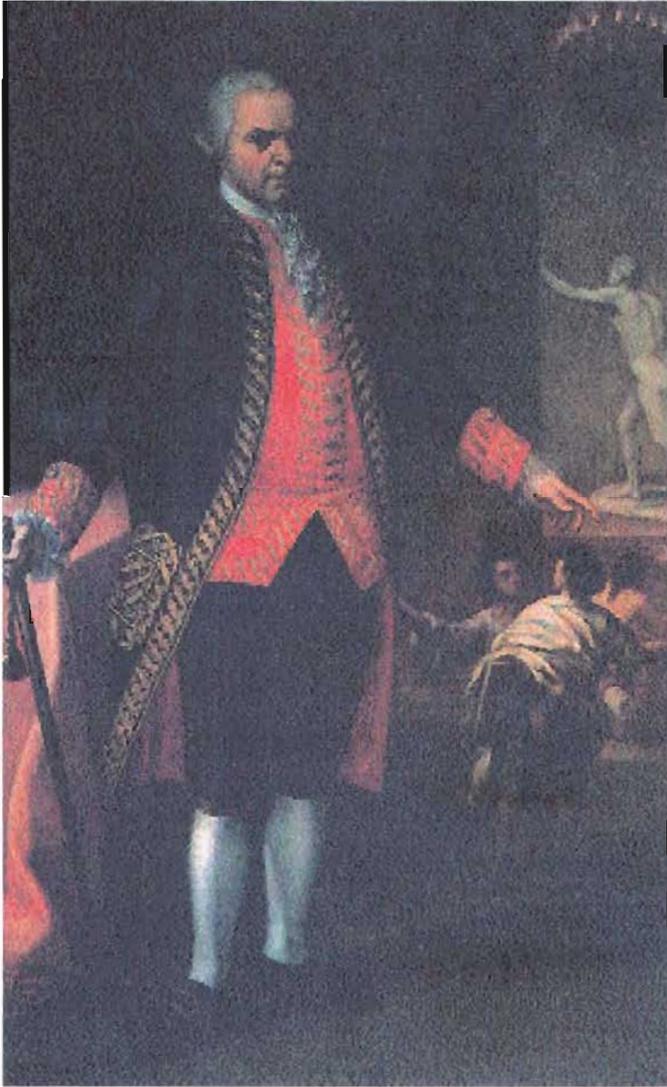
12 Museo Nacional de Historia, Castillo de Chapultepec

1.1.- Cronología del origen de los museos

Los informes de los orígenes de los museos en nuestro país datan desde el siglo XVIII. Miguel Ángel Fernández en su libro " Historia de los Museos en México ", nos dice: " El resplandor de las ideas heredado por el Siglo de las Luces hará del ochocientos una centuria rica en transformaciones políticas, científico-tecnológicas y artísticas, así como en movimientos expansionistas por parte de naciones europeas, todo lo cual incidirá importantemente en la evolución de la idea de museo público y, más aún, el de las galerías nacionales, inmediata modalidad de aquél". El establecimiento de museos nacionales comenzó por el legado de colecciones reales y el de personas de clase acomodada, que por voluntad expresa donaron sus colecciones formando en algunos casos la herencia cultural y en otros engrosando los patrimonios artístico-culturales de sus respectivos países. En México el coleccionismo es una característica de la Nueva España, el patrimonio artístico de la Academia de San Carlos, la entrega de Boturini por las piezas y documentos reunidos en su museo histórico indiano son, hoy por hoy, el inicio de los museos en nuestro país.



13 Visitador José de Galvez,
Ministro de Indias. Oleo, Autor
Anónimo, Siglo XIX



14.



15

14 Virrey Matías de Gálvez,
defensor de las artes.
Óleo, autor Anónimo, Siglo XVIII

15 Antigüedades Mexicanas,
que existen en el Museo
Nacional de México, 1857



16

16 Gazeta de México, 27 de abril de 1790, anuncia el Gabinete de Historia Natural en la calle de Plateros, Col. Biblioteca del Museo Nacional de Antropología, pag.68/69



17

17 Grabado Escuela Nacional de Bellas Artes, Antiguo Hospital del Amor de Dios México Pintoresco Artístico y Monumental de Manuel Rivera Cambas



18 Foto Taller de Pintura y regaderas en la Academia de San Carlos Archivo Historico de la UNAM, CESU



18

19 Foto Taller de Escultura en la Academia de San Carlos Archivo Historico de la UNAM, CESU



19

1781 Se realizan las primeras adquisiciones de reproducciones de arte europeo, dando inicio a la colección de la Academia de San Carlos.



20



21

El origen del coleccionismo en México, con la clasificación de códices indígenas de Sigüenza y Góngora, y el trabajo realizado por Lorenzo Boturini. Exhortación de Clavijero para fundar un Museo Mexicano.

22



22 Murguía y Luis Garcés.
Litografía, Siglo XIX

23 Lorenzo Boturini Benaduci
Grabado, Autor F. Mathias de
Itala, 1746

23



15

1790 Se crea el Museo de Historia Natural en la calle de Plateros.



24

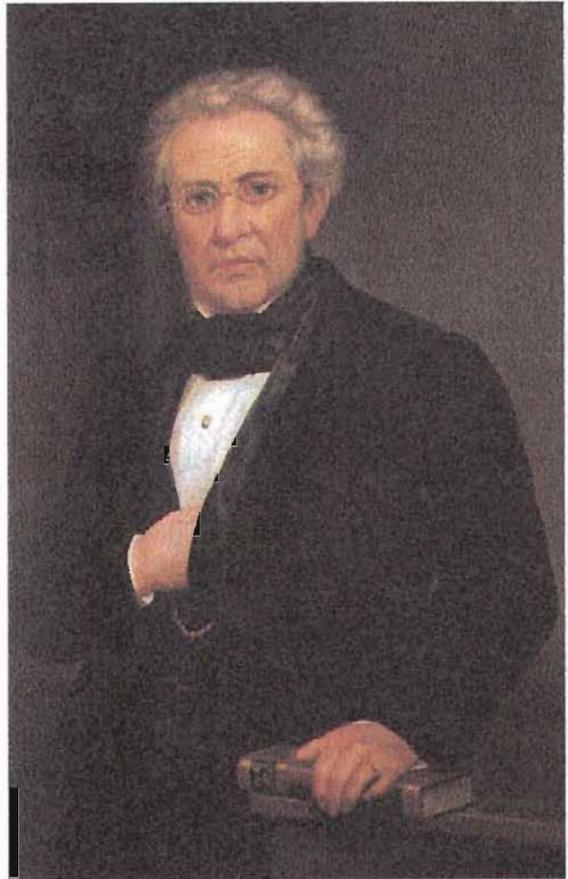
1825 Guadalupe Victoria ordena la reglamentación para el Museo Nacional a Lucas Alaman, conocido como el fundador del museo mexicano



25

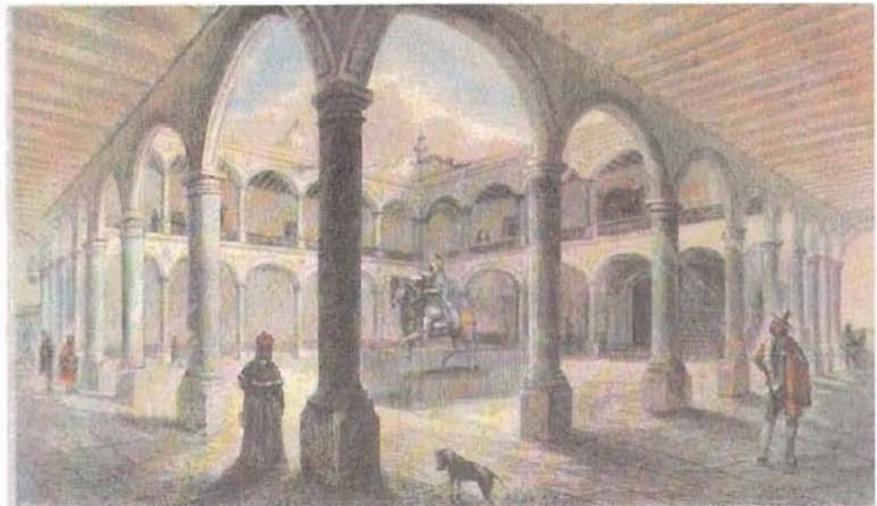
24 Antigua calle de Plateros.
Foto Archivo Casasola

25 Guadalupe Victoria, Oleo.
Autor Anónimo. 1825. Col. Museo
Nacional de Historia.



26

1826 La Universidad cede espacio para albergar el museo, nombrando al presbítero Isidro Icaza, quien realiza el reglamento del "Museo Nacional Mexicano".



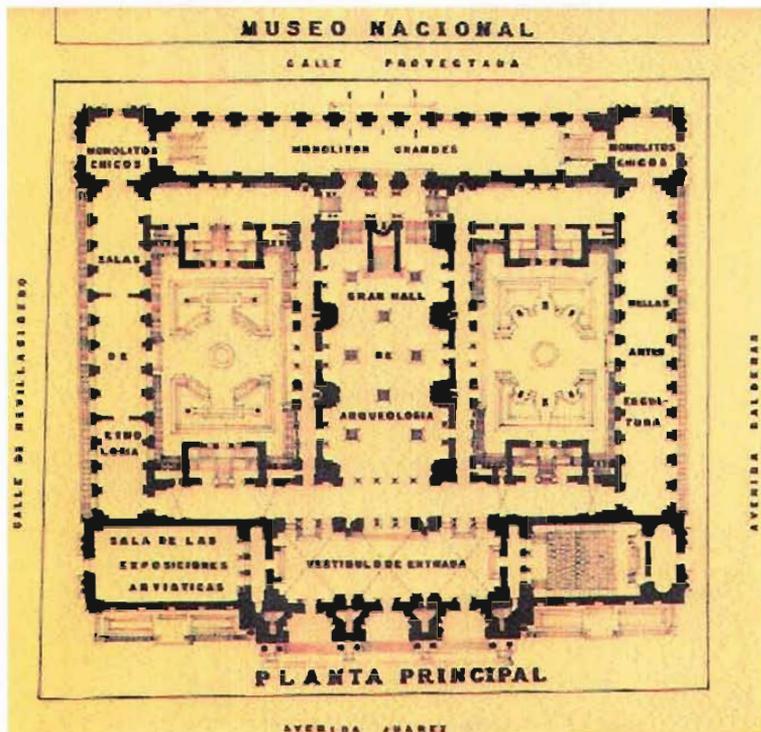
26 Lucas Alamán, Oleo,
Autor Anónimo, Siglo XIX

27 Patio de la Universidad, Oleo
Autor: Pedro Gualdi, Siglo XIX

17

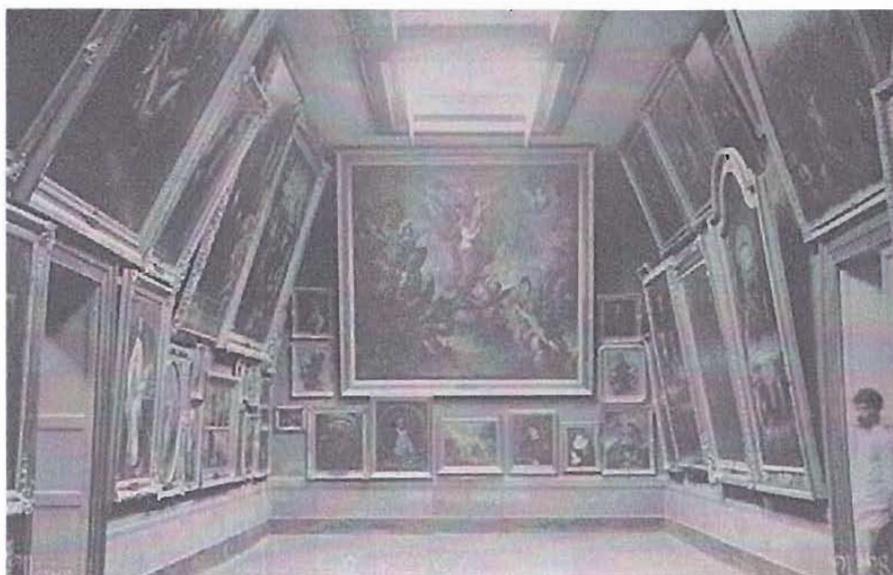
27

1831 Decretó el Congreso Nacional la fundación del Museo Nacional Mexicano, es un hecho cultural aprobado por la ley.



28

1848 En la Academia de San Carlos se exhibe pintura europea



28 Proyecto de Edificio para el Museo Nacional, del Arquitecto Michel D'Agne, 1910

29 Galería de la Academia de San Carlos, Foto Archivo Casasola

289

1865 Maximiliano establece en el Palacio Nacional un Museo de Historia Natural, Arqueología e Historia.



30

31



30 Foto de Palacio Nacional.
1846, Archivo Casasola

31 Museo Nacional, Foto
Archivo Casasola

1866 El Museo se establece en la antigua Casa de Moneda. El Museo Nacional se convierte en Institución.

1867 El Museo Nacional deviene en una institución dedicada a conservar, clasificar y catalogar las colecciones de su patrimonio, aprovechadas como instrumento de análisis e investigación científicas.



32

1906 Se inaugura el Museo de Geología, primer museo con edificio construido exprofeso en la Ciudad de México de estilo Art Nouveau.



33

32 Sala de Monolitos, Museo Nacional, Foto Archivo Casasola

33 Museo de Geología, UNAM

34



34-35 Salas del Museo de Geología UNAM

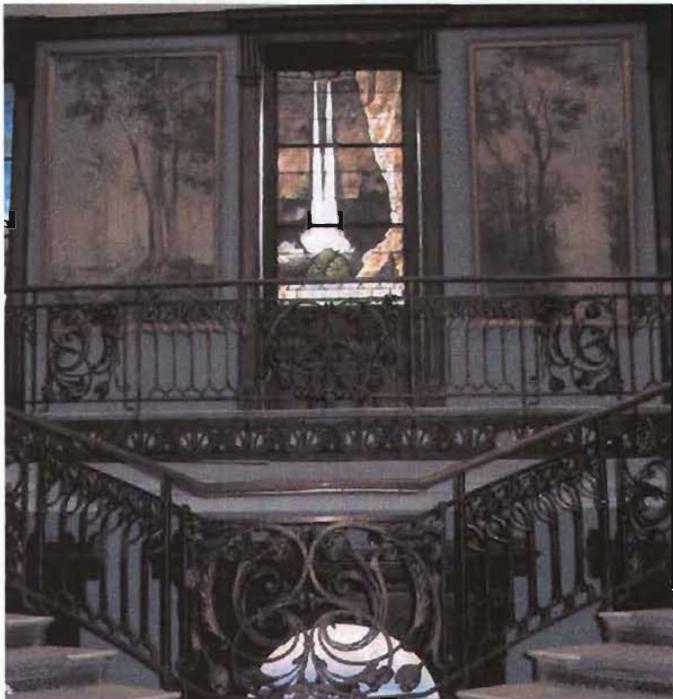
35



21



36



37

1911 Se exhibe en la Academia de San Carlos la primera exposición de artistas mexicanos.



38

39



38-39 Patio de la Academia de San Carlos Foto Archivo Casasola

1913 Se inaugura el Museo de Historia Natural en su nueva sede en las calles del Chopo, desprendiéndose del Museo Nacional de Arqueología, Historia y Etnografía.

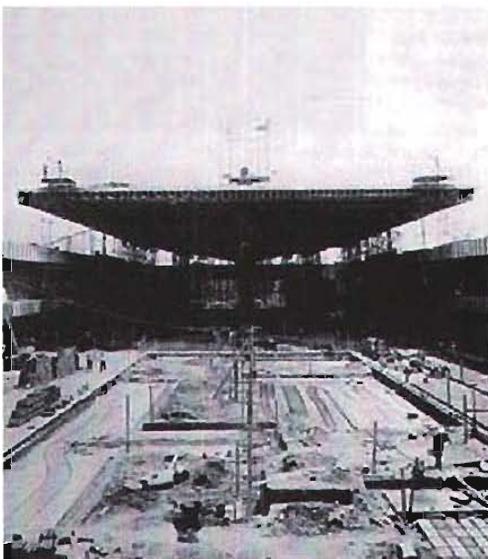


40



41

1964 Se crean varios museos en la capital de la república y otros en el interior del país. Entre los que destacan: el Museo Nacional de Antropología e Historia, el Museo de Arte Moderno, la Galería de Historia y el Museo Nacional del Virreinato.



42



43

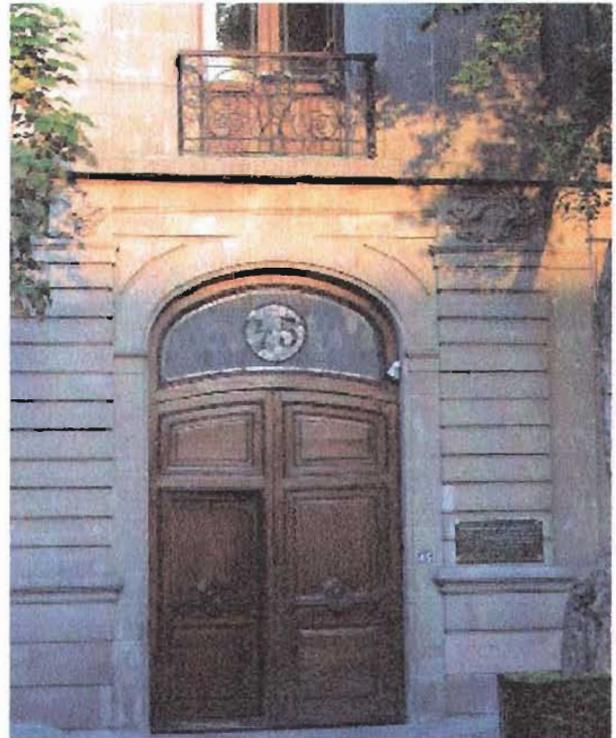
40 Placa del Museo Nacional de Historia Natural, 1913

41 Museo Nacional de Historia Natural, Chopo

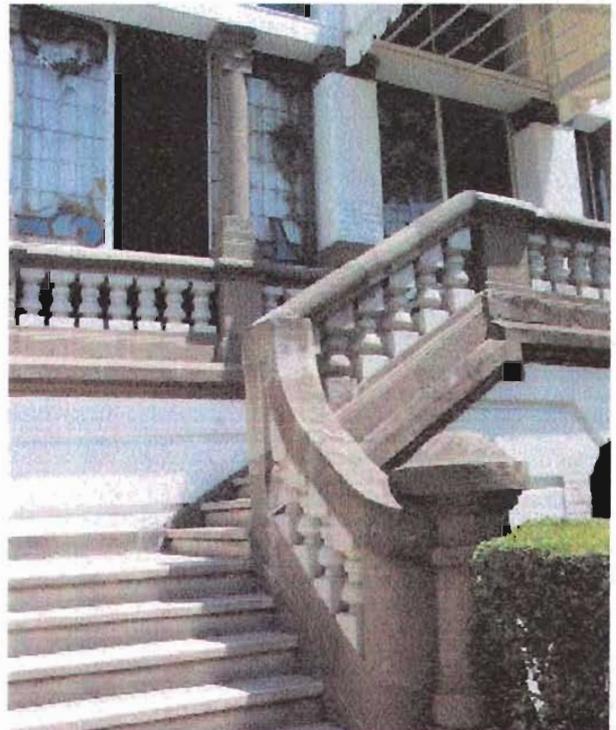
42 Construcción del Museo de Antropología e Historia

43 Boceto Museo de Arte Moderno

1970 Se crea la Dirección de Museos del Instituto Nacional de Antropología e Historia.



44



45

44 Dirección General de Antropología e Historia Foto, Fachada

45 Dirección General de Exposiciones y Museos de Antropología e Historia Foto, Fachada

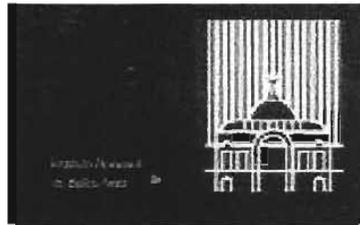


46



47

PALACIO DE
BELLAS ARTES



48

49



46 Palacio de Bellas Artes

47 Logotipo del Museo del
Palacio de Bellas Artes

48 Logotipo del Museo del
Palacio de Bellas Artes
Diseño Printt Diseñadores S.C.

49 Palacio de Bellas Artes

1980 El Instituto Nacional de Bellas Artes, propicia la creación de pinacotecas, galerías y museos.

La UNAM, inaugura importantes museos, UNIVERSUM, La Luz, Antiguo Colegio de San Ildefonso en la década de los noventas.

50



50 Foto Entrada a la Dirección General de Artes Plásticas por la Facultad de Arquitectura

51 Dirección General de Artes Plásticas



51



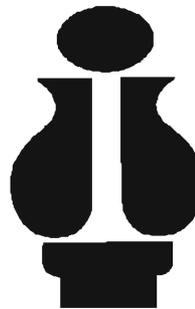
52



53



54



55

52 Museo de la Luz UNAM

53 Museo Ecológico Vivo UNAM

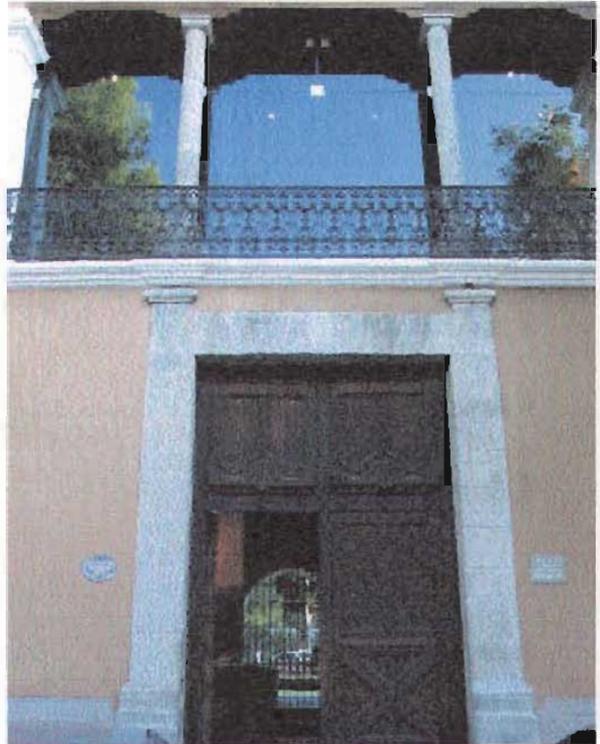
54 Logotipo del Museo de Ciencias UNAM

55 Logotipo del Antigua Colegiata de San Ildefonso Diseño Vicente Rojo

56 Antigua Colegiata de San Ildefonso, UNAM

56

1990 Surge el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, órgano rector de los museos y cuya imagen es diseñada por Luis Almeida.



57



58

57 Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Foto Fachada

58 Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Foto Interior



59



60

30

59 Fomento Nacional para la Cultura y las Artes. Diseño Luis Almeida

60 Fomento Nacional para la Cultura y las Artes

CAPITULO II

Los Museos de Arte en el D.F.

En esta búsqueda de los orígenes encontramos que el primer planteamiento de la necesidad de que en nuestro país se cree un museo de arte se debe a la comunidad artístico plástica, ue una de las primeras si no la primera en hacer un llamado a los artistas mexicanos para que donaran parte de su obra, como lo muestra la primer revista de arte en México.

La Revista Forma estaba dedicada a las Artes Plásticas, Pintura, Grabado, Escultura, Arquitectura y Expresiones populares, y su director fue Gabriel Fernández Ledesma; en un artículo publicado por él en el No.3, escribió: "Nadie podrá negar la importancia de nuestro proyecto, que responde a necesidades sociales muy urgentes, prueba de ello es que la formación del Museo de Arte Moderno Americano comienza a ser un hecho".

La invitación de "FORMA" a los artistas mexicanos, para que contribuyan a la fundación del museo, cediendo algunos de sus trabajos, ha sido recibida con entusiasmo, habiendo respondido a nuestra iniciativa con la donación de algunas que en este número publicamos.

"Damos a conocer al público las colecciones que tratamos de formar:

- 1.- Pintura Moderna Mexicana
- 2.- Escultura Moderna Mexicana
- 3.- Grabado (madera, metal, aguafuerte)
- 4.- Ilustradores
- 5.- Dibujantes
- 6.- Arquitectura (fotografías, proyectos, maquetas)
- 7.- Pintura Popular (fotografías, retablos religiosos)
- 8.- Lote de Juguetes Mexicanos
- 9.- Obras de Herreros, Tejedores y Alfareros
- 10.- Artes Menores
- 11.- Colección de las Escuelas al Aire Libre
- 12.- Sección de Niños "

Forma

invita a todos los artistas de México a que cedan una o dos de sus mejores obras para fundar el

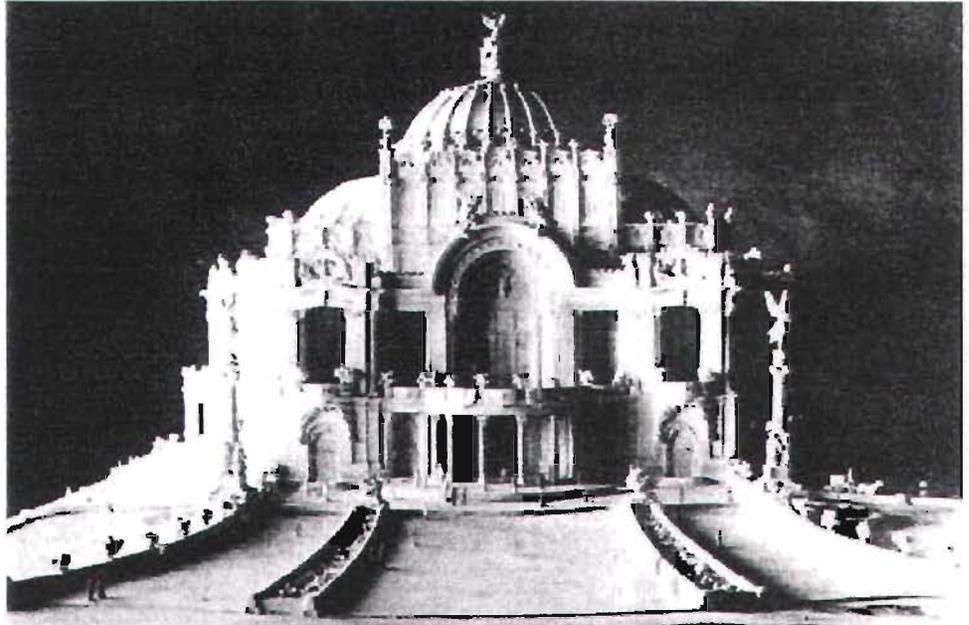
MUSEO DE ARTE MODERNO AMERICANO



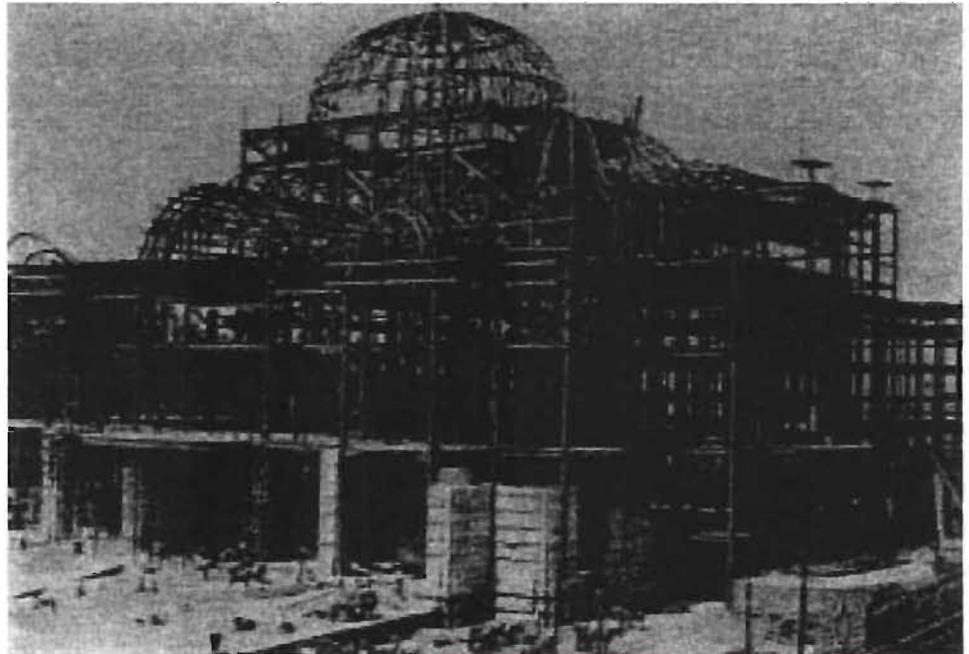
En nuestro próximo número daremos a conocer los nombres y las obras de los contribuyentes, así como el jurado de admisión.

Es el primer registro que se tiene de la idea de un Museo de Arte. Posteriormente, el Presidente Abelardo L. Rodríguez inaugura el Palacio de Bellas Artes con el Museo de Artes Populares, las Galerías de Pintura, el Museo de Artes Plásticas, el Museo del Libro, los salones de Escultura Antigua Mexicana y de Estampa Mexicana distribuidas en los distintos pisos del palacio.

La creación del Instituto Nacional de Bellas Artes en 1947, por el entonces Presidente Miguel Alemán Valdés, abrió las puertas del Museo Nacional de Artes Plásticas en lo que fue denominado Museo del Palacio de Bellas Artes.



61



61 Maqueta del Palacio de Bellas Artes

62 Construcción del Palacio de Bellas Artes

62



63

INSTITUTO NACIONAL DE BELLAS ARTES

INAUGURACION DEL

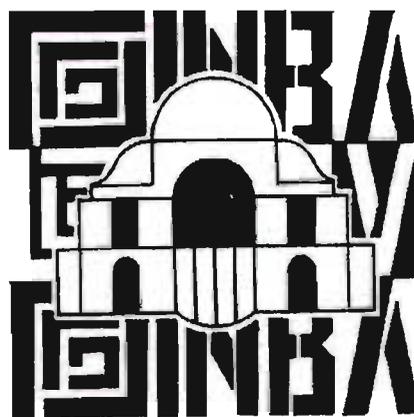
MUSEO

NACIONAL DE

ARTES

PLASTICAS

64

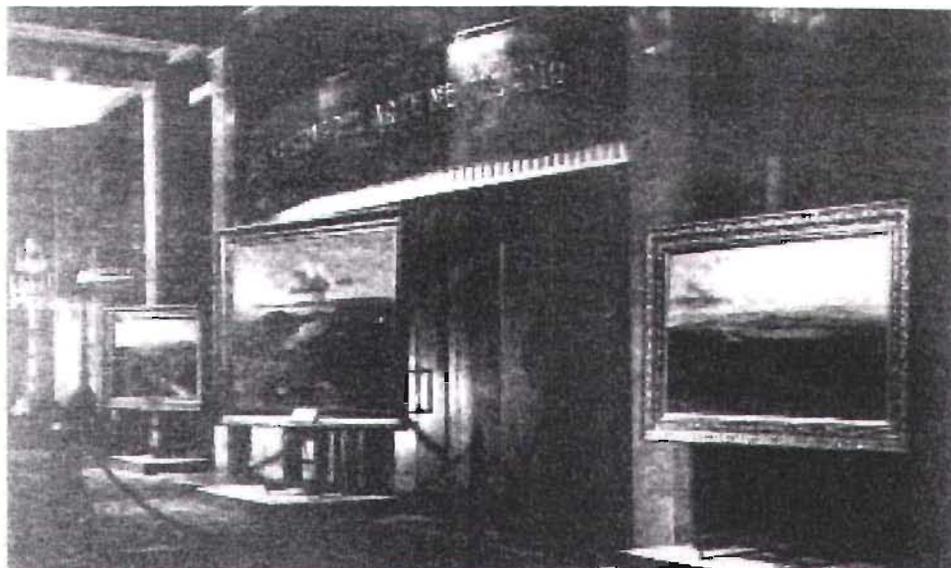


65

63 Ceremonia de Inauguración del Museo Nacional de Artes Plásticas, en el Palacio de Bellas Artes, antecedente inmediato al Museo de Arte Moderno.

64 Primer Imagen del Museo Nacional de Artes Plásticas, Diseño Miguel Prieto

65 Imagen que aparece en la Revista de Bellas Artes, Autor, Anónimo, Año 1947



66



67

Los Museos de Arte son producto de la política de reunificación del panorama integral del Arte Mexicano, por las distintas colecciones tanto particulares así como las del Instituto Nacional de Bellas Artes y las donaciones de los artistas. Así, en la década de los sesenta, varios museos tienen sedes diversas y su tarea es la de coleccionar, conservar, estudiar, exhibir, interpretar y comunicar el arte mexicano que abarca desde el siglo XVI, hasta nuestros días.

66-67 El Museo Nacional de Artes Plásticas se aloja provisionalmente en el Palacio de Bellas Artes, 1947-1952

1.1.- Museo Nacional de San Carlos



68

1783 El Museo Nacional de San Carlos tiene su origen en las colecciones pertenecientes a las galerías de pintura de la Antigua Academia de San Carlos, institución fundada por decreto de Carlos III, rey de España.



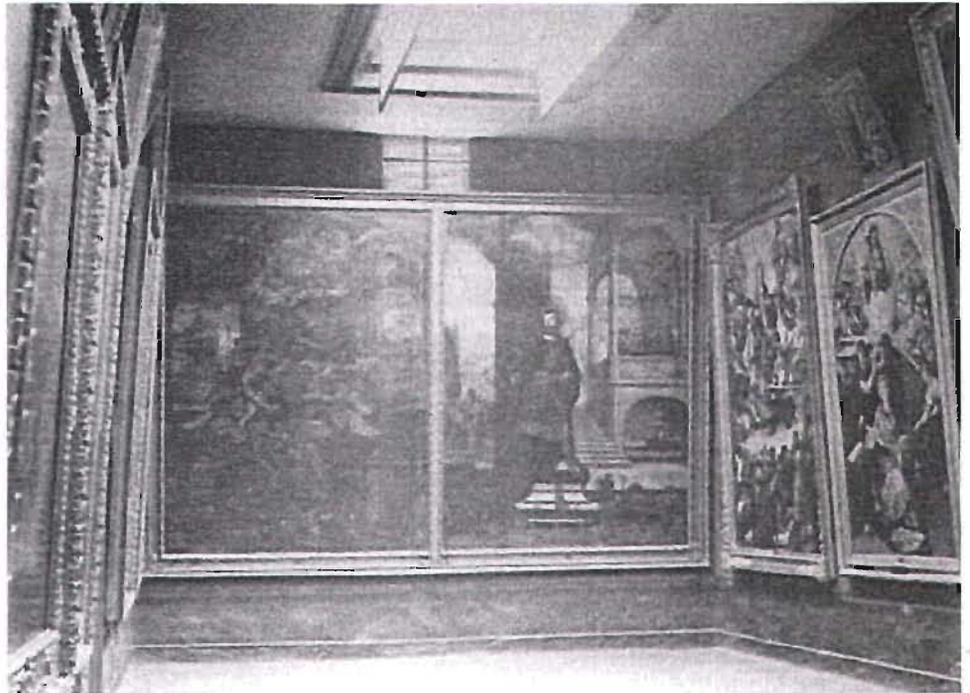
69

68 Foto Fachada del MUNAL

69 Retrato de Carlos III, 1787.
Autor Mariano Salvador Maella



70



70 Galería de pintura europea,
Academia de San Carlos, 1897

71 Galería de Pintura, Academia
de San Carlos, 1897

71

El marqués de Buenavista vende a Doña Maria Josefa Rodríguez de Pinillos Gómez, el título de conde y su casa, ubicada en la calle de Buenavista, fue llamada así en honor a su primer inquilino, de ahí el nombre que se conserva de manera popular Museo del Palacio del Conde de Buenavista.

Siglos XVIII y XIX. La marquesa solicitó al prestigioso arquitecto Manuel Tolsá que hiciera las ampliaciones de la casa, dando inicio la construcción del edificio señorial de estilo neoclásico.



72

Habilitada para diversos usos, entre los que se destacan el Museo de Objetos Raros, residencia de algunos personajes de la historia de México, fábrica de cigarros (la Tabacalera Mexicana, que le da el nombre al barrio donde se encuentra), así como sede de la Lotería Nacional, entre otros.



LA LOTERIA DE LA ACADEMIA NACIONAL DE SAN CARLOS

1841 • 1863

72 Foto Palacio de Buenavista habitada por el Mariscal Bazaine, ahora Museo Nacional de San Carlos

73 Grabado de la Lotería de la Academia de San Carlos

1958 El edificio pasó al patrimonio de la Beneficencia Pública, hasta que la Universidad Autónoma de México instaló en él la Escuela Nacional Preparatoria Número 4.

1966 La entonces Secretaría de Salubridad y Asistencia inició la restauración de la casa para crear la Escuela de Enfermería, quedando una destacada y bella muestra de la arquitectura neoclásica, por lo que fue cedida al Instituto Nacional de Bellas Artes.

74



75



74-75 Fotos de la Restauración del edificio Archivo Museo Nacional de San Carlos



76 -



76 -

76 -77 Foto Escaleras y Fachada del Museo Nacional de San Carlos

1986 El Museo de San Carlos es inaugurado en junio. Este museo cuenta principalmente con un acervo de arte europeo desde el siglo XVI hasta principios del XX.



78



78 Foto Bodegas del Museo Nacional de San Carlos
Archivo Museo Nacional



79 Foto Sala Permanente,
Museo Nacional de San Carlos

79

Dada la importancia del edificio que alberga el museo, se decide tomar el patio principal como logotipo. El logotipo, creado en la década de los ochenta, es una perspectiva del edificio, de dos pisos, donde se ven los arcos que rodean el patio en forma de óvalo, aparecen en el techo tanto balaustas como remates. El diseño es de estudiantes que desarrollaron su servicio social en esta institución. Síntesis que permite la reproducción a un sola tinta y que acompañado por la tipografía, distribuida en tres niveles, debajo del edificio sintetizado, dan lugar al logotipo enmarcado por un rectángulo en posición vertical, logrando una integración de texto e imagen. Todo el logotipo se encuentra centrado. El logotipo como identidad de la institución casi no ha sufrido alteraciones desde su concepción original.



80



81

80 Foto del Patio Oval, del Museo Nacional de San Carlos

81 Imagotipo del Museo Nacional de San Carlos Autor Anónimo



1994 Por decreto presidencial, adquiere el rango de Museo Nacional.

Se plantea por esta iniciativa el rediseño del logosímbolo, y fue realizado por Luis Vargas, quien simplemente agregó al diseño ya existente dicha palabra. La tipografía toda en altas, de una familia romana, se divide en tres niveles centrados: en el primero se observa la palabra MUSEO en un puntaje mayor que el resto de la composición; en el segundo nivel se encuentra NACIONAL DE que junto con el tercer nivel, SAN CARLOS, tienen el mismo tamaño.



82 Variante que presenta el logotipo del Museo Nacional de San Carlos

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2002 a la fecha, el museo se ha dedicado a realizar exposiciones temporales con obra de arte europeo del siglo XVI al XIX, proveniente de diferentes partes del mundo.



83



84

83 Foto Patio trasero del Museo Nacional de San Carlos

84 Foto Salas del Museo Nacional de San Carlos

Hoy en día, a pesar de contar con una identidad propia, el museo no respeta el logotipo, creando o modificando el logotipo exclusivamente para cada exposición. No existe una persona encargada del manejo de la imagen en el museo, por lo que cada departamento lo emplea modificándolo de acuerdo con sus necesidades.

Sólo se conocen dos variante del logotipo; uno está destinado para el patronato del museo, siendo una opción tipográfico clásica, como recurso socialmente institucional.

PATRONATO DEL MUSEO DE SAN CARLOS. A. C.
CIUDAD DE MEXICO

El otro esta destinado a los talleres de "amiguitos del Museo Nacional de San Carlos" denotando por vía verbal, tipográfica e icónica la misma noción infantil en un alto grado de similitud con el mensaje, ambos son de uso interno.



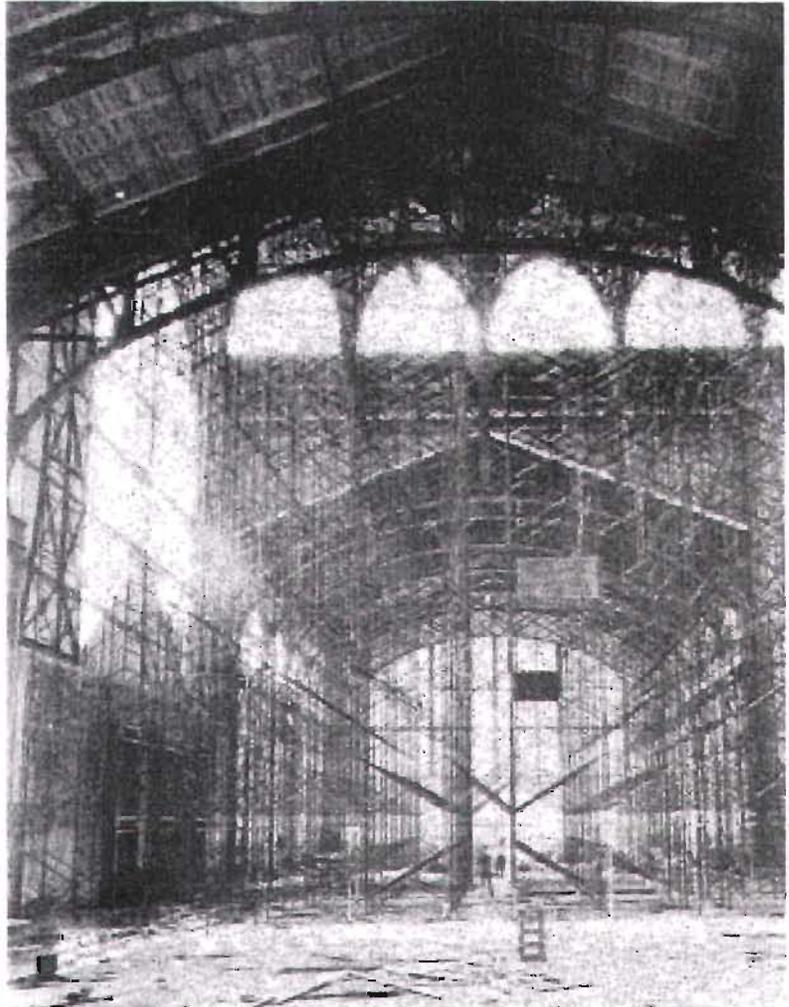
El museo tendra que plantear una imagen mas actual o el rediseño de esta.



1.2.- Museo Universitario del Chopo



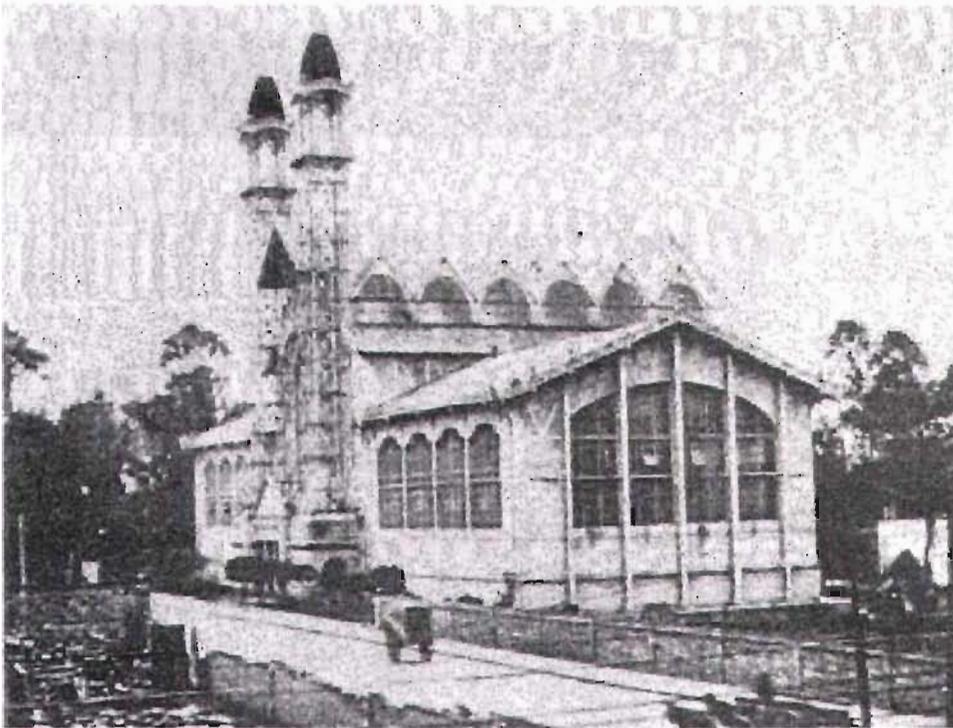
1881 Un grupo de accionistas formaba la Compañía de Exposiciones S.A. en terrenos de la actual colonia Santa María, vendidos por José de Landeros y Cos, socio mayoritario de dicha sociedad, en la calle del Chopo no.10. (Las calles de la colonia Santa María la Rivera tenían nombres de frutos, flores y plantas. Chopo corresponde al árbol del Álamo).



86

1903 Comienzos de la construcción del edificio por los ingenieros Luis Bacmeister, Aurelio Ruelas y Corner, denominado en forma popular como palacio de cristal, por su evidente parecido con el Cristal Palace londinense. Su estructura realizada por la firma alemana Gutenöffnungshutte, de estilo Art Nouveau, consta de muros de tabiques y estatuas de hierro cuyas armaduras enmarcan grandes ventanales de vidrio y sostienen una techumbre de madera de dos aguas protegida por láminas de zinc.

86 Foto Construcción del Edificio.
Museo Universitario del Chopo
1973-1988, Ediciones Tolego S.A.
1988.



87

1909 Término de la construcción del palacio



88

87 Foto Vista lateral del Museo del Chopo. Museo Universitario del Chopo 1973-1988, Ediciones Tolego S.A. 1988.

88 Foto Museo de Historia Natural Chopo, Archivo Casasola

1910 Se celebra un contrato de arrendamiento entre la Secretaría de Institución Pública y Bellas Artes y la delegación japonesa para montar una exposición de arte industrial, dentro del marco del centenario de la Independencia.

1913 Se inaugura el Museo de Historia Natural en su nueva sede en la calle del Chopo el primero de diciembre, desprendiéndose del Museo Nacional de Arqueología Historia y Etnografía. (el Museo Nacional ubicado en Moneda 13, ya poseía en 1880, 63,945 ejemplares de historia natural, dificultando su almacenamiento junto a las demás piezas arqueológicas e históricas).

1915 El museo consta de tres salas divididas en: zoología botánica, gemología y mineralogía y biología.



89

89 Foto de Sala del Museo de Historia, Archivo Casasola



90

90 Foto de Sala del Museo de Historia, Archivo Casasola

1929 El 22 de julio, por adjudicación de la ley orgánica de autonomía, la dirección de estudios biológicos de la cual dependía el museo, se incorpora a la UNAM con el nombre de Instituto de Biología.

INSTITUTO DE ESTUDIOS BIOLÓGICOS DE LA SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y FOMENTO

GUIA PARA VISITAS

MUSEO NACIONAL DE HISTORIA NATURAL

CALLE DEL COMERCIO PUNTO DE VENTAS DEL CHOPOL

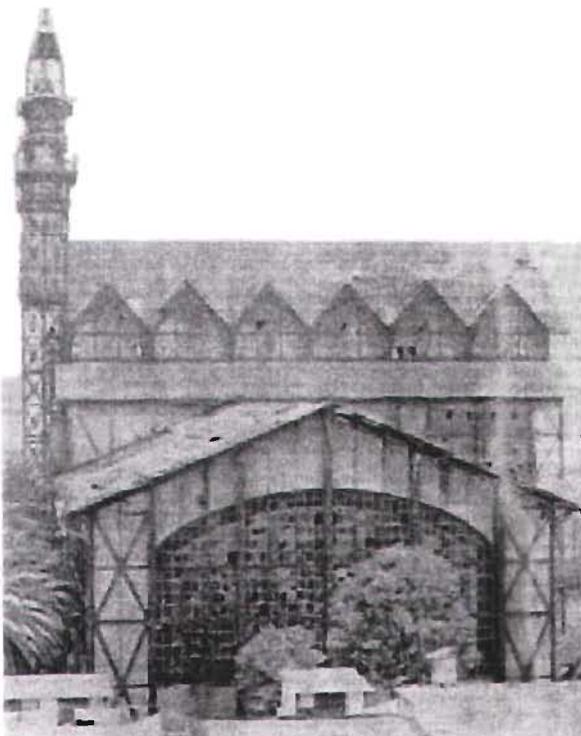
DIRECCION ALFONSO L. HERRERA

CUARTA EDICION

SECRETARIA DE AGRICULTURA Y FOMENTO
 UNIDAD TECNICA DE LA INVESTIGACION DE HISTORIA NATURAL - DEPARTAMENTO DE FOLIOLOS
 PUNTO DEL COMERCIO DEL CHOPOL
 1988

91

1964 Se clausura el museo por el deterioro que presenta el acervo y se redistribuye la colección en diferentes recintos gubernamentales y de la universidad.

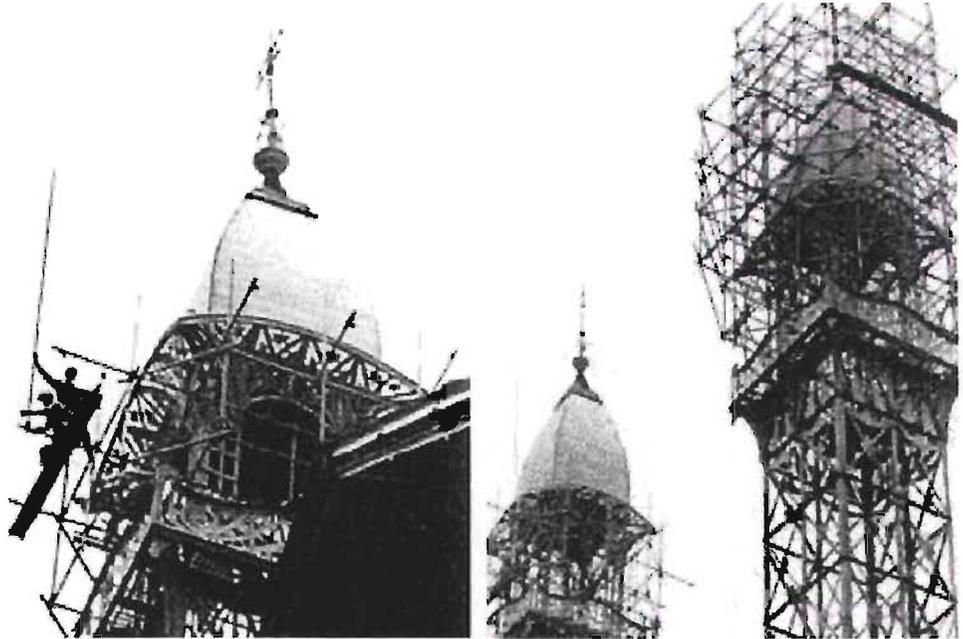


91 Foto de la Guía Impresa para el Museo de Historia Natural, 1910 Museo Universitario del Chopo 1973-1988, Ediciones Tolego S.A. 1988.

92 Foto Vista lateral sin restauración del Museo del Chopo, Museo Universitario del Chopo 1973-1988, Ediciones Tolego S.A. 1988.

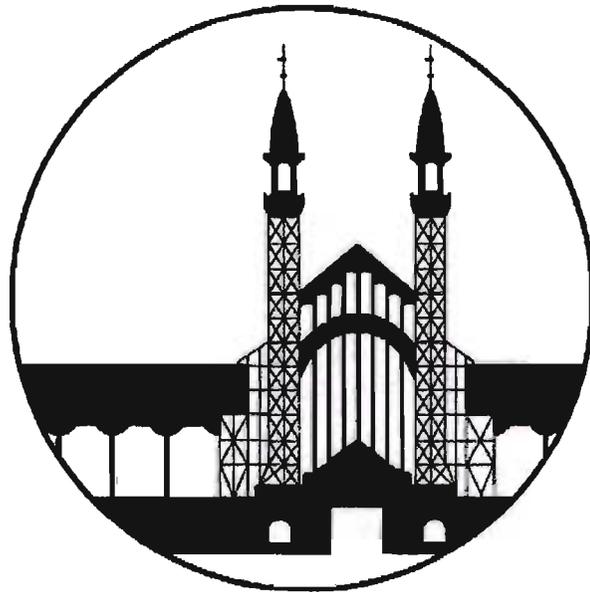
92

1973 Se inicia la remodelación del edificio por el INBA y la UNAM.



1975 Inauguración del Museo Universitario del Chopo, uno de los centros a cargo de la Dirección General de Difusión Cultural de la UNAM. El recinto es utilizado como centro cultural.

El Museo Universitario del Chopo cuenta con una identidad gráfica, diseñada por Luis Almeida, que le confiere una imagen institucional para recordar al museo, transmitiendo una comunicación actual y moderna con los valores necesarios ante los usuarios.



Esta identidad visual consta de un imagotipo. Este imagotipo ha sido diseñado exclusivamente para la representación del Museo Universitario del Chopo proyectando una unidad de identificación clara y sencilla, que representa el nombre y la imagen del Museo con una personalidad propia y original, por lo que lo hace ser recordable y reconocido.

El Museo del Chopo, es uno de los pocos que cuenta con un manual de usos que especifica la utilización del imagotipo y es el departamento de publicaciones quien se ha dado a la tarea de rehacer, con base en una retícula, el imagotipo que a pesar de haber tenido pequeñas modificaciones se ha mantenido, tomando como icono la fachada del Museo del Chopo.



1980 Se instala en la nave central los sábados del mes de octubre el tianguis del Chopo.

1982 Comienzos de la remodelación de edificio, para albergar un foro, camerinos, salones para talleres, un mezanine con una galería y oficinas.

1983 Reinauguración del edificio el 26 de febrero, dando inicio a talleres y espectáculos multiculturales.



94

1990 Como recinto universitario, abre foros alternativos que son utilizados por grupos de diversidad sexual, neográfica, entre otros.

95



94 Foto Entrada del Museo Universitario del Chopo.

95 Foto interior del Museo Universitario del Chopo

2002 El museo al paso de los años, se ha convertido en un centro versátil, que comparte sus instalaciones tanto con la ciencia, como con las diversas manifestaciones artísticas, que por razones de ubicación, y dada a su estrecha relación con el famoso mercado del chopo, más que nada al visitarlo se observa la diversidad cultural de la ciudad.

1.3.- Museo de Arte Moderno



96

1957-1960 El precursor directo del MAM es el Museo de Arte Moderno Mexicano, alojado en salas y corredores del Palacio de Bellas Artes por un tiempo, mientras se concluía en el bosque de Chapultepec el actual edificio.

1953 Existió el proyecto para la construcción de la nueva sede del museo que se consolidó en los años sesentas.

1964 El Museo de Arte Moderno fue inaugurado el 20 de septiembre por el presidente Adolfo López Mateos.

El autor del proyecto fue el Arquitecto Pedro Ramírez Vázquez con la colaboración de Rafael Mijares. El edificio principal posee dos plantas vinculadas por una escalera de mármol de Carrara con tres ramas...

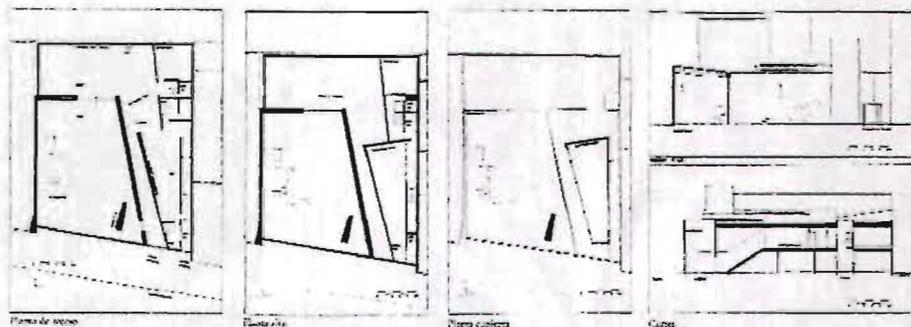


97

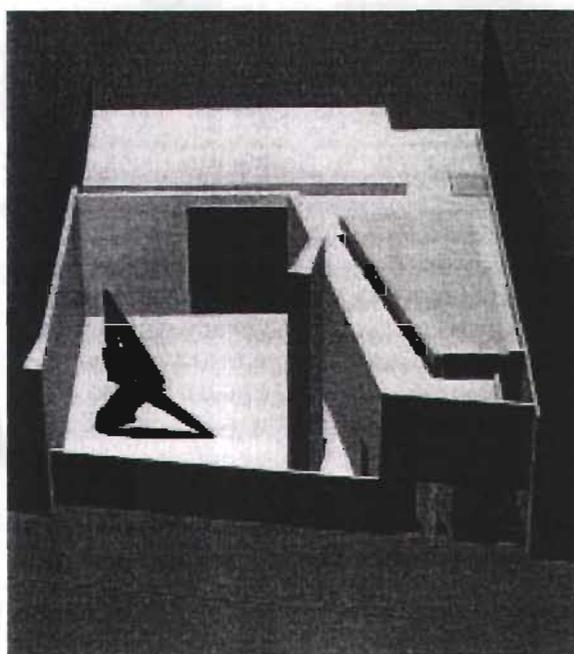
96 Foto Entrada del Museo de Arte Moderno y Escultura de Mathias Goeritz, por Paseo de la Reforma

97 Foto Entrada del Museo de Arte Moderno, Bosque de Chapultepec

albergando cuatro salas. Un corredor amplio a la intemperie une al edificio principal con la galería de exposiciones temporales que es circular, también de dos plantas. Rodean a estos dos amplios edificios, jardines en los cuales se exhibe obra escultórica.



98



99

98 Foto Croquis de las plantas del Museo Experimental El Eco de Mathias Goeritz. Arquitectura Emocional

99 Foto Maqueta del Museo Experimental El Eco de Mathias Goeritz. Arquitectura Emocional

Mathias Goeritz (1915-1990) artista cuya presencia en México fue decisiva, trajo conceptos plásticos novedosos para la pintura y escultura mexicana. Originario de Danzig, Alemania, mantuvo contacto con integrantes de grupos como Der Blaue Reiter y Bauhaus, especialmente con los escultores Kaethe Kolvitz y Ernest Barlach. Goeritz llegó a México en 1949 e impartió clases de pintura, arquitectura y escultura, inicialmente en Guadalajara y tiempo después en la Ciudad de México. El MAM alberga la pieza en hierro esmaltado en negro "La serpiente de El Eco" (1952-53) ubicada primeramente en el Museo Experimental El Eco - que él mismo fundó en 1952- perteneciente a la UNAM.

En ella manifiesta su preocupación por integrar su trabajo a contextos más amplios, armonizantes con la naturaleza, el entorno urbano, o arquitectónico, acordes con la idea de arquitectura emocional que acuñó. Esta obra sirvió de

inspiración para la creación del logotipo que este museo ostenta, el cual fue creado durante la gestión de Helen Escobedo como directora (1982-1984).



100

El logotipo no es usado sino hasta 1984, Anteriormente se utilizaban los logotipos del IMBAL (1965-1973), INBA (1976-1978), INBA / SEP (1979), INBA CULTURASEP (1982), Instituto Nacional de Bellas Artes CULTURA/SEP (1983).

El logotipo basado en La Serpiente de El Eco, se transforma a líneas abstractas comenzando por una muy delgada que se va ensanchando para dar una diferenciación entre las iniciales MAM, estas siglas se perciben de forma muy geometrizada a manera de triángulos.



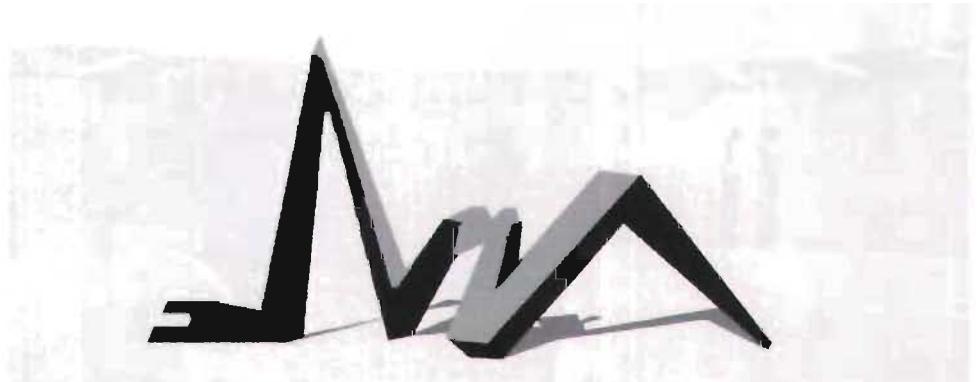
56

En la parte inferior de este diseño se encuentra el nombre del museo (Museo de Arte Moderno), en una tipografía Romana (con serifas o patines).

100 Foto Escultura de Mathias Goeritz, Museo de Arte Moderno

Ya que existen diversas aplicaciones del logotipo los colores varían mucho, pero el negro es el color más usado.

101



1990 Las salas adquieren el nombre de: Xavier Villaurrutia, José Juan Tablada (planta baja), Carlos Pellicer y Antonieta Rivas Mercado (primer piso) y por último la galería temporal llamada Fernando Gamboa, en honor de estos intelectuales que promovieron las artes plásticas.

El MAM alberga, por lo general en dos de sus salas, su colección permanente que está formada por pinturas y fotografías.

102



103



101 Foto Dibujo de la Escultura de Mathias Goeritz

102 Foto del segundo edificio del Museo de Arte Moderno

103 Foto Escultura de Manuel Felgueres, jardín del Museo de Arte Moderno



104



105

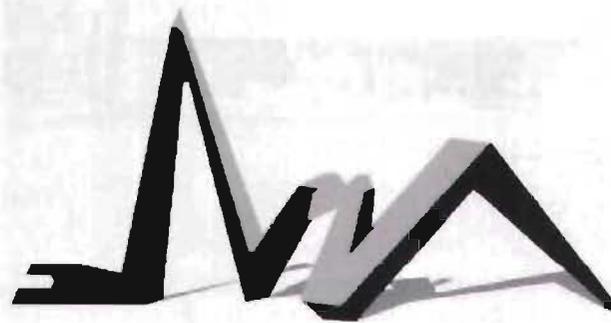
104 Foto escalera del Museo de Arte Moderno.

105 Foto Escultura, jardín del Museo de Arte Moderno.

2002 el museo ha servido de sede para diferentes concursos de artes plásticas -patrocinados por compañías como Johnny Walker y BBV- de artistas contemporáneos. En sus salas, se exhibe ya sea la colección permanente o exposiciones temporales, básicamente de la primera mitad del siglo XX.

Actualmente la utilización de la serpiente como símbolo, mediante tratamiento gráfico, tipografía alineada a la derecha, nos crea una confusión en cuanto a la identidad a comunicar ya que la imagen anterior ha estado mas de 20 años en uso siendo un ejemplo de identidad en los museos, su cambio de imagen no se ha dado en su totalidad afectando el discurso global de la identidad de la institución.

106



Museo de Arte Moderno

107



106 Dibujo de la Escultura de Mathias Goeritz

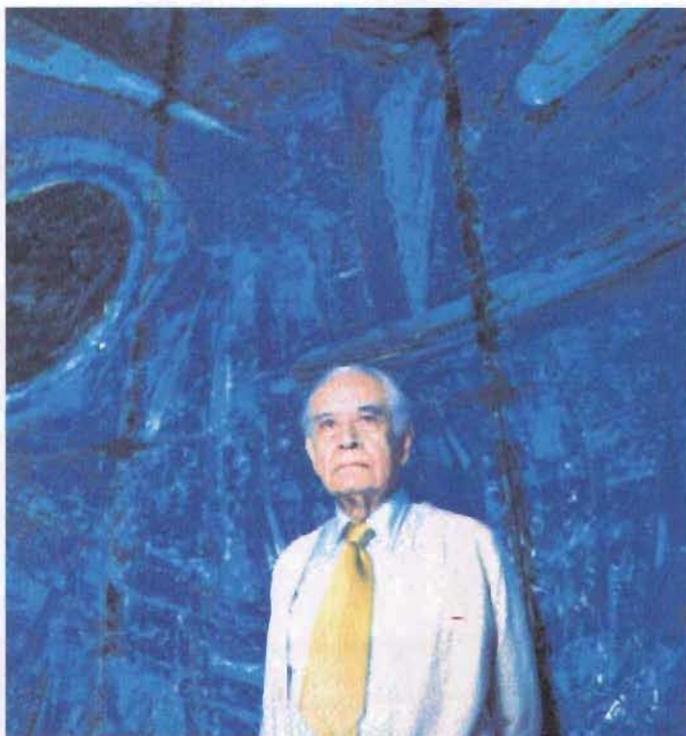
107 Foto Espectaculares anunciando las exposiciones

1.4.- Museo de Arte Contemporáneo Internacional Rufino Tamayo



108

Durante años, el pintor Rufino y su esposa Olga Tamayo reunieron una colección de arte internacional de pintura, escultura, dibujo, gráfica, fotografía y tapiz, dando origen al acervo del museo. El gobierno colaboró con el proyecto cediendo una superficie de terreno ubicado en el antiguo bosque de Chapultepec.



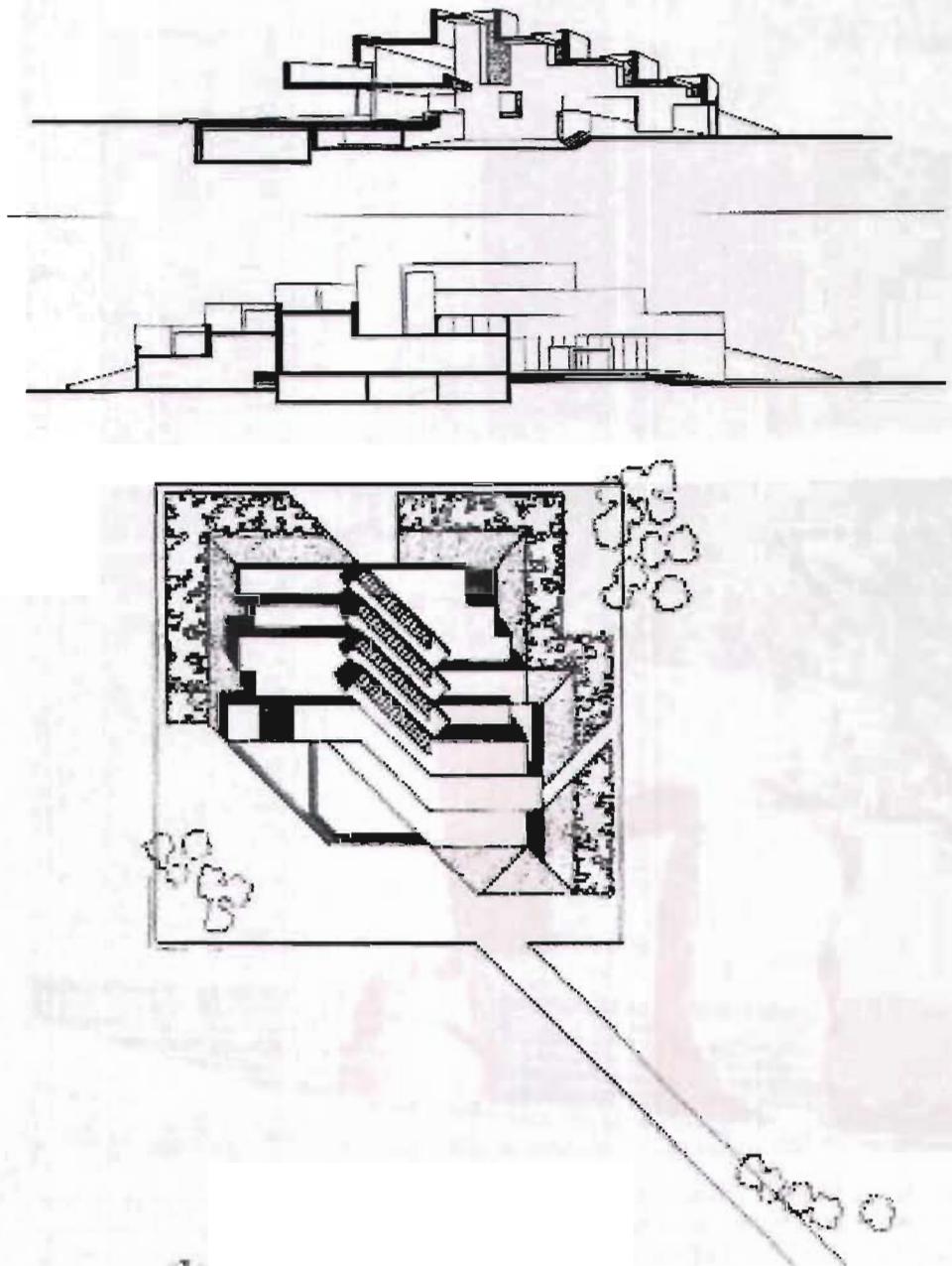
109

108 Foto Fachada del Museo Tamayo.

109 Foto Rufino Tamayo

1979 Los Arquitectos Teodoro González de León y Abraham Zabludovsky desarrollan el proyecto del museo con una construcción modular en varios niveles, con evocaciones prehispánicas que consta de diez salas de exhibición, un patio central, bodegas, oficinas, tienda y zona de estacionamiento para visitantes.

110



110 Foto Plano Arquitectónico del Museo de Arte Contemporáneo Internacional Rufino Tamayo

1981 El Museo de Arte Contemporáneo Rufino Tamayo es inaugurado el 29 de mayo, ofreciendo una de las colecciones más importantes de arte del siglo XX en nuestro país, bajo el patrocinio del grupo Alfa y Fundación Cultural Televisa.



111



112

111 Foto Fachada del Museo de Arte Contemporáneo Internacional Rufino Tamayo

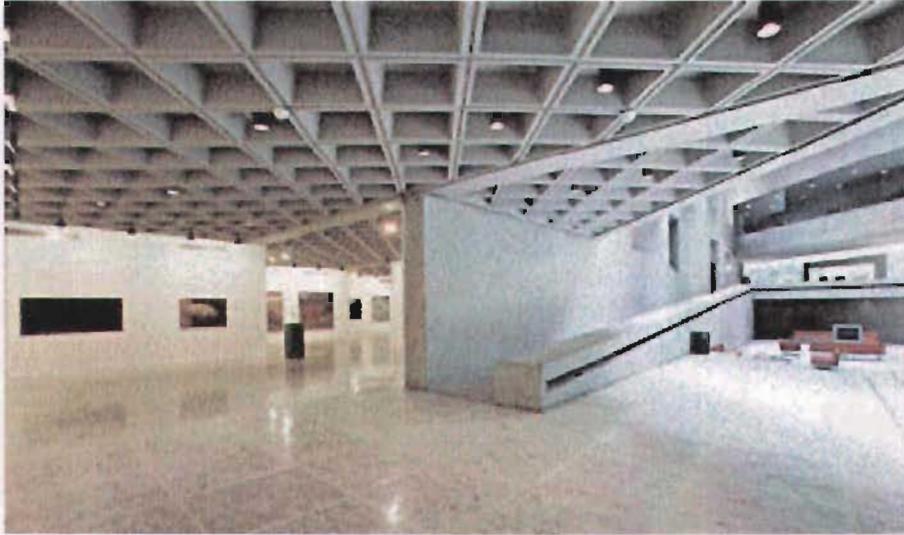
112 Foto Exterior del Museo de Arte Contemporáneo Internacional Rufino Tamayo

Al nacimiento del museo, Tamayo crea un logotipo, en el que juega un poco con las iniciales tanto de la palabra Museo como la "T" de Tamayo, formando una cara al unir la parte inferior de la "M" con la parte superior de la "T" y auxiliándose con dos puntos entre los arcos de la "M". Esta composición se resalta ya que está impreso a dos tintas, pues la figura formada con las iniciales está en un color y el resto de las palabras en otro. La tipografía empleada sin serifas, en bajas a excepción de la "T", se encuentran alineados a la izquierda, distinguiéndose solamente la figura formada por la "M" y la "T".



113 Foto Placa de Inauguración del Museo Rufino Tamayo, 1981

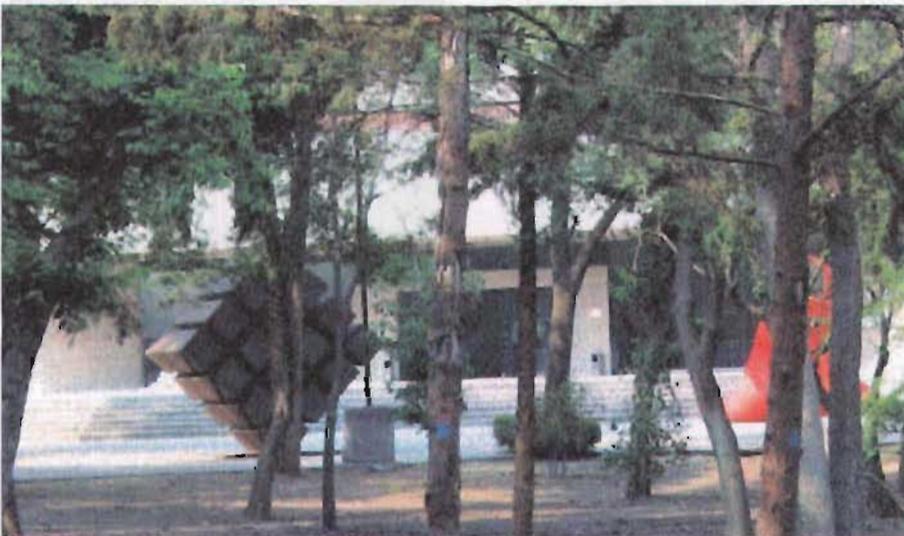
114 Foto Tableros de Información del Museo de Arte Contemporáneo Internacional Rufino Tamayo



115



116



115 Foto Interior del Museo de
Arte Contemporáneo
Internacional Rufino Tamayo

116 Foto Exterior del Museo de
Arte Contemporáneo
Internacional Rufino Tamayo



Los colores empleados en este logotipo son: para la "M" y "T" pantone 192 cv (magenta) para el resto de las letras pantone 1265 cv (café).

1986 El museo se integró al Patrimonio Nacional bajo la administración del Instituto Nacional de Bellas Artes, reinaugurándose el 9 de septiembre.



Bosque de Chapultepec

Con la reinauguración del museo el logotipo se transforma radicalmente, quedando a cargo de Francisco Gilardi. Se sigue empleando una tipografía sin serifas, pero esta vez en altas, se acomodan las palabras una debajo de la otra y se le añade el nombre, quedando como: Museo Rufino Tamayo. Las tres palabras quedan del mismo puntaje y se justifican, el diseñador toma la letra "O", que coincide en la terminación de las tres palabras para dar un acento visual muy marcado. Se agrega una pleca, en la parte superior e inferior, de un grosor dos veces mayor que el de la tipografía, aislándolo de cierta forma de cualquier otro elemento gráfico, quedando un rectángulo mas alto que ancho. Este logotipo esta diseñado para ser aplicado en una sola tinta y la mayoría de las veces es en negro, pero también se ha impreso en rojo, dorado, entre otros.

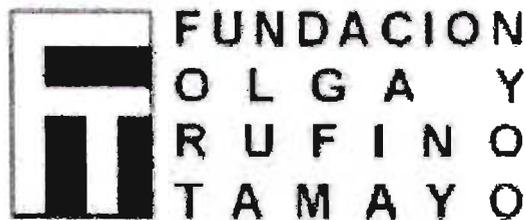
**Museo
Rufino Tamayo**

**Museo
Rufino Tamayo**

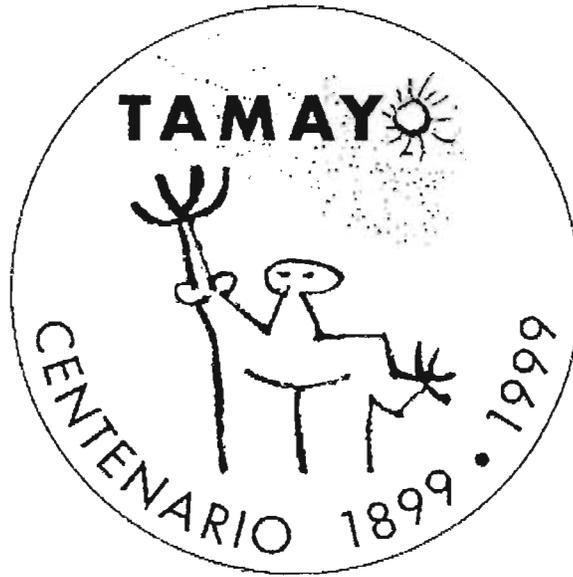
MUSEO RUFINO TAMAYO

Desde el surgimiento del museo el nombre de éste ha aparecido en numerosos impresos como invitaciones, revistas, periódicos, otras publicaciones, pósters y, en algunas ocasiones espectaculares en los que no se lleva un control estricto del uso adecuado del logotipo, por lo que no es difícil encontrar diferentes formas de representación gráfica del museo que van desde el simple nombre escrito en la tipografía propia del medio, hasta algunos acomodados tipográficos obviamente distintos a los establecidos en el logotipo, debido a que el museo no controla todos los impresos donde aparece su nombre.

1989 Se crea la fundación Olga y Rufino Tamayo, A.C. con el objetivo de apoyar las actividades del museo.



Al celebrarse el centenario del nacimiento de Tamayo se empleó un logotipo conmemorativo diseñado por Luis Almeida y aplicado en conjunto con el institucional; la imagen principal se retoma de un dibujo realizado por Tamayo expuesto en París a mediados del siglo pasado.



A principios del 2001, el museo modifica el logotipo anterior al centenario, utilizando el nombre del museo como MUSEO TAMAYO solamente, haciendo coincidir las dos "O" del nombre. Se colocaron en un placa bicolor siendo un efecto de positivo-negativo en relación con el nombre, la placa y las dos "os", diseñado por Ricardo Salas.



2002 el museo presenta básicamente exposiciones temporales de arte contemporáneo internacional y su sala permanente muestra diferentes curadurías en torno a su acervo.

1.5.- Museo de Arte Contemporáneo Carrillo Gil



117

1958-59 Carrillo Gil tenía contemplada la realización de un museo que expusiera la colección que él recolectó a lo largo de su vida.

118



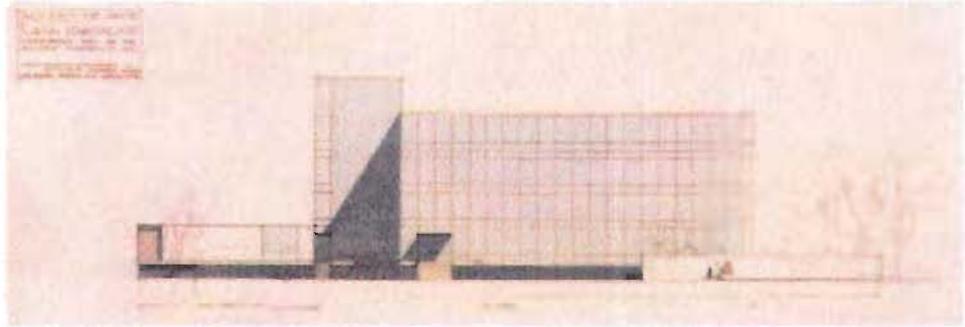
117 Foto Fachada del Museo de Arte Contemporáneo Carrillo Gil

118 Foto Dr. Carrillo Gil con su colección Archivo, MACG

68

1972 Por decreto presidencial, se instala una pinacoteca en el edificio de Carrillo Gil. El proyecto de inicio de construcción, fue realizado por los arquitectos Álvarez y Carral, y la finalización del proyecto estuvo a cargo de Luis Barrios.

119



1973 Se realizan remodelaciones museográficas por Fernando Gamboa (subdirector técnico del INBA y director del museo de Arte Moderno). Por diferentes motivos el edificio se termino y se rentaron los pisos como despachos.

120



1974 El Museo de Arte Contemporáneo Mexicano Alvar y Carmen T. de Carrillo Gil se inaugura como miembro del Instituto de Bellas Artes y Literatura con cuatro salas permanentes:

- Sala uno José Clemente Orozco*
- Sala dos Diego Rivera*
- Salas tres y Cuatro Wolfgang y Gunther Gerzo*

119 Foto del Plano del Museo de Arte Contemporáneo Carrillo Gil Archivo Augusto H. Alvarez, Facultad de Arquitectura UNAM

120 Foto de la fachada del Museo de Arte Contemporáneo Carrillo Gil, 1985 Dirección de Arquitectura y Conservación del Patrimonio Artístico Inmueble INBA

121 Pintura de José Clemente Orozco, Cristo destruyendo su cruz, 1943, Colección MACG

121



El ínter proyecto comprendía dos edificios, uno para la colección permanente y el otro para temporales. El museo cuenta con influencia arquitectónica del museo Guggenheim, por el uso de rampas. El proyecto se llevó a cabo en un 90 % del plano original.



123

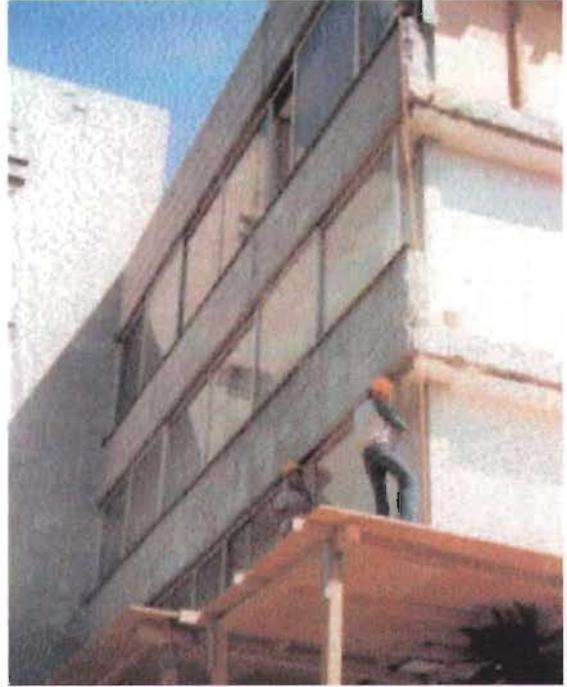
1985 Remodelación de la fachada original, a cargo de la directora del museo Silvia Pandolfi. El lugar poseía los requerimientos que convienen a la exhibición de obra contemporánea; claridad ortogonal, espacios propios para la museografía, pero la luz fluorescente producía una radiación ultravioleta que dañaba las obras.



124

123 Foto Rampas del MACG

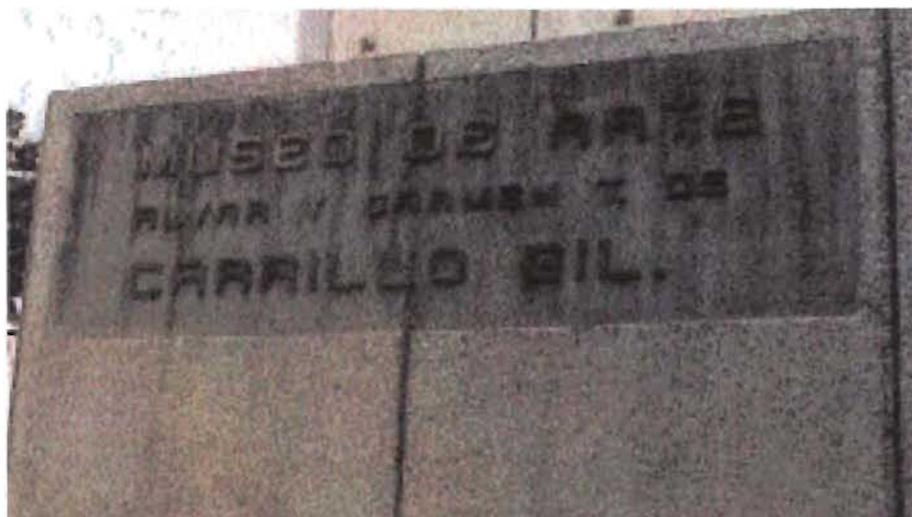
124 Foto Remodelación del MACG, 1988



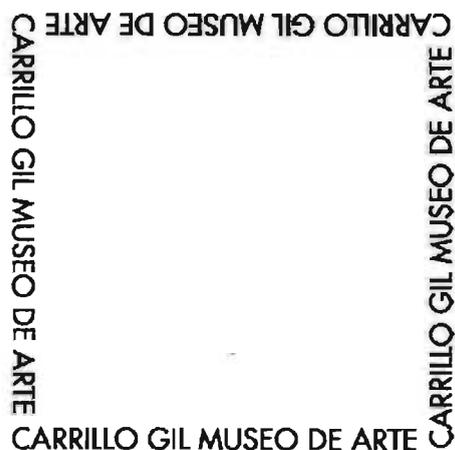
125 Foto Remodelación del
MACG, 1988

Desde la inauguración del museo no existía un logotipo propio, por lo que existieron muchas formas de representar la imagen del Museo.

Uso arquitectónico de letras tridimensionales, fijadas en la pared y a una distancia considerable, lejos del observador, clásica inscripción instalada en el edificio de función utilitaria, donde la mirada rara vez rebasa un primer piso ya que suele estar dirigida a las partes inferiores, dificultando así la lectura por su extensión en el nombre e identificación del lugar.



En 1990 se diseña un logotipo expreso para el Museo Carrillo Gil, por orden de la entonces directora Silvia Pandolfi.



Lo que no es muy claro es el por qué, después de 1990, se sigan teniendo diversos logotipos. Lo único que no varía en ninguna aplicación, es el nombre del museo: "Museo de Arte Carrillo Gil", y se coloca el nombre en una tipografía sin serifas. En algunas ocasiones, solamente aparece el logotipo del INBA como representación del museo (el cual también ha tenido algunos cambios).

126 Foto Letrero en metalicas
MACG

El Museo Carrillo Gil, es el primer museo en el que se tiene registro de un manual de uso en su primer logotipo.



Contrariamente, no se pudo localizar el manual de usos de los logotipos subsecuentes, no obstante de ser creado en la década de los noventa.

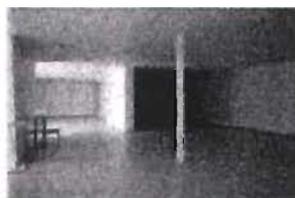
Descripción: Este logotipo fue diseñado por Viriato Cuenca por la convocatoria para el diseño del logotipo del museo participando el grupo de alumnos dirigido por Luis Almeida. Es una fusión entre logotipo e iconización, mediante el uso de la tipografía en la que el signo del cuadrado y la recuperación del lenguaje manuscrito, se unen para crear un símbolo sintáctica y estilísticamente mixto como recurso para la integración de ambos como única idea.

Tipografías: Futura light, Brush y Eurostile bold extended.

Colores utilizados: pantone white 100%, pantone black 100%, pantone 420 100%, pantone 341 100%.

1992 se inicia la remodelación en el interior del recinto, la sala de video es donada por la embajada de Japón, que se anexa al acervo de la biblioteca. Se cambian las oficinas a la planta baja, se abre el tercer piso y se cambia la iluminación.

127

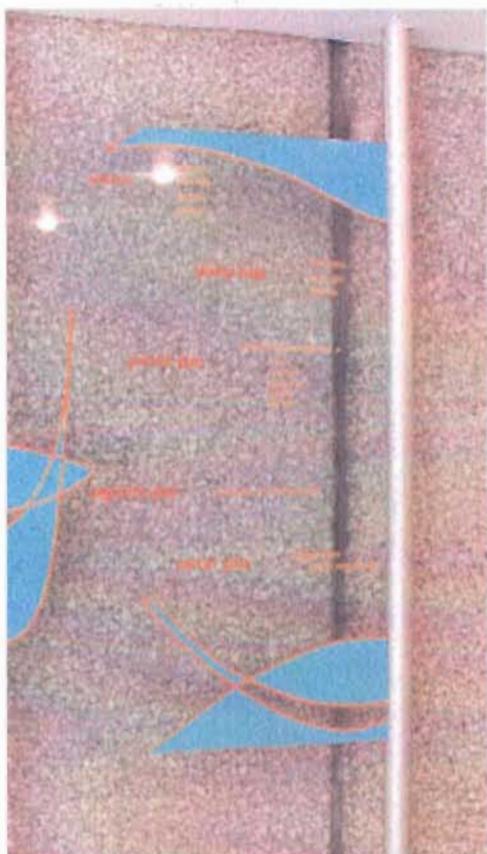


127 Fotos Interior del MACG,
Archivo del MACG

En 1998 el museo sufrió cambios de directivos, que decidieron modificar el antiguo logotipo, haciendo que se emplearan solamente las letras macg como imagen del museo.



128



129

128 Fotos Modulo de información del MACG

129 Fotos Pendon MACG

130 Fotos Directorio del MACG

El diseño corre a cargo de Héctor Zamora, siendo un cambio radical, ya que esta propuesta es bastante moderna, y tiene muchas variantes en cuanto a su diseño.

Descripción: Mediante la utilización de una doble envolvente, las siglas del museo se colocan alineadas a la izquierda enfatizando la sensación de perspectiva, que con la ayuda de naranjas o azules, ofrece una imagen dinámica al espectador. La utilización de las siglas en tipografía sin serifas y en bajas, logran cambiar en su totalidad la imagen utilizada anteriormente por el museo yendo de la absoluta estabilidad, a un dinamismo que colabora con el nuevo concepto que el museo deseaba lograr.



En el 2002 se realiza una nueva propuesta de identidad en donde, más que una propuesta innovadora, se realizó un rediseño del anterior logotipo. Las envolventes fueron suprimidas, minimizando los elementos dentro de la composición.

131



131 Foto Puerta de acceso al MACG

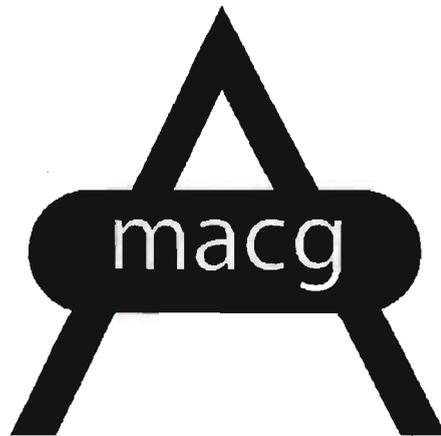
La utilización del verde en la tipografía, que sigue siendo en bajas y sin serifas, es predominante.

Utilizando el diseño tipográfico anterior, se realizó un nuevo acomodo con el propósito de integrar en forma de placa, en la parte inferior de las siglas, justificándolo a la izquierda y alargándolo hasta la "C", el nombre Museo de Arte Carrillo Gil, logrando con ayuda de la tilde de la "G", un diseño compacto rectangular.

Posteriormente se le agregó un monograma haciendo alusión a las rampas, símbolo iconográficamente importante dentro de la arquitectura del museo, justificado a la izquierda del logotipo, finalizando en un imagotipo de dos colores contrastando el imagotipo con la placa del nombre y las siglas de la institución.



2005 Se efectúa el diseño del tipograma para los amigos del museo por Vicente Rojo, la iconización del logotipo mediante la letra "A" emula un caballete y centra en la barra de la letra "A" la palabra amigos usando la tipografía anterior de macg como impacto visual mediante el tratamiento gráfico en el grosor de la barra y con la tipografía calada. Es un diseño que puede verse independiente de la imagen institucional del museo, pero guarda unidad en la tipografía.



Una de las tareas principales del museo ha sido la de mostrar obra plástica de jóvenes creadores, becarios del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA), CONACULTA, a nivel nacional. A la vez, mostrar obra de jóvenes artistas contemporáneos, nacionales e internacionales y de las últimas décadas del Siglo XX, así como su colección permanente.

1.6.- Museo Universitario de Ciencias y Arte

132



1950 Se inicia la construcción de Ciudad Universitaria, por los Arquitectos Mario Pani y Enrique del Moral quienes diseñaron un conjunto de edificios que incluía un museo, una sala para exposiciones, un teatro, una cafetería y una biblioteca, iniciando un nuevo concepto de centro cultural con la idea de que el museo fuera el foco de atención de dicho conjunto, para la exhibición de las Artes Visuales. Las autoridades universitarias aceptaron la propuesta de la creación del Museo de Bellas Artes, cuya construcción fue llevada a cabo como un anexo a las instalaciones de la hoy Facultad de Arquitectura.

133



132 Foto Entrada al MUCA, CAMPUS

133 Foto Construcción del Edificio de la Rectoría desde el CAMPUS Mario Pani Arquitecto de su época de Manuel Larrosa UNAM

1959 Se pensó en designar como primer director al artista Mathias Goeritz, a quien no le fue posible ocupar el puesto, por lo cual, toma la dirección del museo el doctor Daniel F. Rubín de la Borbolla, por asignación del entonces Rector de la Universidad, el doctor Nabor Carillo.



1960 Apertura del museo. El doctor Rubín concibe el museo como un recinto para observar el quehacer de los universitarios en todas las disciplinas a las que se orienta la Universidad.



134 Foto Arquitectos Mario Pani y Enrique del Moral, Mario Pani Arquitecto de su época de Manuel Larrosa UNAM.

135 Foto Construcción del Edificio de la Rectoría desde el CAMPUS Mario Pani Arquitecto de su época de Manuel Larrosa UNAM

Este recinto fue denominado Museo Universitario de Ciencias y Arte (MUCA), bajo los siguientes lineamientos:

- Ser un museo dinámico
- Ser un museo de Ciencias, Artes y Humanidades, en general a todas las disciplinas relacionadas con el quehacer universitario.
- No incluir colecciones.

136



1966 el MUCA quedado adscrito al Departamento de Artes Plásticas de la Dirección de Difusión Cultural a cargo de la maestra Helen Escobedo. Este hecho marcó por mucho tiempo la tónica de sus actividades orientadas fundamentalmente hacia las Artes Plásticas, el Arte Aplicado y la Arquitectura.

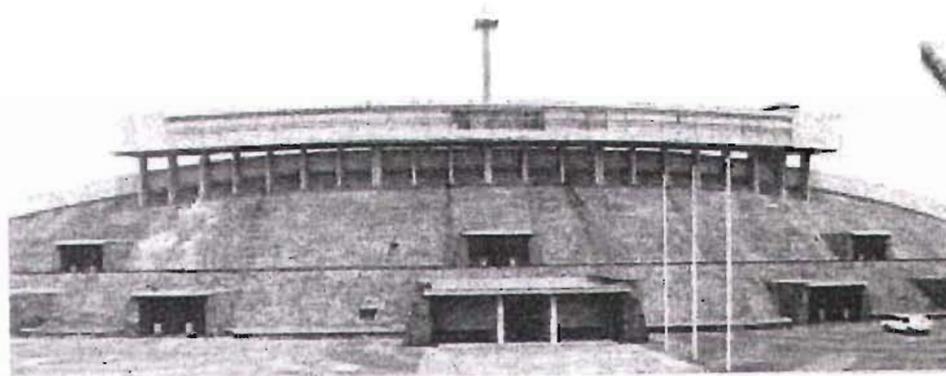
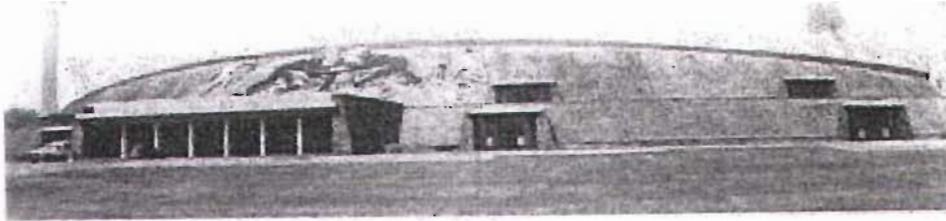
1968 Ciudad universitaria se convierte en un espacio importante pues además de ser la sede deportiva de las XIX Olimpiadas, adquiere un papel relevante al desarrollar, por vez primera un fenómeno artístico-cultural en el cual el MUCA, junto con la ruta de la amistad, marcan una identidad única que consolidan las artes visuales contemporáneas en México.

137



136 Foto Entrada al MUCA por la explanada de Rectoría, 1970

137 Foto Construcción de Escultura de la Ruta de la Amistad, 1968



138 Foto Estadio Olímpico de C.U.

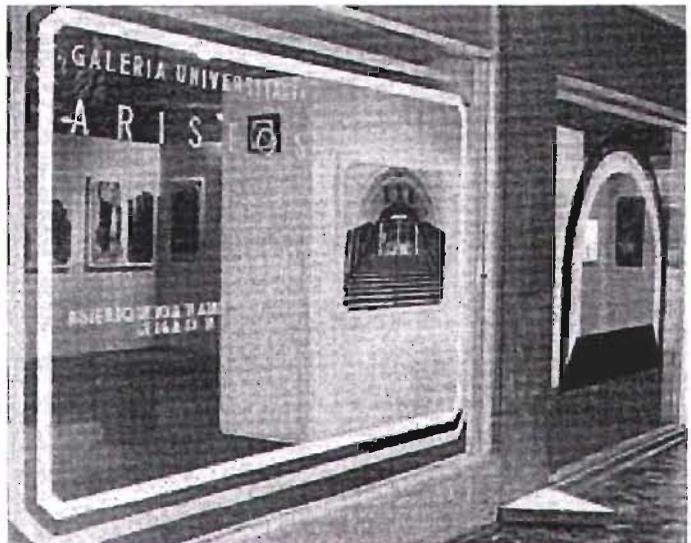
139 Foto Gráfica del 68, basado en el diseño del logotipo de Lance Wyman para los Juegos Olímpicos de 1968 en México

El logotipo ha tenido realmente pocos cambios. Las siglas se han utilizado siempre, empleando el azul utilizado en el escudo de la UNAM.

La tipografía empleada es la que ha cambiado, ya que al principio se utilizaba una tipografía sin serifas geométrica en altas. El logotipo corresponde al diseño elaborado en la década de los setenta, posterior a la gráfica de los juegos olímpicos.

1975 La Universidad agrupa en el nuevo Departamento de Museos y Galerías, diferentes espacios culturales entre los que se encuentra el MUCA, definiendo una nueva política cultural, volviéndolos Centros de Extensión Universitaria.

La Galería Universitaria Aristos, es un ejemplo que nace del concepto de extensión universitaria, creando un espacio público fuera de la zona sur de la ciudad, ubicado en Insurgentes sur 421 conjunto Aristos colonia Hipódromo Condesa. Otra idea innovadora es el MUCA móvil, vehículo en donde era



140 Fotos Fachada e Interior de la Galería Aristos

posible observar en diferentes sedes, gracias a su adaptación para exhibir obra, las colecciones pertenecientes al Museo Universitario de Ciencias y Arte (MUCA), al igual que en la Galería Universitaria Aristos.

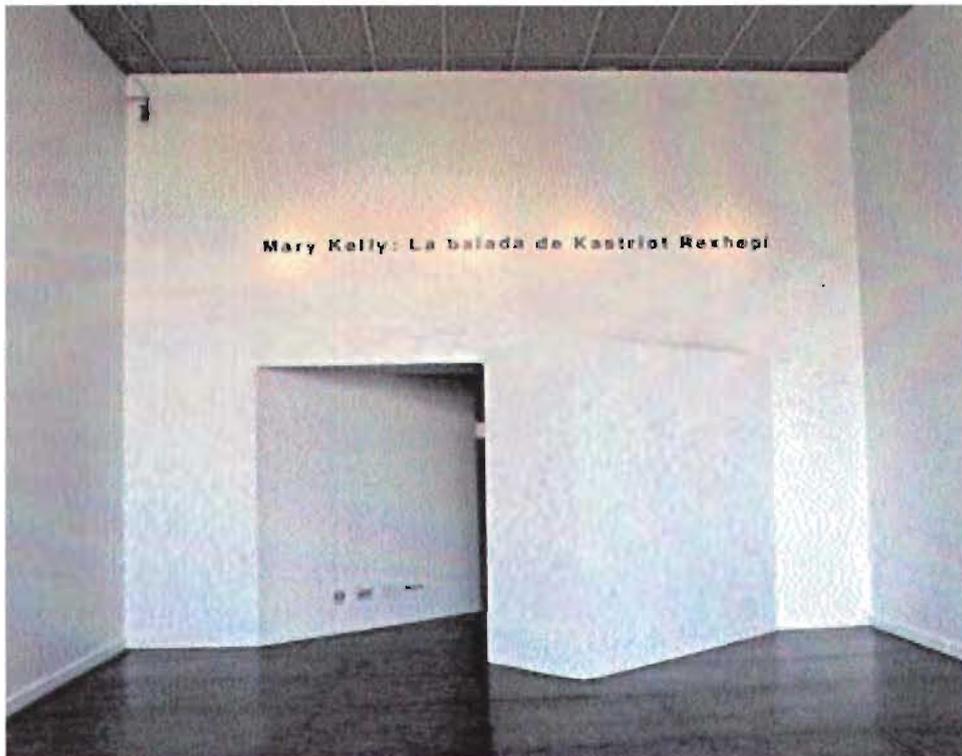
1993 El Centro de Investigación y Servicios Museológicos (CISM), determina el cambio de denominación del Museo Universitario de Ciencias y Arte por el de Museo Universitario Contemporáneo de Arte.



**COORDINACION DE DIFUSION
CULTURAL**

UNAM - CISM

1998 El museo ha tenido algunos cambios conforme a los diferentes rectores y directores que han trabajado en la Universidad. Uno de los cambios se verificó en el nombre del museo, a partir de este año, se retoma el antiguo nombre de Museo Universitario de Ciencias y Arte. En realidad el nombre para el público visitante nunca ha cambiado, ya que las siglas han permanecido desde sus inicios (MUCA).



141

142



143



142 Foto Sala del MUCA, CAMPUS CU.

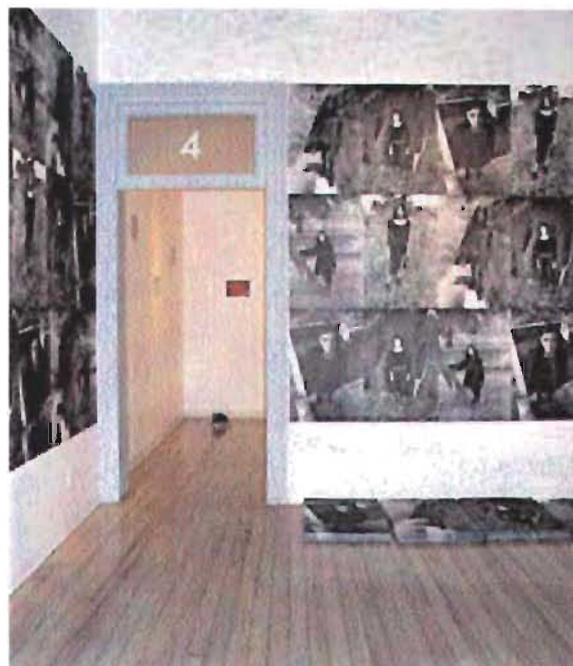
143Foto Explanada de Rectoría, Exposición Federico Silva MUCA, CAMPUS CU

1999 Al cierre de la Galería Universitaria Aristos por problemas de ubicación, se vincula a las actividades del Corredor Cultural de la Colonia Roma el mismo concepto de galería pública, con el nombre de MUCA Roma Campus, en la calle Tabasco núm. 73.

muca roma

museo universitario de ciencias y artes

144





2002 MUCA enfoca su trabajo a la retrospectiva de personajes y fenómenos históricos que marcan un momento importante tanto en la vida cultural del país como en la máxima casa de estudios, reforzando el papel de los universitarios ante la sociedad.

Hoy en día se usa el logotipo en bajas con el azul, aumentando las siglas campus para el recito en Ciudad Universitaria, o la palabra Roma campus, para la nueva sede del museo en la colonia Roma.

MUCA C.U.
museo universitario de ciencias y artes

muca móvil
museo universitario de ciencias y artes

Debajo de las siglas que se usan en bajas y altas indistintamente, se encuentra el nombre completo del museo, es decir MUCA (Museo Universitario de Ciencias y Artes) o bien MUCA ROMA (Galería Universitaria Roma),ajustando el nombre al ancho de las siglas. La tipografía ahora empleada es mucho más ancha que la anterior y está en bajas. En el caso de MUCA C.U., los puntos utilizados para las siglas de Ciudad Universitaria, son colocados más que nada como acentos visuales a manera de círculos, más que de puntos. En la actualidad se aumentó la palabra CAMPUS en bajas en bold y alineado .

muca
 c a m p u

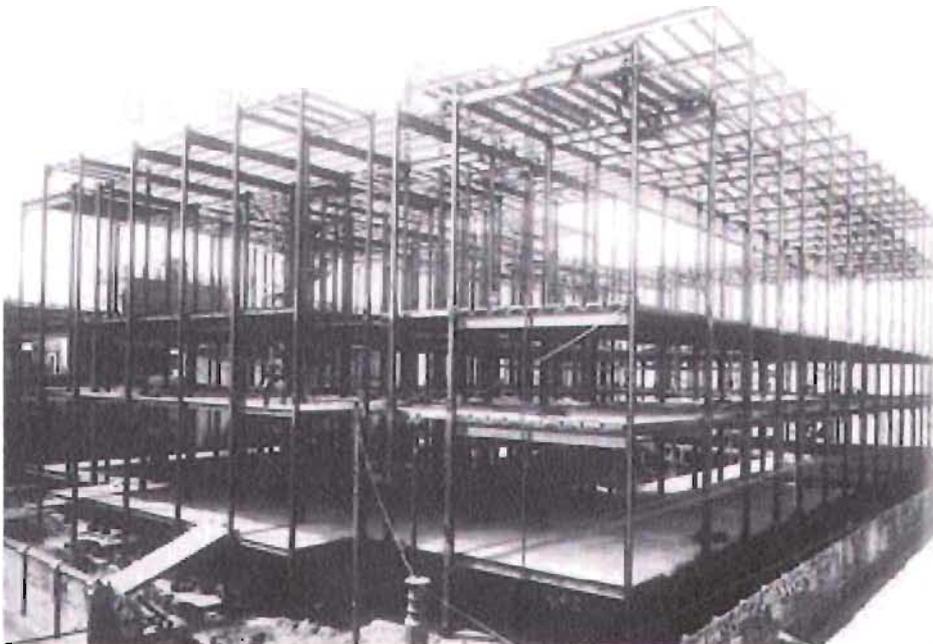
1.7.- Museo Nacional de Arte



146

1902-1911 El edificio que ocupa este museo es el que fuera Palacio de Comunicaciones, obra del porfiriato encomendada al arquitecto italiano Silvio Contri, dispuesto arquitectónicamente en tres cuerpos, con cuatro fachadas de cantera, su diseño con balcones, arcos de medio punto, columnas jónicas adosadas y ornamentación basada en guirnaladas de flores y frutos, además los trabajos de fierro ornamental realizados por la Sociedad Anónima del Pignone de Florencia, que a su vez utilizó los servicios de Mariano Coppedé e Hijos, dan al edificio un carácter ecléctico.

147



146 Foto MUNAL

147 Foto Construcción del Palacio de Comunicaciones MUNAL

1982 El Museo Nacional de Arte es inaugurado el 23 de julio, da una visión panorámica del arte mexicano desde el siglo XVI hasta 1950.



El primer logotipo del que se tiene registro del Museo Nacional de Arte, surge en la década de los ochenta, aproximadamente 1982, diseñado por Vicente Rojo, es un logotipo icónico-tipográfico donde sus cambios de tamaño de la letra, tiene una función técnica y coloquial, la envolvente y la hoja se integran permitiendo ciertos matices históricos.

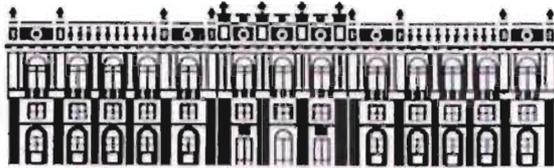


El segundo logotipo forma la palabra "MUNAL", proveniente de: Museo Nacional. La tipografía empleada sin serifas, medium bold, utilizada principalmente en color azul. Debajo se encuentra la dirección del museo distribuido en tres renglones, esto último en color negro en una tipografía sin serifas, en altas a un puntaje menor que el logotipo.

MUSEO NACIONAL DE ARTE **munal**

El logotipo se encuentra estructurado en un formato rectangular, ocupando tres cuartas parte, justificado a la izquierda.

Dada la importancia del museo, se decide emplear la fachada principal del edificio como identidad, creando un imagotipo. A la sobriedad del dibujo de la fachada, se agrega en la parte inferior el texto "MUSEO NACIONAL DE ARTE", todo en altas, en una tipografía romana, con versalitas. El imagotipo está contenido en rectángulo donde los elementos se encuentran centrados.



MUSEO NACIONAL DE ARTE

El color mayormente empleado es el negro, aunque también pueden verse ejemplos en verde, otra aplicación del imagotipo es calado en fondos de diversos colores para las publicaciones del museo.



149



150



Patronato del
Museo Nacional
de Arte A.C.



PATRONATO DEL MUSEO NACIONAL DE ARTE, A.C.

149 Foto puerta del MUNAL.

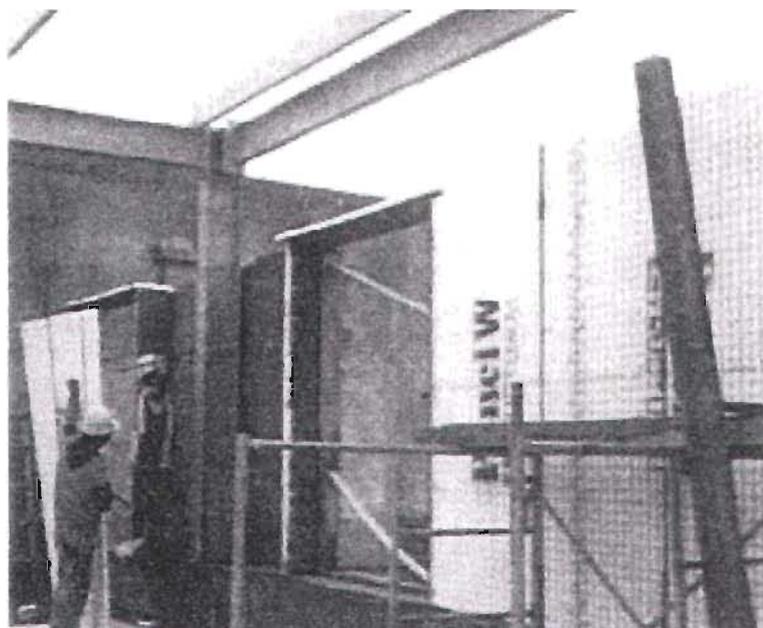
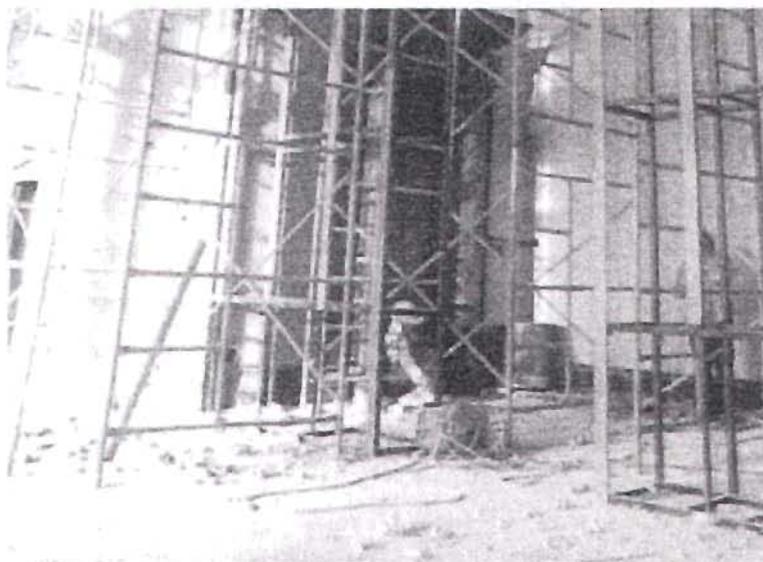
150 Diagrama Vicente Rojo
Cama

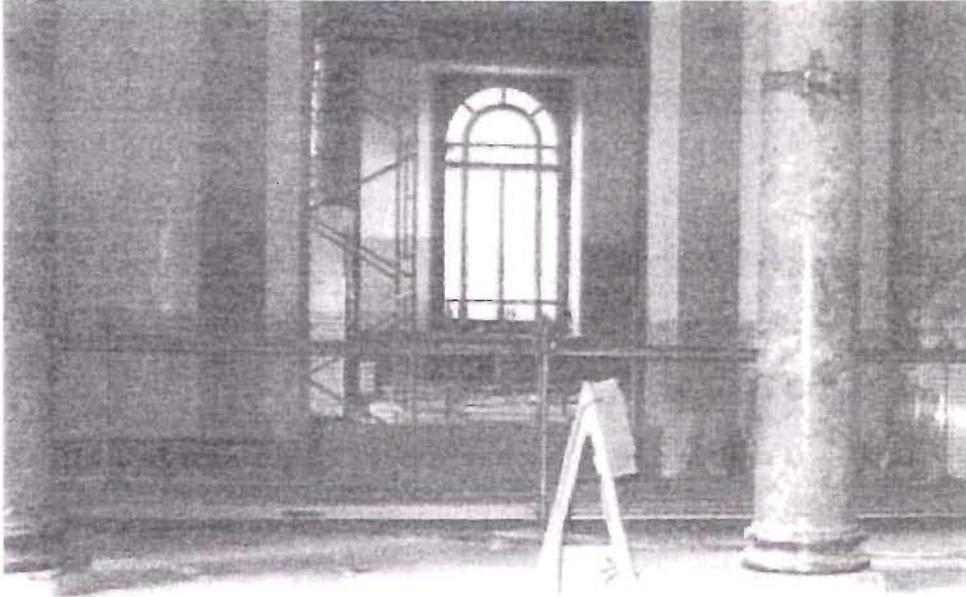
El logotipo que utiliza una hoja, en alusión a los elementos vegetales como ornamento latente en madera estuco o piedra, es diseñado por Vicente Rojo Cama y se decide destinarlo como emblema del Patronato del museo.

2000 El museo se remodela y se reestructura orgánicamente. En esta etapa, la política institucional da a conocer este magno proyecto como MUNAL 2000.

Finalmente, la fachada, que ha tenido cambios casi imperceptibles en algunos detalles de la ornamentación, es usada para el nuevo imago tipo en el año 2000. El MUNAL conmemora el hecho utilizando este imago tipo entre 1999 y 2001 en algunos actos no oficiales, el cual se agrega debajo del logotipo institucional.

151





2001 Reapertura del museo. Se recupera todo el edificio para albergar obra con tecnología de avanzada en museos. Se crean nuevos conceptos de exhibición, como los espacios hipertextuales, gabinetes de estampa y fotografía.

2002 En la sala de colecciones especiales y de exposiciones temporales, se puede admirar obras de diferentes colecciones, como la colección del acervo artístico Fundación Televisa, y la colección FEMSA.



Tacuba 8, Centro Histórico Servicio de estacionamiento

A partir de la reinauguración del museo, se utiliza otro logotipo como comercial, modernizando la imagen del MUNAL, diseñado por ZIMAT DESIGN CENTER y compuesto por las mismas siglas pero eliminando la presencia del edificio y retomando, de alguna manera, el primer logotipo del museo.

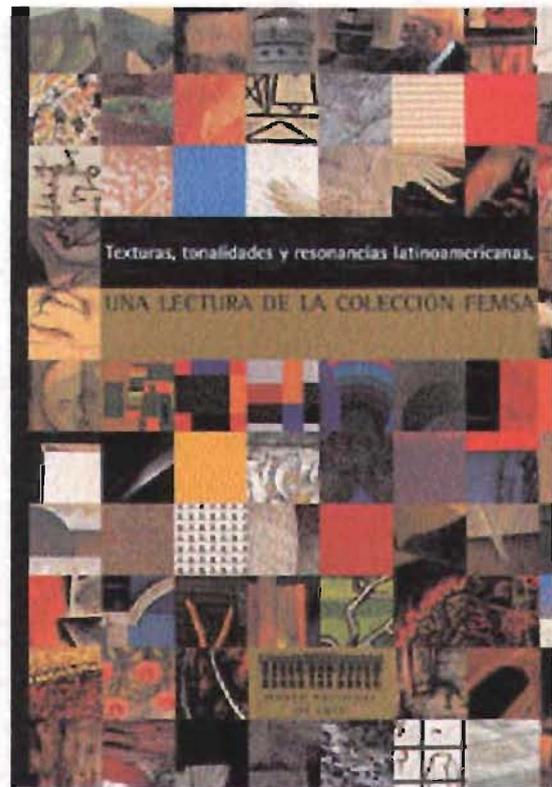
Diferenciándolo con tipografía en bajas, con patines uniendo la U y la N, tanto por trazo como por color, creando un acento visual. Los colores utilizados son diversos, ya que se puede encontrar el logotipo en gamas de azules, naranjas o verdes. Las letras utilizadas como acento tienen una degradación tonal del color empleado en el resto del nombre. El logotipo se encuentra dispuesto en una placa de distintos colores con un tono más fuerte que el resto de la palabra.

munal

MUSEO NACIONAL DE ARTE



153



153 Fotos Folleto del MUNAL



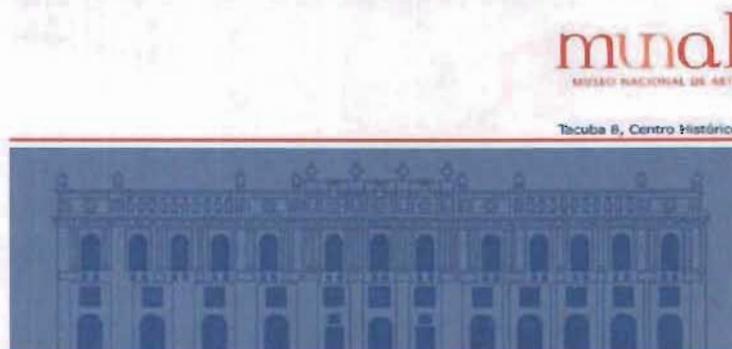
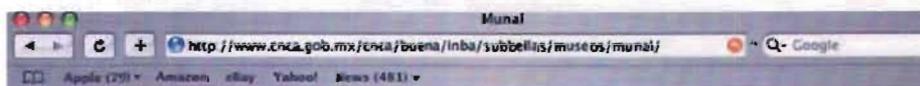
91

Fotos Folleto del MUNAL



Existen diferentes aplicaciones en las que podemos encontrar impreso el logotipo, y son muy variados los colores en los que se le puede observar. Esto concuerda con la nueva imagen que el museo persigue, sintetizada en la palabra "modernidad", y sobre todo refuerza la idea de las distintas exposiciones que se exhiben por temporadas de su mismo acervo, haciendo una rotación conforme a las estaciones del año y su finalidad es comercial.

El criterio empleado para el nuevo logotipo es confuso, pues se siguen empleando paralelamente el imagotipo y el logotipo en diversos soportes como papelería, pendones, invitaciones, etc. Es uno de los primeros museo que usa logotipo Institucional y logotipo Comercial.



CAPITULO III

El Entorno Urbano

La gráfica de entorno en los museos de arte de la ciudad de México, nos muestra cómo el diseño atiende aspectos no sólo comunicativos, sino también los derivados de su relación con la arquitectura y su percepción: experimentación con materiales y texturas que permiten favorecer las múltiples percepciones en función de la posición del espectador garantizando la visualización, la integración con la arquitectura, y así una buena aplicación gráfica se ve convertida en elemento referencial, tanto en el aspecto semiótico como en el perceptivo.

La imagen visual de un museo se ve afectada por la falta de una gráfica aplicada a la identificación del edificio, así como a las exigencias de un análisis funcional de la señalización y de la estructuración de la información: aspectos funcionales de la señalización en sus itinerarios interiores y las necesidades informativas que facilitan la comprensión de los espacios, el acceso y la ubicación de los mismos.

156



157

156 Foto Entrada al MUCA
CAMPUS CU, Confusión Visual

157 Foto Señal Turística, Periferico

La investigación llevada a cabo supone modificar las relaciones establecidas entre la arquitectura, el diseño y la ciudad en aras de que se propicie una lectura respetuosa y renovada de una imagen unitaria de la gran urbe. Es aquí donde se manifiestan con mayor intensidad las relaciones que se establecen entre el diseñador y su ciudad, la comunicación gráfica con innumerables espectaculares, pendones, logotipos escultóricos, y sobre todo el diseño de la información y el impacto que ésta tiene sobre el mundo que nos rodea.

En ciudades históricas como la nuestra, es común encontrar edificios restaurados y rehabilitados como museos, no solo por sus dimensiones y lo apropiado de sus espacios, su carácter de monumento hace de estos lugares verdaderas instituciones para albergar el patrimonio cultural de un pueblo, de una nación.

158



159



En sus inicios, la comunicación visual en los museos es considerada a partir de su origen; y la creación de museos institucionales abiertos a un cierto público a mediados del siglo XIX. Es un fenómeno independentista, dada la breve etapa imperial, el periodo preparatorio de la república favorece el desarrollo de la prensa política, la época independiente vio surgir el primer museo " Museo de Historia Natural ", la primer revista literaria "El Iris", esto tiene que ver con la iniciativa cultural del Estado, aunque aún no está definida, y es difusa dada la crisis del país, carece de ingerencia al seno de la población, en cuanto a diseño, es acorde al momento histórico.

158 Foto Palacio Postal, Museo Postal

159 Foto Palacio del Arzobispado, Museo de la SHCP

160



Ya avanzada la segunda la mitad del siglo XX , el diseño confluye en todos los ámbitos, las iniciativas culturales del Estado ya están definidas y se concentran básicamente en la ciudad, los museos que se construyen ex profeso son en una zona de arraigo popular ampliamente conocido "el bosque de chapultepec" muy visitado por las masas. En el campo del diseño se debería de haber incorporado más información visual.

161



160 Foto Museo Nacional de Historia Castillo de Chapultepec

161 Foto Reproducción fotográfica de la restauración del edificio Casa de las Ajaracas

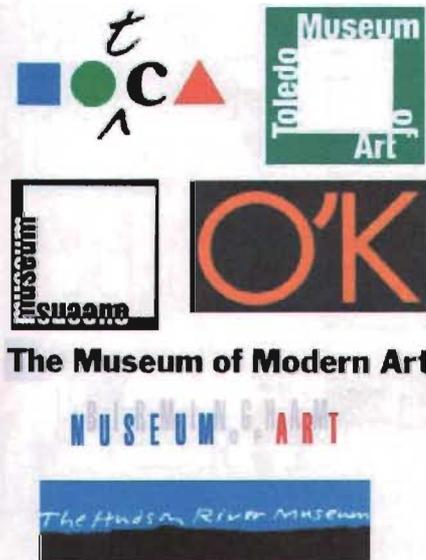
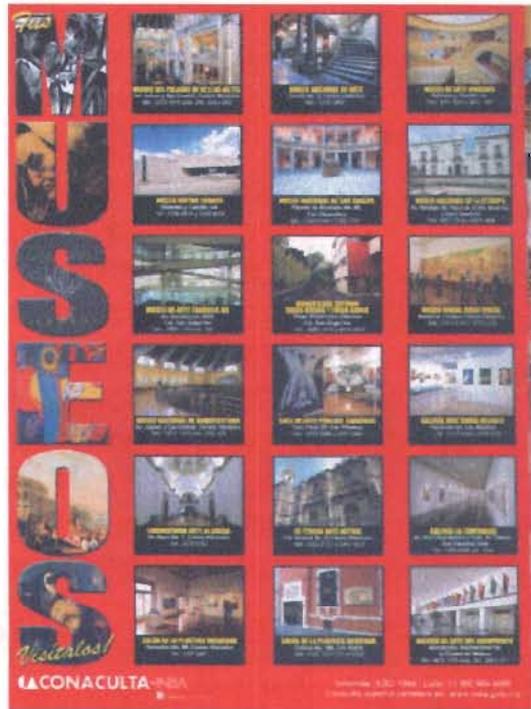
La intervención del diseño gráfico en el interior y exterior de edificios tiene una relación muy estrecha con la arquitectura, el entorno, se ve condicionado de manera decisiva por las tendencias estéticas características de esta etapa.



162

En el siglo XXI el museo hace partícipe al público en el diseño y la aplicación de contenidos, producto de esto es el espacio virtual que se ofrece como extensión de los museos, mediante montajes de exposición en línea, del acceso a base de datos, del servicio a los usuarios a distancia y por ende de la retroalimentación al público.

Como se ha mencionado, cada Museo cuenta con un diseño hecho ex profeso. El problema surge cuando los museos no mantienen la debida reglamentación con su imagen, ya que no es nada raro observar en muchos impresos la mala utilización de ésta, o incluso la inexistencia de su logotipo, lo cual hace que el museo pierda carácter para con el público visitante, y no logre la permanencia en las imágenes colectivas.



164

162 Foto Sitio web y Quiosco Turístico promocionando al Museo Tamayo

163 Diseño Publicitario para diferentes Museos Revista Museos de México y el Mundo, No.1

164 Logotipos de diferentes Museos del mundo Diseños Ivan Chermayeff y Tom Geismar

Es muy importante hacer que permanezca una imagen sólida de un museo, ya que en la medida que se logre una relación de todos los íconos que pudiese llegar a tener, como la arquitectura o elementos externos, se afianzará en la memoria colectiva, lo que hará que la gente se interese más en visitarlo, y recuerde lo que ahí se exhibe.

165



165 Fotos de Aplicación de imagen de la Exposición Temporal FARAÓN, en espacios públicos, Museo Nacional de Antropología

Los elementos básicos de la información visual para espacios abiertos son: lugar, tamaño, sombreado, textura, orientación, color y forma. Los podemos ver desde dos puntos de vista: los jerárquicos, que se expresan mediante el tamaño, la intensidad y la distinción de color y forma apoyados en líneas y cuadros; y elementos visuales aplicados en zonas de color, cuya función es acentuar y organizar, y finalmente todo esto nos lleva a plantear el significado que los usuarios les asignarán. La ergonomía es la organización metódica del acondicionamiento de la función y el usuario, en objetos tridimensionales teniendo como finalidad la creación de condiciones favorables a lo que se diseña, paradas de autobús, lamparas etc., Es uno de los campos que la disciplina del diseñador debe incorporar ya que es necesario en el diseño y en particular en el de soportes tridimensionales.

3.1.- Museo de Nacional de San Carlos

El museo cuenta con bastante difusión en medios masivos como prensa y televisión, por lo que el logotipo es muy empleado, sin grandes modificaciones. En la tienda del museo se encuentra en impresos, recuerdos, y por supuesto en las publicaciones del museo.



166

A pesar de contar con una identidad propia, el museo no respeta el logotipo, es alterado para cada exposición. Es necesario que el departamento de comunicación, o quien determine el museo, se encargue del manejo de la imagen, para que se reglamente, respete y no sea transformado según las necesidades de los departamentos, de los distintos medios de difusión.

3.2.- Museo Universitario del Chopo

El Museo Universitario del Chopo basa su difusión en medios como Gaceta y Radio UNAM. Su imago tipo sólo aparece en sus catálogos, folletos, invitaciones, etc.

Se emplea la fachada del edificio en el imago tipo. La tipografía en altas sin serif con acento gráfico en las palabras MUSEO y CHOPO a diferencia de un espacio mas cerrado en UNIVERSITARIO.

Si existe manual de uso, no hay recuerdos como medio publicitario; sólo cuenta con señal turística.



167

166 Fotos Tienda del Museo y Señal Turística y pag.web

167 Fotos Señal turística Av. Insurgentes y Tacuba

3.3.- Museo de Arte Moderno

Como en muchos otros museos, el MAM no cuenta con un manual de uso que nos permitiera conocer el diseño real propuesto por el diseñador gráfico, pero a lo largo del tiempo, se ha conservado el mismo logotipo, percibiendo simples cambios sobre todo de color.

Es posible encontrar el logotipo en todas los impresos del museo; folletos, catálogos, invitaciones, volantes. Dentro del área administrativa, se encuentra la aplicación del museo, incluso hasta en el camión perteneciente a la institución.

168



169



170



168 Fotos Parada de Autobus y Rótulos direccionales en el Bosque de Chapultepec

169 Fotos Rotulando una exposición para el MAM

170 Foto Imagen aplicada en el transporte del MAM

Una de las estrategias que el museo ha instrumentado para su difusión, es el colocar rótulos (una práctica muy usada desde los años cuarentas) a la entrada del museo, invitando al público a las diferentes exposiciones temporales que se exhiben el recinto.

En la tienda del museo se observa la aplicación del logotipo en diferentes objetos a manera de recuerdo.

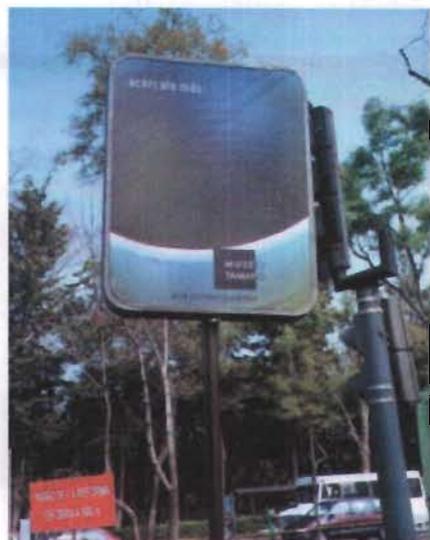
Es importante anotar que la Serpiente del Eco en ocasiones sirve como icono para la ilustración de publicaciones del museo, por lo que el logotipo puede ser constantemente comparado, creando desconcierto ya que el Museo El Eco es recuperado por la UNAM.

3.4.- Museo de Arte Contemporáneo Internacional Rufino Tamayo

Uno de los sitios en los que la imagen del museo puede ser observada, es en los rótulos colocados en Av. Reforma, invitando al público a visitar las exposiciones temporales. El museo cuenta con una tienda, en donde se pueden adquirir objetos con el logotipo impreso.



171



172

171 Foto Valla Publicitaria Museo Tamayo 2000

172 Foto Valla Publicitaria Museo Tamayo 1985/1997

173 Foto Anuncio Publicitario en buzón, Museo Tamayo

173

3.5.- Museo de Arte Contemporáneo Carrillo Gil

El uso del nombre como identificador o como signo verbal en el logotipo es la versión gráfica de su identificación visual, donde la tipografía posee una dimensión semiótica no verbal.

El logotipo del museo se encuentra principalmente en sus publicaciones, invitaciones, pendones, pósters, y últimamente en espectaculares anunciando sus exposiciones.

El museo no cuenta con una tienda, por lo que no existen aplicaciones en objetos como medio publicitario.

174



3.6.- Museo Universitario de Ciencias y Arte

Es posible encontrar el logotipo del museo en anuncios publicitarios colocados en distintos puntos de Ciudad Universitaria, pero que se adecuan al señalamiento del entorno, por lo que también es común encontrar el logo en color amarillo como color secundario, remontándonos de igual forma al escudo de la universidad.



175



176

175 Foto Sitio Portal Museos de México, y Pendón en MUCA CU

176 Foto Plano de ubicación MUCA, CAMPUS



Falta un estudio de entorno, donde la arquitectura del lugar se amalgame con lo gráfico visual, a favor de la legibilidad que es imprescindible.

3.7.- Museo Nacional de Arte

Existen diferentes aplicaciones en las que podemos encontrar impreso el logotipo comercial, son muy variados los colores en los que se le puede observar siendo el mas usado en el entorno.



177 Foto Espectacular sobre señal del MUCA CAMPUS CU.

178 Foto Fachada, MUNAL

Esto concuerda con la nueva imagen que el museo persigue de modernidad y sobre todo refuerza la idea de las distintas exposiciones que se exhiben por temporadas de su mismo acervo, haciendo una rotación conforme a las estaciones del año.



179



180

El criterio empleado para el nuevo logotipo es confuso, pues se siguen empleando paralelamente los logosímbolos anteriores en diversos soportes como papelería, pendones, invitaciones, etc.

179 Foto Invitación y bolsa
MUNAL

180 Foto Fachada con pendones
MUNAL

Capítulo IV

Entrevistas a Directores de los Museos y a los distintos diseñadores que han trabajado la imagen de los museos.

.....

Las entrevistas aquí reunidas, fueron motivadas por la investigación en torno a los museos de arte. Algunos dieron respuesta a ciertos acontecimientos sucedidos en el ámbito del museo y el diseño, a otros los sentí contrarios al quehacer profesional.

La necesidad de reorientar el papel del diseño, que en esta época ha vivido tan importantes cambios en el proceso creativo, se ha encaminado al enunciado comunicacional.

En cuanto a los museos, asumir la responsabilidad que éstos tienen como lugares de afluencia masiva, con un público activo, y una relación estrecha del museo con la ciudad y la sociedad.

Las transcripciones aquí reunidas fueron editadas con los enfoques y opiniones personales de los entrevistados.

Mtra. Graciela de la Torre
Directora del Museo de Ciencias y Arte
Ex Directora del Museo Nacional de San Carlos
Ex Directora del Museo Nacional de Arte

PVL: ¿Cómo nace la idea de la Imagen Institucional del Museo Nacional de San Carlos?

G de la T: No recuerdo, ha de haber sido a fines de los '70, pero nosotros no encargamos el logotipo, sino que una serie de chicas recuerdo que estaban haciendo su servicio social, entre el material que produjeron estaba ese logotipo y realmente se adoptó por carencia de recursos económicos, no recuerdo si había diseñadores y no teníamos con qué pagarles o no había diseñadores, y se adoptó pensándolo temporalmente. No me gustó nunca, me parecía una plaza de toros, me parecía muy mal logrado, con muy malas aplicaciones, entonces me llama la atención que después de 30 años siga siendo un logotipo vigente porque es anticuado, es un trabajo de estudiante de verdad de primer grado de diseño y me llama la atención que no lo hayan cambiado, ni siquiera podemos encontrar un manual de aplicaciones, solucionó en un momento dado, creo que en el momento en que íbamos a editar la primera guía, había que tener el logotipo, pero siempre fue con carácter

de que iba a ser temporal o de que era una eventualidad, no que se iba a quedar de ninguna manera.

PVL: La identidad con la que se maneja el museo en los años 70, tenía una finalidad: la de que es un museo que está dedicado del siglo XVI al XIX exclusivamente, que no entra nada de contemporáneo, nada de moderno por supuesto, ¿cómo pueden manejar esa imagen?

G de la T: Siento que no había la conciencia de identidad, identidad gráfica, no había en esos tiempos conciencia de tener una identidad gráfica, entonces, lo que se manejaba era un posicionamiento a través de los productos que generabas, esa clase de exposiciones o sobre todo los productos de carácter educativo, porque siempre fue punta de lanza en el país el Museo San Carlos con sus procesos educativos, entonces era como se manejaba el posicionamiento de la institución pero no con base en una identidad gráfica, no existía esa conciencia.

PVL: ¿Porqué los años '70 son muy importantes? el Museo de Arte Moderno en México, el MOMA en Nueva York -éste empieza a crear todo el concepto de exposiciones itinerantes, precisamente por la crisis que existe en los museos-, y si en los años '70 uno de los museos más importantes en este país es el Museo de San Carlos ¿qué pasa con su imagen?

G de la T: Sí mira, soy algo así como Juana de Arco, a mí me toca recibir los museos en unas condiciones dramáticas, cuando recibí el museo de San Carlos, no tenían ni inventario, fue un trabajo paulatino de construcción de una institución realmente... entonces cuando tienes que partir desde hacer un inventario, hacer bodegas, hacer salas permanentes, hacer talleres, bueno, esto te lleva tiempo, entonces es realmente construir una institución. Tú no puedes posicionar una institución que no tenía la solidez, no podías posicionar al exterior, cuando ni al interior, ni siquiera en su propios 500 metros, entonces sí fue una labor que llevó unos 12 años para consolidar esa institución.

PVL: En el MUNAL, Museo Nacional de Arte, que por supuesto entra a un gran proyecto para el 2000, con una visión muy adelantada desde mi punto de vista, primero por las características propias que tenía el MUNAL, -es un museo joven de los años 80's, otro museo que también tiene un edificio histórico por su arquitectura- ¿cómo estuviste viendo el problema de identidad, antes de que vieras la proyección del MUNAL 2000? ¿qué imagen?

G de la T: Desde un principio sí me preocupó el hecho de tener una buena identidad gráfica que diera cuenta del lugar que ocupaba en el concierto de los museos, por sus características y por la importancia del edificio, entonces, antes del proyecto del MUNAL 2000, se le encargó también a Fernando Touche que hiciera un logotipo con base al edificio y fue el logotipo que usamos desde que yo entré, muchísimo tiempo se usó, muchos años, 10 años se usó, pero sí estaba yo preocupada realmente porque nos pudieran identificar rápidamente y en el momento que tú vieses el edificio te dabas cuenta de que era una institución de mucho peso y después ya con el proyecto MUNAL 2000 se le encargó otro trabajo y hubo la propuesta de tener un logotipo

institucional, que era con base al edificio también diferente, más sencillo, más limpio y otro logotipo que fuese el logotipo comercial, el institucional era para papelería, para impresos formales, etc., y el logotipo comercial para la tienda y como para un público más joven, por así decirlo y así productos no de tanto peso.

PVL: Hay dos tendencias dentro de las imágenes o identidades de los museos, por ejemplo, en los años 80's se remodela lo que va a ser el Museo Victoria, el Reina Sofía, etc., en España y bueno, con toda una idea y una propuesta corporativa, más que como instituciones subsidiadas por el gobierno, que abrieran a toda la gente y pudieran tener recuerdos del museo, como una forma de asir el museo, de llevártelo a casa, pero tú en este proyecto enfrentas dos fenómenos, dos usos de logotipos.

G de la T: Sí, fíjate que yo no sé si fue muy conveniente, porque siempre teníamos problemas en el momento que se iba a hacer cualquier cosa, bueno, los productos comerciales no tenían problema, pero en el momento en que tú ibas a hacer una publicación, una agenda, decían "¿cuál usamos?" o sea, quiere decir que no estaba claro, te puedo decir que no son indistintos definitivamente, pero creo que sí hay un problema y los dos funcionan muy bien, yo creo que tendría que hacerse como un catálogo de aplicaciones, no tenemos catálogo de aplicaciones ¡eh!

PVL: ¿No lo hay? ¿por qué, si contrataste a un despacho de diseño?

G de la T: No, no lo tenemos porque era muy costoso y el proyecto, tú lo sabes, el del MUNAL fue un proyecto millonario pero no teníamos un catálogo de aplicaciones, entonces era un poco aleatoriamente decidir con sentido común cuál usabas en cada ocasión.

PVL: ¿En México es muy común esa práctica?

G de la T: Por ejemplo yo te preguntaría a ti, para los banners, para los pendones ¿cuál usarías?

PVL: Usaría el oficial, el comercial para recuerdos.

G de la T: ¿El institucional?

PVL: El institucional, porque precisamente esa es la imagen que debo de tener en mi público.

G de la T: Pero fíjate que es un edificio muy tieso, un edificio muy imponente, entonces el logo comercial también funciona muy bien. Los dos funcionan, pero es un problema, tendríamos que tener un catálogo de aplicaciones muy, muy, muy puntual, que nos dijera cómo usarlo para que no tuviéramos duda .

PVL: Es una tendencia ya hace años en México utilizar las fachadas arquitectónicas de los edificios en los logotipos, lo que se me hace muy curioso es que en el 2000, cuando ya estamos entrando, vislumbrando el museo para el nuevo siglo, seguimos utilizando esa fachada.

G de la T: Sí, yo creo que funciona muy bien, sobre todo ¿sabes qué? internacionalmente funciona muy bien porque en el momento en que reciben una solicitud de préstamo de obra y tú ves ese logotipo te das cuenta que es una instrucción de peso, entonces sí funciona.

PVL: En los logotipos del Museo Reina Sofía y en el Museo del Prado les quitaron el emblema.

G de la T: Ellos no necesitan.

PVL: Entonces quitaron el edificio y lo que hicieron es utilizar tipografía en bajas, es una tendencia muy curiosa a finales de los años ochentas.

G de la T: Ellos no necesitan, pero si yo mando una solicitud de préstamo a Copenhague y dice MUNAL, no te dicen nada, si ves la fachada dices "¡caray! ese museo es importante", entonces en ese sentido funciona y para eso se escogió, fue uno de los motivos para escoger la fachada en términos internacionales.

PVL: ¿Ahora tenemos un nuevo reto con la imagen: MUCA?

G de la T: Sí, fíjate que es todo un reto porque, bueno, este MUCA no se le iba a hacer mucho, ahora se le puso MUCA CAMPUS, porque a mí me parece que el logotipo es malo, pero me parece peor poner CU, me parece horrible, entonces lo que se hizo fue modificar y poner MUCA CAMPUS, pero definitivamente para el próximo museo está uno de los puntos, el de la imagen de identidad.

PVL: ¿Porque sí es una necesidad?

G de la T: ¡Claro! y no nada más el logotipo, es toda la identidad gráfica, que fue como se manejó el MUNAL, se manejó toda la identidad de ese logotipo hasta cedulario, folletería, todo, todo, todo que tenga una congruencia.

PVL: ¿Es lo mismo que esperamos para el MUCA?

G de la T: Sí, sí, definitivamente

PVL: ¿Que será aplicado al Chopo?

G de la T: No, no, no, esto nada más nosotros y ECO se quedará con, ya sabes, con lo de Mathías Goerits, el eco de Mathías Goerits, que son preciosas ¿no?

PVL: ¿Es una propuesta de los setentas?

G de la T: Sí pero súper vigente, súper contemporánea.

PVL: Sí, a pesar del tiempo. ¿Cuáles consideras que han sido las mejores imágenes de museos extranjeros?

G de la T: Te voy a dar una respuesta pésima, no sé, creo que no es algo que esté en mi rango de atención

PVL: ¡Ah! Perfecto, eso es importante porque pasa lo mismo con las personas ajenas a los museos.

G de la T: Si tú me enseñas alguna, yo te puedo decir "sí, me parece que funciona", pero que esté en mi rango de atención, ahorita me podría acordar del Palacio de Tokio y te puedo decir que es infuncional (sic) totalmente, porque acabo de estar.

PVL: ¿Por qué se da el cambio de imagen en un museo?

G de la T: Oswaldo cambió la imagen del Carrillo Gil y del Tamayo, bueno, porque quiso, porque es un hombre muy serio, muy propositivo y el de Arte Moderno es Luis Lozano, puso la serpiente del ECO, pues porque quiso ponerla porque le pareció que le funcionaba, cierto, porque también quiso hacerlo, por que la otra era muy anticuada y ¿por qué la de San Carlos sigue? porque hay una indolencia ¿me explico?. Sí entonces creo que hay una especie de desorden absolutamente, eso te da idea ¿verdad?

PVL: ¿Ya es tiempo de ver la identidad?

G de la T: No se valora mucho lo que es la identidad ¿eh?, piensa que cualquier cosa puede funcionar, tan es así que lo estamos viendo en el caso del Museo de Arte Moderno, lo más infuncional (sic), y bueno, el director pensó que le podía funcionar a él, se piensa inclusive que no tienes que contratar especialistas en un momento dado, pero generalmente no se considera, y además, déjame decirte una cosa, los despachos son caros.

PVL: ¿Se puede diseñar por estudiantes, por concurso ?

G de la T: Sí, entonces no siempre hay recursos, y la cuestión un poco es que no se valora la necesidad de diseño y los recursos que hay se aplican en otras cosas ¿no? y lo mismo sucede con la gráfica de las salas, cada quien lo hace como quiere, metodológicamente es un error, es un error de una longitud enorme, firmadas o no firmadas, no hay como parámetros; y también en términos de diseño son otro horror. Valdría la pena también reconsiderar...

PVL: Gracias por la entrevista

Mtra. Roxana Velásquez Martínez del Campo
Directora del Museo Nacional de Arte
Ex Directora del Museo Nacional de San Carlos

PVL: Como ex directora del Museo Nacional de San Carlos, -conservo la imagen, porque sólo se aumenta palabra-, ¿por qué no un diseño o un rediseño o adecuar correctamente los cambios del nombre ?

RVMC: Desde que llegué al museo en 1990 el patio siempre se manejó como el emblema del museo, el patio quizás es elemento mas atractivo de todo el edificio, si preguntamos, si cuestionamos a lo largo de los 14 años que yo estuve en San Carlos, si cuestionamos esa utilización, pero me parece que como edificio es lo mas rescatable y era muy atractivo; quizás hoy en día nos pareciera que es muy clásico, lo que sucede con lo clásico es que no pasa de moda. Se trabajaron otros logos para un departamento concreto que es Servicios Educativos, se hicieron varios ensayos con personas de servicio social por ejemplo, pero no fue un descuido, realmente hay un consenso en manejar este logo institucional y el de los niños fue algo mucho mas ligero, para que se asociara no tiene muchos años, como 5 años, luego le dieron un poco de cambio para tratar de definirlo. Yo, no estoy en contra que se usen distintos logos para distintos departamentos, mi posición es de que debe de ser uno o dos máximo por que si no te confunden; aquí por ejemplo, en el MUNAL, tiene el logo institucional, y el que dice "munal", para hacerlo mas joven. Hay toda una teoría ahorita, están cambiando los logos desde los museos, por ejemplo el ACMA de los Ángeles, queriendo ser más contemporáneos, para mostrar otra cara.

PVL: El MOMA de Nueva York ha sido un parteaguas en cuestión de la imagen de museos, en los años setentas con las exposiciones itinerantes, acompañadas de toda una imagen y una estructura en diseño de embalaje, y nuevamente cambia de imagen en este nuevo siglo, ¿cómo lo ves, y el uso de la fachada de los edificios en la imagen institucional en relación con los museos mexicanos ?

RVMC: Mira, la primer imagen del MUNAL, que aparece en una publicación del museo es la de Vicente Rojo padre; en las publicaciones que salieron a raíz del MUNAL 2000, no hay nada que se dedique ha hablar de esto de la imagen.

PVL: Los registros de imagen en los museos no tiene seguimiento, ¿por qué?

RVMC: Me hablabas de los edificios, mira yo creo que es muy nuevo, en México preocuparse por los logos es algo muy nuevo, yo recuerdo que cuando empecé a meter personas de diseño a San Carlos me empezaron ha hablar de eso, que había que homologar esta imagen, que no se confundiera; mira, en México lo que trabajamos como directores es para posicionar los museos, entonces la asociación más vieja y fácil que vemos en un edificio de este tamaño es utilizar el edificio, por ejemplo el de Bellas Artes, es la prueba mas fácil de asociar el espacio.

Mira, si la pregunta es por que se limitan a usar el edificio, además obvio para un diseñador, qué raro, qué tradicional, que poca imaginación, hablando desde mi dirección que ya que asociaran el museo de San Carlos, ese patio hermosísimo y todo eso, es lo mas fácil y mas directo. Muchas veces la gente dice: "¿qué es el MUNAL?"; yo llegué el primero de marzo aquí, tú sabes, de repente el MUNAL "¿y eso qué es?", tienes que decir: "es el edificio que está junto a Bellas Artes", y empezar con una descripción, de qué es el edificio con una palabra, la utilización de la palabra MUNAL, es acortar los nombres y que funciona, es asociar, no es encuesta, pero no hay un alto porcentaje de la población que sepa qué es; ahora cuando dices: "Museo Nacional de Arte", la gente piensa que es el Museo Nacional de Historia, lo asocian con el castillo, porque también es un nombre muy largo, estamos creo que trabajando.

PVL: ¿Qué vas a hacer en cuanto al manejo de los dos logotipos del MUNAL?

RVMC: Con el proyecto MUNAL 2000, que es el más grande que ha pasado en este museo, en este país y en América Latina, en Europa también, creo que hay un estudio ya muy hecho para esto, no me he centrado en estos 9 meses en ver lo del logo, pero sí sé que la idea es, o supongo que la idea de usar la arquitectura, es por lo que te decía: si yo le pido obras al Museo d'Orsay, "preste obra, soy el MUNAL, no soy el MOMA", me falta mucho tiempo para que la gente me diga, MET, tú sabes que cuando yo diga "MET", que es Nueva York, es muy fácil; somos muy jóvenes, empezamos en el '82 y a ser muy conocidos, tú crees que en el 2000, no, aun no somos muy conocidos como yo quiero que seamos; entonces, decirle al Museo Metropolitano o al Nacional, "soy el Museo Nacional de Arte" tiene otra connotación, ya saben qué es el National Gallery al decir Nacional de Arte, que tiene lo mejor, la mejor colección, el espacio tiene que ser el mejor, y obviamente tiene el asunto federal, que tiene que ver con el Ministerio de Cultura. Es un nombre que yo no quitaría nunca, o sea con la onda de la modernidad, yo no lo quitaría, por que he notado que cuando digo Museo Nacional de Arte o Museo Nacional de San Carlos, para ese tipo de cosas, para los jóvenes, "oye, vamos al munal", es otra cosa. Yo creo que tienen que existir los dos, uno no sustituye al otro.

PVL: ¿Por qué tienen el problema, casi en la mayoría de los museos, de que cambian imagen y todo, pero carecen de manual?

RVMC: Cuando empezaron a aparecer los manuales, estamos realmente en pañales, vamos a empezar. En cuanto a la exigencia de los diseñadores, me lo acaba de decir mi diseñador, y me está diciendo que me quiere presentar todo un manual estoy de acuerdo. ¿Cuál es mi experiencia en los dos museos que he trabajado?, no existen, por que te demandan en muchas partes del mundo por no usarlo, la TATE famosa, este tratamiento que lo conozco muy bien, que además lo resumieron, es una forma muy fácil de asociar; repito, desafortunadamente, todavía la gente no va a decir "MUNAL" como "TATE", vamos caminando, estamos trabajando a pasos muy acelerados, pero sí, quizás habría que pensar en los dos, no sé cual es la opinión de mercadólogos (sic), publicistas, diseñadores, para que me digan: "¿sabes qué? olvídate del Museo Nacional de Arte

y tú pon MUNAL”, no lo sé, yo por mi parte, serian las dos. El Metropolitan Museum, cuando el director me manda carta no dice MET.

PVL: Ustedes son el primer museo que usa dos logotipos, pero ¿qué pasa con el entorno del MUNAL cuál imagen usa?

RVMC: Yo creo que es fundamental poner estas indicaciones, las he visto en cualquier pueblo micro de Europa, y la señalización es perfecta así sea un pueblo diminuto, creo que estamos por supuesto en una falla ahí y voy a trabajar para arreglarlo. ¿Qué me pasa a mi con mis alrededores, mis vecinos o cómo trabajo yo?, te voy a dar un ejemplo: los metros, son los que están muy cerca, es ahí donde quiero tener presencia, ahí hemos trabajado en las gobelas, no solamente de lo que hay en el museo, sino de las expo temporales, es una forma de preocuparte, por que el que va caminando al metro, no sabe que esto es el MUNAL, al tener presencia en esos lugares específicos, estoy tratando de involucrarlos, pero lo que tú hablas de la señalización, concretamente de las calles, hay que resolverlo, es un descuido que hay que atender y que ya lo atenderé, el Turibús es una forma obviamente - te dan mapas y el MUNAL es un punto del Turibús -, ya se empieza un poco a ampliar el conocimiento, creo que falta mucho por hacer en el MUNAL, mucho por ubicar, todavía pasa que me han confundido el MUNAL con San Ildefonso o Con el Museo de San Carlos y la Academia de San Carlos.

PVL: En los Planos de Barrio, en el metro, tampoco está ubicado, en Reforma existen Directorios de los edificios que encuentras alrededor, los espectaculares en valla son de las expo temporales de Antropología e Historia, y los demás museos ¿qué pasa?

RVMC: Mira cuando tu consigues un espectacular es un triunfo, siempre tienen que ver o con el DDF o con no sé quien, es el problema de las calles, siempre estamos peleando por tener un espectacular o dos o tres, donde me lo des, donde se pueda, no es algo que tengamos trabajado así por los dueños, por la renta por una serie de detalles que son ajenos a nosotros, pero por supuesto, si tú no tienes esa capacidad de llegar a espectaculares, pues también hay un descuido, en cuanto cómo se pone el logo, lo único que se ha cuidado -esto te lo puedo decir, si tu lo has visto- es INBA, CONACULTA hagan lo que hagan de hecho tienen un departamento especial para eso, en los museos vamos caminando y hay mucho que hacer.

PVL: La incongruencia es que el gobierno se preocupe por su imagen en el aspecto de cultura, y en cuanto a los museos ¿por qué no?

RVMC: Los logos no están sujetos a lo sexenal, estoy hablando estrictamente de San Carlos y MUNAL, nunca te dicen: “como ya llegó otro partido al gobierno, tienes que cambiar”, no es mi percepción, tampoco te dicen: “tienes que usar esto o aquello”, quizás habría que empezar a trabajar esos manuales, mucho más reglamentados; ahora, si me parece que utilizando lo que ya existe, lo que la gente asocia, se tiene que hablar con los especialistas y tomar una decisión.

PVL: Gracias por la entrevista

Ramiro Martínez Estrada
Director del Museo de Arte Contemporáneo
Internacional Rufino Tamayo
Ex Coordinador de Exposiciones
Museo de Arte Contemporáneo, MARCO

PVL: El Tamayo es un Museo joven de 23 años, la Identidad Visual con la que surge, ha tenido muchos cambios de hecho el último diseño que tiene, ¿cómo lo ves?

RME: Yo creo que el nombre del museo y la imagen gráfica original, es muy largo, o sea "Museo de Arte Contemporáneo Internacional Rufino Tamayo"; la imagen en su momento cumplió su cometido, obviamente Tamayo había trabajado en ella, era una cosa que la hacía valiosa. El museo tiene dos momentos muy importantes en los últimos seis años, en los que se empieza a definir un poco más los objetivos del museo: uno es cuando Tere Marques es directora, se crea la sala 7 y se empieza a generar estos proyectos con artistas jóvenes ya con una línea clara, y que era lo que se quería hacer; entre que sale Televisa y este periodo, creo que el museo funcionó como lo hacen muchos museos del estado, por cuestiones de fondos, de programaciones, muchas veces no tienen la coherencia que se quisiera, que se tuviera, a veces también por compromisos con otras instituciones, con otros países, la programación es un poco irregular, en el sentido de que no hay una línea. Creo que esta línea se empieza a ver con la sala 7.

Después cuando llega Owaldo Sánchez -ex director del museo- y manda diseñar la imagen actual, tenía una idea clara del proyecto que, creo, también es bastante acorde a un texto que tenemos afuera de lo que quería Tamayo, su finalidad y presentar lo que se está haciendo en el mundo sobre Arte Contemporáneo, que la gente pueda acceder, ya que la mayor parte de la gente no tiene las mismas posibilidades de viajar, o de ver, lo que pudiera ser un escenario donde se presente lo que pasa fuera de México.

El cambio de logotipo tuvo que ver también con una reducción del nombre, quedando "Tamayo Arte Contemporáneo", creo que funciona, con el sentido de que es lo que se está trabajando, el "Internacional" creo que sale sobrando un poco, Rufino, también creyó que el nombre completo se hace demasiado grande. En el nombre hay una cuestión todavía, a 4 años de este cambio: para la gente, somos el Museo Tamayo, el Museo de Arte Contemporáneo Tamayo, los nombres siguen siendo variables, poca gente conoce el nombre legal, por decirlo así. Creo que la imagen es bastante concisa, clara en el sentido de que -soy enemigo de los barroquistas- creo que el nombre y la identidad gráfica del museo funciona. Cuando llegué, lo que hicimos, es usar la imagen en catálogos, publicaciones, papelería, en la valla, para unificar, son las cosas, que parecen se ven sencillas pero a la hora en que te metes es ir en contra de las costumbres y hábitos de ciertos manejos y para cambiarlos, se batalla; eso fue lo que hicimos, de alguna manera adaptar esa imagen básica que tenemos a las publicaciones

a toda la papelería oficial que manejamos y creo que por ese lado si hay ya una idea más clara del Tamayo.

Recuerdo que alguien externo al museo, me dijo que la imagen del Tamayo era de un elefante blanco perdido en el bosque, no se sabía exactamente que se iba a presentar, cuáles eran los propósitos de presentar esas exposiciones, eso también es parte de lo que hemos hecho: marcar líneas, en lo que presentamos, que tu cuando oyes "Tamayo" tengas una idea de lo que vas a ver, no vas a ver el barroco en Alemania, son dos cuestiones paralelas y creo que han funcionado: la imagen gráfica, un poco mas definida, cuando vean una hoja de sala, nuestros catálogos, también por cuestiones de costo y de imagen decidimos hacerlo de cierto formato, de ciertas especificaciones, eso también ayuda un poco en este proceso, ha sido de evolución lógica.

Creo también peligroso el sentarte en una posición y decir: "esto lo hizo Tamayo", yo no lo conocí, pero lo que conozco, lo que he podido ver, es que fue un visionario al establecer la Fundación, un museo no como museo de su obra, sino abierto al exterior, ese es uno de los problemas que nos acarrea el nombre: según tengo entendido, Tamayo originalmente no quería que su nombre apareciera, era "Museo de Arte Contemporáneo Internacional", por cuestiones políticas, obviamente, la gente viene al Museo Tamayo y quiere ver obra de Tamayo, en la colección permanente tenemos nueve obras de Tamayo que es algo que también la gente no entiende, por cuestiones institucionales del INBA.

El compromiso que asumí era de trabajar periódicamente con Tamayo y con la colección, no mostrarla permanentemente, por que también el museo no es tan grande como quisiéramos, el determinar un espacio exclusivamente para eso, te quita oportunidad de otros proyectos, ahorita quitamos la tienda, el restaurante que estaba en un espacio que era sala se reubico y recuperó un espacio mas, en donde la gente pueda ver obra de Tamayo.

PVL: ¿Sostener la imagen visual de un Museo, a nivel nacional e internacional, es una tarea de conjunto?

RME: Mira, no es como tomar decisiones de tipo: "hoy se me ocurrió pintar el museo de amarillo por dentro". En la fundación está involucrada la familia de Tamayo, los sobrinos, es interesante platicar todos estos cambios, ellos lo conocieron obviamente más que cualquiera de nosotros; también es como una memoria, ver que hubiera pensado.

PVL: Es una identidad que lucha con la memoria, con la política, con la misión, ¿cómo lo enfrentan hacia el exterior ?

RME: Tenemos una muy buena relación con el Arq. Teodoro González de León, y el problema era que estábamos perdidos en el bosque. Lo primero que hicimos era ver qué posibilidades teníamos de publicidad, obviamente los tiempos en TV son imposibles financieramente hablando, fue hacer una serie de intercambios con publicaciones que van dirigidas

a un público habitual al museo y la gente que no viene; es impresionante, pero hay mucha gente involucrada en la cultura que no va a los museos y eso es lo peligroso; si hay un público de artistas músicos, teatreros, amas de casa, que creo debe haber más comunicación, hicimos intercambios con medios escritos y cubrimos esa parte, la cartelera estaba escondida, la plana, es curioso cuando se hizo el proyecto de esculturas en el camellón de reforma, en la esquina pusieron una cosa que usaron para promocionar cuando se terminó la exposición dije vamos a pintar "Museo Tamayo", luego se dio lo de la remodelación de Reforma y hablamos con Teodoro de que necesitábamos algo que marcara más el sitio del museo, hizo la cartelera tipo pantalla, que fue una cosa sencilla, hablamos con varios arquitectos y nos dieron cosas muy barrocas que ni siquiera eran proyectos y Teodoro nos propuso esta curva, que termina en el pasillo hacia el museo, como una especie de conductor; hablamos con el DDF, que ellos construyeran la valla, funciona bien. Hablando de evoluciones, tenemos este programa de trabajar con el edificio o con el bosque, el año pasado hicimos el proyecto de ballet casuales en la parte de atrás, este año Juan Pablo Vargas Lugo y Pablo trabajaron la cartelera, creemos que es la más viable la más espectacular, era sacar al museo, poner una pieza enfrente, que lo vean de fuera, la función de la cartelera es un espacio y va funcionando, obviamente es un espacio que se intercala entre obra y anuncio.

PVL: Es una inserción rara, porque al interior del bosque hay mapas, directorios que usan la imagen vieja, ¿qué pasa ?

RME: Existe un problema; la falta de comunicación de las instituciones. Cada quien sigue en su carril sin preguntar, es como lo del nombre: cuando se puede, se puede y lo que nosotros podemos controlar, hay cosas que están fuera de nosotros, la señalización en el bosque ya no sé de quién depende, por que ya ves que está el proyecto del bosque, esto tiene 2 años, ¿a quién le pedimos permiso?. Si ha sido tremendo.

PVL: ¿ No se ha atacado, porque no se sabe a qué instancias acudir ?

RME: Eso es una parte, ahorita hicimos una campaña de publicidad institucional con una agencia, con patrocinadores, estamos utilizando del metro las gabelas, parabús, gráfica en la pantalla del auditorio, televisión con los tiempos que podemos conseguir, y si, irnos un poquito más a medios. A lo mejor a sido falta de atención, y te acostumbras.

PVL: Es el museo y el entorno, y la relación de éste con el museo, la imagen ¿la usamos, la aplicamos o qué pasa ?

RME: Creo que es peligroso, los cambios de imagen. Creo que funciona, es una imagen limpia, clara, lo que yo no podría es cambiar la imagen, en dos, tres años no debe cambiar, la continuidad es importante, pero dentro de 15 años quien sabe, a lo mejor hay otro momento y se requiere de otra visión, entonces se hará.

PVL: ¿Quién diseñó?

RME Ricardo Salas estuvo involucrado al igual que la fundación.

PVL: ¿Cómo ves que se use logotipo institucional y logotipo comercial?

RME: Buena pregunta, si me dices ahorita cual es la imagen gráfica del MUNAL, te digo: el edificio; eso fue un proyecto muy específico, a mi me da cierto temor las cosas que identificas cuando utilizas fechas, porque van caducando, creo en este caso que la magnitud del proyecto si lo ameritaba, no sé si hay un determinado tiempo, que sean 5 años que vas a utilizar MUNAL 2000, creo que fue marcar un momento y creo que fue importante, ya después no sé cómo funcionaba.

PVL: Cuando se hace la campaña en vacaciones para el corredor de museos o festivales, ¿hay alguna forma de ver los lineamientos del manejo de su imagen ?

RME: Mira en las campañas, nosotros no participamos, tenemos talleres de cursos de verano, yo tengo mis dudas, participamos en algunas, va servicios educativos, es una cuestión mas de ponernos de acuerdo y que se haga el recorrido de museos es uno de los detalles en que no se profundiza en la vocación de cada museo al momento de integrarse.

PVL: El cambio de imagen del MACG y Tamayo se dio con la dirección de Oswaldo Sánchez, algo que no sucedía en años en los museos, y se dio en muy corto plazo.

RME: Definitivamente tenía que ver con la visión que Oswaldo tenía de las instituciones, creo que fue un poco tener la idea de lo que había hecho en el MACG, en otra dimensión lo hizo en el Tamayo, y eso fue una de las primeras cosas en las que se fijó, que había que modificar definitivamente.

PVL: ¿Tú sí crees que, independientemente de los cambios administrativos se deba de guardar la imagen que tenga el museo ?

RME: Si, obviamente aquí hay dos líneas: yo no creo que debas sentarte y estar en la posición de decir "esto fue lo que me dejaron y jamás lo voy a poder cambiar", pero tampoco es "porque yo llego voy a cambiar todo eso", creo que es vital que las instituciones sean las instituciones independientemente de quien las dirija; el MACT, va ser el Museo Tamayo cuando yo no esté aquí, espero que con una idea mejor y más clara de lo que hace el museo -que la gente tenga una idea mas clara de lo que hace el Museo Tamayo-, pero no que sea por que Ramiro, Oswaldo o lo que dice Tere, porque obviamente hay cosas que dependen de las direcciones, en tu casa si estás tú va ser de una manera, la cabeza, pero sí creo que es importante que las instituciones perduren porque no son juguetes, para empezar, hay un nombre que transmitir y un proyecto, que yo creo que es lo más importante.

PVL: Gracias por dedicarle tiempo a la entrevista

Carlos Ashida Cueto
Director del Museo de Arte Contemporáneo Carrillo Gil
Ex director del Museo de la Universidad de Guadalajara

PVL: La imagen que tiene actualmente el museo, ¿cómo repercute?

CAC: Esta imagen fue elaborada por Pedro Reyes, un artista visual; Héctor Zamora es también coautor, Héctor entra invitado por Pedro pero realmente el mentor es Pedro.

PVL: La primera imagen que tienen es en la época de Silvia Pandolfi, ¿es el único museo que tiene manual?

CAC: Habrá que aclarar eso.

PVL: ¿La imagen actual se da con Oswaldo Sánchez?

CAC: Sí, se desempeña con un ánimo de innovación, interpretación, que a veces es un poco soberbio. Desde mi punto de vista, el caso de la imagen gráfica de aquí sí me parece afortunada, efectivamente la modificación que Sánchez introduce me parece que gana, tiene el buen tino de recurrir a un elemento arquitectónico distintivo, las rampas, que incluso desde la concepción misma del museo es un elemento central, casi geoméricamente hablando y obviamente en un sentido visual, lo logró con mucha eficacia, la abstracción que este elemento arquitectónico permite, por un lado con un motivo geométrico muy atractivo, y por otro lado es para quienes experimentan ya la visita a nuestro espacio, adquiere significación con mucha facilidad sin necesidad de descifrar claves demasiado críticas, inaccesibles para el público no iniciado. Por otro lado es una paradoja lo que sucede con este museo: lo que pasa es que su concepción fue muy temprana, en los años cuarenta, aunque su realización plena como museo público, dio lugar hasta agosto del 1974, pero si nos vamos a la fecha en que Augusto Álvarez propone su primer boceto al Dr. Carrillo Gil, podemos hablar de un museo también pionero en el sentido de que es una construcción positiva, por que si bien tanto Antropología como el MAM son del '64 y concebidos pocos años antes en cuanto que este fue concebido desde los cuarentas, son muchos años de anticipación.

PVL: ¿No todo el edificio era destinado para museo, a diferencia del MNAH, y del MAM?

CAC: Yo tengo entendido que sí, la relación que tuvo el Dr. Carrillo Gil con los presidentes en turno, tuvo momentos de cercanía y de distancia, este juego de distanciamiento y aproximaciones hace que la inauguración del museo se posponga hasta casi su último momento, que es las vísperas de que el Dr. fallezca. En ese sentido, el uso del espacio que ya estaba bien avanzado, tiene que adaptarse a la necesidad por parte del cuerpo directivo de sacarle algún provecho a una estructura que todavía no puede funcionar pero que si se puede

financiar, y curiosamente, a raíz de eso aquí hay consultorios médicos, un laboratorio clínico, lo cual hace que no poca gente -pero nuestro coleccionista, era medico- se vincule a la idea de que esto fue concebido como una clínica, y obviamente su lenguaje arquitectónico tiene que ver con cuestiones funcionales que se hace a la lógica de una institución de servicios médicos, pero siempre fue concebido para ser museo.

PVL: De hecho hay investigaciones que consideran al MACG, como primer museo de colección privada que existe.

CAC: Arquitectónicamente también es de los primeros que existen incluso Augusto Álvarez hace la referencias por este esquema físico de tránsito que penetran por todo el espacio y que van al mismo tiempo, tiene una visión de lo que existe en el.

PVL: Con respecto a los logotipos circulares, ¿qué pasa ?

CAC: Fue un intento previo de Sánchez, eso sí no lo recuerdo.

PVL: Dentro del circuito de museo el MACG está alejado, de Chapultepec, del Centro Histórico. De hecho, estar dentro del circuito ha permitido una mejor señalización a los museos, pero en el caso del Carrillo Gil es muy difícil ubicarlo, ¿cómo piensas esa parte, del entorno y el museo?

CAC: Esto tiene consecuencias a muchos niveles, efectivamente. Una de ellas, que es muy reciente, tiene que ver con la Sociedad de Amigos, una sociedad en la que moverse es todo un reto y en el que todos los museos estamos compitiendo un poco por ganarnos la simpatía de un puñado de filántropos; nosotros nos planteamos la conveniencia de que la proposición del museo sea de gente vecina a esta área del sur, en ese sentido hemos hecho una serie de reflexiones que tiene que ver con esta ubicación en el tejido urbano y obviamente así como circuito de museos es la explicación de áreas con mayor afluencia es Chapultepec y el Centro, creo que el sur también ofrece una posibilidad de un recorrido cultural que abarcaría Coyoacán, San Ángel y Ciudad Universitaria. El problema es que es menos peatonal, a diferencia de las otras zonas, sí implica una transportación mecánica, y por otra parte hace falta, por parte de todas las instituciones que estamos ubicadas acá, una voluntad de explotar ese carácter, como un centro que ofrece la ciudad, toda una experiencia igualmente rica y diversa, como se puede encontrar en las zonas tradicionales de la ciudad.

PVL: Tienes un nuevo logotipo para Amigos del Museo, hecho por Vicente Rojo, ¿qué te pareció este diseño?

CAC: Mira lo que pasa es que por un lado Vicente está prácticamente retirado, hace trabajos excepcionalmente, está dedicado a su creación. Cuando alguien de ese tamaño, bajo estas circunstancias accede a colaborar con nosotros, estamos básicamente... es decir, ya mi me parece difícil afrontar un diálogo crítico que hubiera sido más o menos sencillo si hubiera sido con otra persona, en otros términos, me parece que el logotipo tiene toda la personalidad de Vicente, no sólo

eso, tiene la personalidad de sus preocupaciones plásticas que actualmente está refutando en su cabeza. No he podido precisar en dónde están los elementos, en dónde podría desarrollarse o hacer algún tipo de modificación para que el logo fuera más funcional, tal vez es un asunto de experiencias previas que lo estoy ubicando con algún tipo de imagen que tiene que ver más con la farmacéutica, algo me pasa que no lo tengo muy claro.

Por otro lado, la importancia de la Sociedad de Amigos, su solución no depende de la excelencia del logotipo, obviamente es un elemento que tiene una capacidad simbólica de estas representaciones gráficas, pero tampoco quiero problematizar las cosas. No es que esté subestimando el proceso de este tipo de cosas, ahorita lo que nos urge es establecer una base administrativa, fiscal, que nos permita tener las herramientas necesarias para acercarnos y poder crecer los pocos destinos de los que disponemos para atraer posibles patronos o incluso ya que tengamos un poco más asimilado cual es nuestra línea y nuestra identidad, ya que pase el tiempo, podría entonces tener una opinión sobre la pertinencia del logotipo que tenemos ahorita, o su falta de correspondencia con lo que queremos transmitir, pero como estamos todavía en proceso de entender, te comentaba que estábamos recurriendo a gente de cine, a gente del sur, para definir cómo se puede transmitir eso en una imagen, en una identidad visual, sería un planteamiento interesante plantearlo bajo esa perspectiva.

PVL : En cuanto a la relación con el G.D.F. y con la Delegación, hay pocos puntos de señalamiento turístico para el museo a diferencia de otros, ¿hay algún proyecto para mejorar esto?

CAC: Es curioso, la perspectiva como funcionario de este museo ha sido lenta porque, la verdad, mi carrera ha sido básicamente como *freelance*, con excepción de tres años que estuve en el Museo de la Universidad de Guadalajara como Director, el resto de los veintitantos años que llevo en esto, la reflexión sobre estas lagunas, o incluso equívocos que hay en los señalamientos ha sido por mi experiencia como usuario. Este ajuste de perspectiva, de ahora ser responsable de este espacio, ha sufrido sus modificaciones en todos los niveles, lo que pasa es esta sensación de insuficiencia, no sólo son pocos, sino que está mal ubicados, se puede ver en todo el sistema vial de esta ciudad es decir, a alguien que no es de aquí, puede representar medio día perdido.

PVL: Hay problemas en el uso del logotipo, en los pendones, en sus publicaciones, ¿no hay una conciencia que debe de existir en todo lo que hacen?

CAC: Por ejemplo en nuestras publicaciones, Oswaldo tomó un formato que era de la colección Travesías de Guadalajara, funcionó bastante bien, a la gente le resultó compacta. Nosotros nos planteamos la conveniencia de continuar, es muy atractivo sin duda ver como un formato que te da una identidad como proyecto editorial, pero por otro lado también hay exposiciones que por las mismas características de la obra no necesariamente les sienta bien forzarlas y hay que ser mas flexibles.

PVL: ¿ Por qué tienen sólo el logotipo y no un manual de identidad ?

CAC: En este momento, al igual que la situación de la ciudad y el país, las prioridades del museo están en el orden de la afinación. Hay un proceso de empobrecimiento de nuestros presupuestos con respecto a otras épocas, y lo que antes era como un plus para una exposición, el buscar su itinerancia, ahora se está haciendo como un requisito indispensable para aspirar a cumplir todas las tareas en torno a una exposición, entre ellas la publicación. La verdad es que nos hemos tenido que sujetar a indicaciones que provienen de otras sede que participan y establecen cierto tipo de condiciones, esto se da en todas estas agencias culturales de países extranjeros, y se da un fenómeno de adecuación muy interesante: ya el Instituto Goethe no sólo propone una exposición cerrada, concebida de quien la toma aquí en México, también se presenta la posibilidad de introducir un elemento local que entre en diálogo con los contenido de estas exposiciones armadas por artistas de los países que participan. Lo que se hace es que en una exposición en la cual se introduce la parte mexicana, cuando no tenemos capacidad para editar un catálogo, el artista nos sugiere que entremos en contacto con una editorial que acaba de publicar un libro muy atractivo, con un contenido muy amplio, y lo que nosotros hacemos es la traducción de los textos que tiene también, aunque la curaduría de esa exposición fue nuestra, no es una curaduría que habíamos pescado en el mercado de exposiciones, sino que fue desarrollada aquí por el equipo de curaduría del museo. En realidad las decisiones que tienen que ver en el campo de ventilar la gráfica y el arte visual no está del todo en nuestras manos por la circunstancia de que no podemos asumir por completo todas y cada una de las exposiciones por carecer de recursos suficientes y hacerlo ya bajo una estrategia de identidad.

PVL: El MACG es el primer museo de Arte Contemporáneo, concebido como tal en nuestro País, se ha vuelto un foro de Jóvenes, ¿cómo crees que funciona la identidad?

CAC: Mira, por un lado, sobre la composición de nuestro público, se desprende de nuestra colección y del programa de exposiciones que tenemos, la colección atrae a un público, por decirlo de alguna manera, más conservador y cuando abrimos una de las exposiciones contemporáneas es muy claro ver como la gente que se interesa por una cosa o por otra se dirige de inmediato a lo que le interesa; lo ideal para nosotros sería establecer una mezcla, que toda la gente que viene aquí participara de la misma manera tanto de la riqueza de nuestra colección histórica como de la programación de los eventos, eso es sin duda un reto para el museo. Ahora lo que hemos tratado de hacer, que requiere de un esfuerzo en el cual estamos tratando de afianzarnos, es establecer puntos de contacto entre estos dos tipos de exposiciones, para que quienes aprecian parte de nuestra oferta, puedan encontrar un puente. En teoría, la exposición de Orozco que tenemos ahorita debería de haber coincidido con una de dibujo contemporáneo, que no pudo darse simultáneamente porque es una exposición bastante complicada, la tuvimos que pasar para marzo del año que entra, se nos fue una oportunidad, por que lo de Orozco es de una vigencia, de una contemporaneidad, era un anhelo que yo desde hace mucho tenía

ganas de hacer, poner juntos a los infantes mas contemporáneos y establecer ese vínculo; no he acentuado y profundizado estas dos líneas del museo, yo estaría por fundirlas, eso se daría en todos los niveles, en el gráfico-visual primordialmente; creo que en cuanto a programación, cómo hacer visible a nuestros dos grandes núcleos de público, se pasa por alto que la producción histórica tiene una vigencia y que la producción manual no.

PVL: El medio del Internet, para que el visitante virtual pueda visitar el sitio del museo, ¿con qué reto la toman, en función de su imagen?

CAC: No sé si fuimos pioneros o no, pero si la página del museo es muy atractiva para su momento, visualmente representa al museo, tiene que ver con el solo hecho de transitar en una página Web, eso representa una experiencia, que se da en términos de identidad visual, de una intencionalidad visual de la estética que de cierta manera tornea los actos de este museo. En este medio las innovaciones y la dinámica visual tiene una periodicidad muy inmediata, hay cosas que en el transcurso del año de meses, pierden vigencia, requiere de mucho esfuerzo, pero el hablar de nuestras penurias... en la época de Silvia, este museo recibió un laboratorio, equipamiento de video y producción que en este momento es totalmente obsoleto. Lo mismo sucede con nuestras capacidades, con nuestro equipo de cómputo: la normatividad por un lado ha centralizado todo lo que tiene que ver con actualización de equipo y la compra de software, este centro de servicios digitales está totalmente rebazado. Si nosotros queremos probar algo no nos garantiza que seamos abastecidos, ni siquiera en un nivel de mantenimiento, es decir, en teoría también las descomposturas, las puestas al día, las conexiones del poco equipo que tenemos también debe ser resuelto por parte de este departamento que esta totalmente sobre saturado, el impacto que esto tiene a diferencia de otras cosas que si de una forma deliberada hemos pospuesto para momentos más propicios, en este caso creo que si tiene, un carácter de urgencia, porque el alcance que se ha comprobado que tiene, la eficacia, la capacidad de satisfacer la información de públicos que no tienen el acceso, si lo convierte en una necesidad de atención.

PVL: MACG, MUCA CAMPUS, MAM, TAMAYO, ¿cómo ves la diferencia de imagen?

CAC: Problemática. Es decir, nosotros trabajábamos en un nicho que era casi exclusivo, cuando aquí en este museo han sucedido muchas cosas por primer vez en el medio mexicano; hubo también una definición por lo que, una definición que primero fue explicada por un asunto básicamente generacional, por unos jóvenes que estaban tratando de tener su espacio y que después saltaron a otros foros de mayor exigencia y relevancia; con el tiempo esa concepción de lo contemporáneo fue variando al grado de que lo estrictamente cronológico pasa a un plano secundario, eso hace que la misma exigencia de este museo se ha ido degenerando, ahora no es un museo tan accesible como alguna vez lo fue. La situación de los museos como el Tamayo, el MAM, tiene que ver con una especie de relevo generacional, digamos, las personas que estaban a cargo de

estos espacios pertenecían o fueron formadas bajo un cierto tipo de conceptualización, su aproximación al arte estaba inclinada hacia cierto tipo de concepción. El MACG era trinchera de ciertas posiciones que no tenían cabida en otro espacio, en un momento en que la mayoría de los espacios se abren a manifestaciones de este tipo al MACG le crea un conflicto. Tenemos una historia con la cual tenemos que ser congruentes, no pretendemos hacer un giro de 180 grados, para nada, pero sí queremos establecer un perfil que sí nos sea propio, que no este redundando en esfuerzos que otros espacios estén haciendo; en ese sentido, si, para nosotros ha sido un enfrentamiento a este tipo de cosas, como institución y como persona. Yo provengo, como hace rato te lo mencioné, del ejercicio independiente, y esta sensación de estar como ejerciendo cierta resistencia o tratando de pelear por cosas que no tienen cabida, ahora como que se ha institucionalizado. Plantear definitivamente un cambio de continuidad, de actitud ante esta situación, en ese sentido, le toca al museo seguir siendo una plataforma de experimentación, de actividades, pero habrá que definir cuáles son los términos en que se den.

PVL: Gracias

María Fernanda Matos
Directora del Museo Nacional de San Carlos
Ex Directora del Hospicio Cabañas

PVL : ¿Cuál es la imagen que consideras debe tener el Museo Nacional de San Carlos, a nivel Nacional e Internacional ?

MFM: Creo que tiene que reflejar muy claramente cuál es la vocación del museo, que tiene que reflejar claramente a qué se dedica: a exposiciones Europeas, que lo que abarcamos son siglos anteriores, a partir del XV y hasta principios del XX, y esto, digamos, de una manera muy clara y muy limpia, por que cuando hablamos de siglos atrás, también piensa uno en imágenes muy ligadas con lo antiguo, tiene que reflejar esta vocación pero no necesariamente acudiendo a elementos de la antigüedad.

PVL: Tienes un museo en un lugar que originalmente no fue hecho para museo, que es un edificio histórico, realizado por Manuel Tolsá un gran ingeniero, arquitecto, escultor, representativo del Siglo XVIII. De hecho, el logotipo que ustedes manejan o la imagen que han manejado desde que surge el museo, es parte del patio, de donde se toma esta imagen, no ha sido muy cuidada, en periodos anteriores. Dentro de tu periodo como directora, ¿te preocupa esa parte gráfica de identidad visual que tiene el museo?

MFM: Si, mira, de hecho, me preocupa mucho la parte visual. Para empezar, actualmente tenemos una exposición que, como es patrocinada, ha contaminado un poco el tipo de publicidad, que puso la empresa. Pero no sé si te has fijado, limpiamos un poco el patio, estaba todo lleno de imágenes, guardarropa, cafetería, por lo pronto hemos limpiado, me preocupa mucho que haya una homogeneidad en todo lo que son rótulos, señales, toda la señalización del museo hay que cuidarla, hay que hacerla, no está, no existe. Cuando tú me mencionas esta parte de lo de Tolsá, creo que es una de las partes fundamentales para la imagen del museo, así como poder proyectar a qué nos dedicamos, la vocación del museo, es también esta parte del edificio, este edificio, es querido por la gente de alrededor, por la gente de la Colonia Tabacalera. Es un edificio que muchos taxistas identifican, aunque no tenemos señales alrededor, nadie sabe como llegar a este museo. Yo viví mucho tiempo fuera del DF, estaba yo dirigiendo el Cabañas, también un edificio maravilloso de Tolsá; me llamó la atención que, recién llegada acá, constantemente tenía que tomar taxis, decía: "me lleva al Museo Nacional de San Carlos" y la mayoría sabían cómo llegar al museo. Hay como un identificación del edificio. En la zona, el uso del patio oval es una de las características que la gente destaca cuando viene, se maneja mucho esto, me parece que esta bien que la imagen que refleje tenga que ver con el edificio. Hay otra parte que me parece maravillosa: es la escalera y es muy característica, es una pieza bellísima arquitectónicamente, entonces también podías identificar a este edificio por su escalera y su patio oval. Esta imagen, tú dices, se ha utilizado, se ha ensuciado, con conmemoraciones y demás, es porque no ha habido un especial enfoque a lo que es el diseño, comentábamos, que en los museos, no hemos tenido, hasta muy recientemente, la inquietud por ver que el museo tenga una imagen, una señalización que lo identifique, es algo nuevo, ya son muchos años del diseño en México, pero en los museos es prácticamente de 20 años para acá en donde se empieza a cuidar más.

PVL: Es curioso, el MAM sí tiene imagen, la tiene aplicada hasta en el transporte de obra. Ahorita ha sido cambiada la imagen, ¿qué pasa?

MFM: Sí, ahorita, que me acuerde, es ése, despues MACG, el del Chopo, ya son más.

PVL: Para terminar cres qué tiene mucho qué ver la dirección: CONACULTA sí cuida su imagen, MUNAL usa el logotipo institucional y el comercial, ¿y por qué el resto de los museos no?

MFM: Definitivamente sí me interesa, cuidando todos los aspectos. Ahorita con la cafetería no se tiene que romper con la armonía, con la visión de la gente cuando entra al museo, o sea hay que cuidar todo. Me encantaría que se trabajara toda la imagen, hasta las tarjeta, se necesita como un estudio bien del museo, a fondo, para que repercuta hasta la señalización, baners, internet, etc.

Vicente Rojo Almázan Pintor/Diseñador

PVL: Maestro, ¿usted diseñó el primer logotipo del MUNAL?

VRA: Lo que hice no fue precisamente un logotipo, era una portada de catálogo y después no se usó más.

PVL: Vicente Rojo hijo comentó que él era en ese entonces secretario particular de Jorge Alberto Manrique, ¿es la primera imagen?

VRA: Quizá como imagen fue la primera, con la que apareció el museo, tipográficamente, pero no estaba hecho con la idea de que se quedara como logotipo, de eso estoy seguro.

PVL: Usted diseñó para el Museo José Luis Cuevas, el de Amigos del Museo de MACG, que ahí sí son diseños de logotipos.

VRA: Sí son logotipos, en el Cuevas es una "M", y dos piezas; en el del Carrillo, la "A" de amigos simula un caballete, pintura de caballete, aunque ya prácticamente no se usa, me gustaba la idea de un elemento clásico, y luego dice "Carrillo Gil" en una manchita negra donde se usó la tipografía del logotipo, en una sola línea más pesada.

PVL: Maestro, ¿cómo ve la imagen del MUNAL, el de la fachada del Palacio de Comunicaciones, la del MAM -que es en líneas de diferente grosor, es de los más antiguos y la que más se ha conservado en el tiempo y en la memoria-, y MUCA en altas y bajas, a la cual le agregaron la palabra CAMPUS.

VRA: Me parece que las imágenes corresponden a ideas poco claras, al igual que los propios museos, que no tienen unas directrices o directivas muy concretas, en general creo que MAM es el mejor museo de México, es una recuperación de la llamada Escuela de Pintura Mexicana.

Con el MUNAL no han logrado redondear la imagen, aunque la época está bien escogida, no lograron hacer la idea original, que era desde lo prehispánico hasta nuestros días, por eso es Museo Nacional de Arte. No tiene un fondo prehispánico. Antropología no presta nada, tiene las bodegas llenas, desacuerdos, piques, es un museo Nacional de Arte donde sólo hay Siglo XIX y mitad del XX. Con ese tipo de indefiniciones, como que se proyecta en la imagen misma del museo. El MUCA, nunca ha sido un museo propiamente, han logrado una colección, en base a donaciones, y como tampoco tiene un fondo definido, es difícil que pueda tener una vocación definida.

El MAM, es muy blando, tiene colección, con cosas excelentes, pero tampoco está bien lograda, no se sabe muy bien a qué corresponde. Se fue haciendo con las colecciones que tenía el INBA, nunca se ha hecho un museo de arte moderno, es un reflejo de esa política sexenal, donde no se pueden hacer planes a 15 o a 20 años como hay en otros museos, no hay una cultura de adquisiciones, para realmente ir llenando los huecos. Todo eso se refleja en la imagen. También es terrible que no tengan un boletín mínimo, de su colección, información. Tenemos tanto, nos han donado tanto. Un boletín informativo, no queremos una revista de arte, pero ninguno lo tiene.

PVL: ¿Se han visto este tipo de boletines alguna vez en México?

VRA: Hay una revista magnífica, que hizo Toledo en el IAGO (Instituto de Artes Gráficas de Oaxaca), dedicada al grabado, que me parecía un modelo a seguir ¿por qué no los museos más importantes lo hacen? era una revista muy bien hecha. En el museo Carrillo Gil, sucede un poco lo mismo, existe una colección de Orozco importante, de Gunther Gerzso, pero tampoco tienen un tono muy especial, sobre todo si se tiene en cuenta que originalmente esa fue la base de la colección del doctor Carrillo Gil, luego se dedicó a los jóvenes, en los últimos 10 años.

PVL: Silvia Pandolfi mantuvo la sala permanente, exhibía parte de la otra colección, como la de estampa Japonesa, la sala permanente siempre existió.

VRA: Pero aun así había un desequilibrio muy fuerte. A mí me parece perfecto, necesario que presente la obra de los jóvenes y quizá no tan jóvenes treintañeros, que tengan una obra ya definida y es un poco lo que ha ocupado al museo.

PVL: ¿No siente que hay una competencia entre el museo Carrillo Gil y el museo Tamayo?

VRA: Sí, bueno, Tamayo es otra, teóricamente debiera ser para la colección de Tamayo, además se llama "Arte Contemporáneo Internacional", debería estar un poco especializado en las cosas que vienen de fuera, pero tampoco ha sido así, de repente ha habido exposiciones nacionales, no está muy definido. Por ejemplo, en el museo de Historia de Chapultepec había una exposición de grabados de Picasso.

PVL: ¿En el MUNAL se va exhibir a Goya?

VRA: Yo lo que veo es ciertas preferencias, y eso se ha reflejado en los museos. Si un director no tiene una idea muy clara, si CONACULTA no tiene muy clara cuál es la línea de un museo, difícilmente puede proyectar una imagen.

PVL: El Museo de San Carlos de imagen tiene el patio oval, en síntesis, ¿la imagen del patio, desde que surgió el museo, no ha sido rediseñada?

VRA: Goya debería estar en el Museo de San Carlos. No hay un punto de partida, cuando se creó CONACULTA era el momento de decidir la línea o identidad de cada museo, pero al ir nombrando a los directores cada quien va haciendo sus cosas a su gusto.

PVL: De hecho el logotipo de CONACULTA lo hace Luis Almeida. Parece que sólo lo que piden es el logotipo, nunca piden que se haga una identidad.

VRA: No existe esa identidad. Si los encargados no pueden dar esa imagen precisa, ¿cómo van a hacer un programa visual, de expresión visual? hacia el exterior del museo, hubiera significado reconocimiento para su museo. Si no tiene esa estructura clara de a qué está dedicado, es muy difícil poder hacer algo.

PVL: EL Cuevas, que está más definido en su quehacer, ¿también es solamente

el logotipo?

VRA: No hay una representación completa de ese museo, visualmente hablando. El director es un señor con un título rarísimo, no tiene título de director, es coordinador de exposiciones, la única directora ha sido Bertha. A partir de ese momento, por lo tanto, es muy difícil si no hay esa claridad en el objetivo que el museo tiene, es difícil que haya una imagen que lo represente, que lo explique, que lo proyecte.

PVL: Maestro, usted ha estado inmerso en la cultura de este país en mucho tiempo, ¿cuál cree que es el fenómeno que pasa en diseño, aparte de lo que estamos viendo en CONACULTA, en los museos?, ¿lo podríamos aplicar a las escuelas, a la formación que están teniendo los jóvenes diseñadores ahora?, no sé si hay alguna opinión que tenga usted sobre eso.

VRA: Hace muchos años que estoy un poco al margen de las escuelas, nada más aparecí esa vez en ENAP Xochimilco, no conozco bien; desde que más o menos siempre me ha parecido absurdo que la carrera dure 4 años, porque los muchachos que tenía trabajando conmigo.

PVL: Ahora son 5 años.

VRA: A mi me sigue pareciendo que 4 o 5 años es una barbaridad, por que es una época para el desarrollo de un joven que esta envuelto en una encrucijada, a mi me gustaria mucho mas que se pusiera a leer a escuchar musica, por que para diseño es básico, ver que hay al alrededor suyo ver todo su entorno, en que consiste, eso es una idea que tengo, nunca he dado clases, no conosco las escuelas, eso es lo que me parece.

PVL: La Imprenta Madero jugó un papel fundamental en los años setentas y ochentas en México y sobre todo en la cultura y un trabajo titánico en el campo editorial, ¿cómo fue la vision de usted en este caso ?

VRA: Es desde los cincuentas. Yo llevé el primer trabajo a la Imprenta Madero que era de unos amigos míos. Prieto era director en el IBA, Imprenta Madero estaba conectado con nosotros y yo empecé a ir enriqueciendo la parte gráfica; "estos tipos estan rotos, hay que comprar unos tipos". Hice algún trabajo, pero realmente no tenía buena calidad, estaban en la Zona Rosa, luego se fueron a Aniceto Ortega, ya con un otro nivel tipográfico y de calidad, iba subiendo todo lo que me encargaban. Entonces, desde mediados de los cincuentas hasta el sesenta y siete, la Imprenta fue mejorando, enriqueciendo, ya no trabajaba en el INBA, estaba en Difusión Cultural en la UNAM. Llevé trabajos, luego empecé por la libre y a todo lo que me pedían yo decía que sí, pero que se hiciera en la imprenta a mí no me gustaba andar de un lugar a otro.

Así fue, luego fueron llegando Bernardo Recamier, que estudiaba escenografía en San Carlos; fueron llegando muchachos; Fernando Castro había estudiado publicidad; Germán Montalvo, que sí había estudiado diseño en Italia; Luis Almeida, que era arquitecto, se había ido a estudiar diseño a Europa; Peggy Espinosa, Azúl Morris, que tenían conocimientos pero no la carrera como la hay hoy; no tenían la práctica de diseñador y en eso la Imprenta Madero era básica, pues el diseñador no tenía que salir de ahí; estaban los tipos, la imprenta, los prensistas, el encuadernador, negativos, el

trabajo directo con el cliente, todo lo que se necesita. La imprenta era muy buena escuela, esa sí era una escuela práctica, y aprendieron.

Estábamos en Iztapalapa, era de calidad para la época, formé una pequeña biblioteca, un archivo de imágenes, así que cuando llegaba un cliente y decía que quería una conferencia sobre Sartre, los muchachos podían buscar fotografías para hacer un cartel; era una época en que me pasaba recortando viñeta, fotografías, grabados, revista, hasta que llegaron los libros DOVER, o sea tenían a la mano mucha información cultural, si necesitaban algo de Gramsci, ellos podían saber quién era. Todo se hacía de un día para otro, había que idear cosas.

PVL: ¿El Maestro Prieto diseñó el primer logotipo del INBA?

VRA: En aquella época no existía logotipo, él empieza a trabajar en el treinta y nueve, diseña la revista El Nigromante, revista cultural, y luego Gamboa lo lleva al INBA con el buen criterio de que sí quería que el INBA tuviera una imagen propia, cultural, pensada en las artes visuales, plásticas, para que a todas las publicaciones les diera una característica especial, no era la época de los logotipos. Me quedé en su lugar y diseñé algo muy libre. No era importante, por ejemplo, al logotipo del Fondo de Cultura Económica nadie le dio importancia y no se sabe quién lo diseñó, tiene más de 70 años. Es muy claro el poco reconocimiento del diseñador.

PVL: ¿Hay más conciencia de lo que es el posicionamiento de una imagen?

VRA: En el logotipo del Colegio Nacional se supone que lo diseñó Orozco, dibujó un águila y le puso unas cositas, pero tampoco se sabe quién lo diseñó. Tiene 60 años, no quedó una constancia, algo.

PVL: Pregunté a los directores de los museos si sabían quién había diseñado el logotipo del museo, y pocos lo saben. Es muy recurrente el anonimato en el diseño, ¿hay algo que se pueda hacer?

VRA: Mucho es definir cuál es el proyecto que debe tener el museo, todos tienen un nombre, unas características de origen y de alguna manera los define.

PVL: El diseño ha ganado presencia, sobre todo en los últimos años, en México, en las esferas culturales. Aun así, no se ve qué quieren hacia el público nacional e Internacional.

VRA: Es una falla de origen; no tienen ni tendrán imagen propia, no en cuanto al logotipo o al diseño gráfico, sino en cuanto a contenido, no tienen un desarrollo que se pueda identificar. Hay puntos de partida que son claros en cuanto a desarrollo. Yo no sé, si el Museo de Historia de Chapultepec, que debe ser del INAH, y el INAH de CONACULTA ¿por qué el señor Director no dijo que la exposición de grabado de Picasso se tenía que ir al museo de Arte Moderno o al Carrillo Gil? ¿qué tiene que hacer en el Museo de Historia?, ¿simplemente se quiso lucir, o nadie se enteró, o no informó a nadie?, esas son las características de lo que estamos tratando de explicar. El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes es el que lo debe de normar el panorama, y no lo norma.

PVL: Maestro, el entorno de esta ciudad se ha vuelto muy caótico, ¿que pasa?

VRA: El crecimiento es irregular y hace que se pierda cualquier imagen que se pueda ver. Salí de noche a Cuernavaca y toda la montaña que está enfrente está iluminada. La ciudad a crecido hacia allá, esa especie de anarquía, que en lo personal me parece poco útil con respecto a la ciudad, pero desde el punto de vista humano me parece muy atractivo: soy un entusiasta de los vendedores ambulantes, no se puede caminar etc., pero me parece que da vida, vitalidad y una tradición. Las pinturas del Siglo XVIII del Zócalo tienen un mercado, entiendo los problemas que causan, pero me parece de una vitalidad y una fuerza, incluso de un poder económico personal subterráneo, aparentemente por que está todo a la vista. El crecimiento anárquico de la ciudad se tiene que reflejar en que no da tiempo, -todo es muy rápido- a crear imágenes propias.

PVL: Ahora con los grandes formatos que incluso forras un edificio completo ¿cómo afecta la fisonomía de la ciudad, la sobresatura, es un fenómeno visual?

VRA: Sí, en ciertas lugares. En el periférico es característico de este abuso de la imagen. Además yo no entiendo cómo, publicitariamente, qué éxito puede tener eso, vas viendo imágenes unas encima de otras. La parte publicitaria, no la he tocado nunca, no me ha interesado.

PVL: Su trabajo en la editorial ERA, ha sido muy importante, ya que conservó la imagen en el tiempo y cuidó cada rediseño, ¿por qué fue?

VRA: He tenido la ventaja de ser parte de la editorial, tenía manos libres para hacer lo que quería. Durante 35 años la renové, cada 3 ó 4 años, las reediciones de Aura, de Fuentes, de García Márquez tengo 6 versiones.

PVL: Maestro, el Diseño Editorial de Daniel Gil en Alianza Editorial ¿a qué obedece?

VRA: Lo conocí en los años sesentas, él hacía portadas de discos. En una ocasión me dijo que diseñaba portadas de libros porque había visto los míos. Él es maestro en portadas de libros. Sin embargo, me inquieta mucho que detrás de una portada de un libro haya alguien que la firme, me parece como que tiene que ser una portada sugerente; yo nunca firmé las portadas de mis libros, porque también firmarían Bodoni, Baskerville. Me parece un poco fuerte, había que dar todos los créditos reales, por eso cuando he tenido la posibilidad de decisión de no firmar, no lo he firmado. En el caso de Daniel Gil, él sabe por qué.

PVL: Maestro, retomando la imagen o identidad corporativa, hay un cuidado por las editoriales, como es el caso del rediseño del logotipo del Fondo de Cultura Económica, después de 70 años, ¿qué opina usted?

VRA: En principio lo ví útil, necesario, no estoy tan seguro que muchas cosas no las sigan utilizando todavía. Ese mismo crecimiento anárquico de la ciudad, tiene que ver con el crecimiento anárquico de la cultura, que lo vemos en los museos, todo es muy rápido. El Fondo saca un libro cada día, me parece que no hay un buen intento de estructuración, pero me da la

impresión de -por lo que yo veo, en los anuncios, en las portadas, al entrar en la librería-, me da la impresión de que como que no se decidieron a dar todavía el paso, hay todavía ideas. Esa cosa de que hay responsables de sacar cada día un libro, no sé como controlan eso. Supe que hicieron todo un plan de lo que es el Fondo, pero que no lo pueden aplicar, aclarar las cosas, definir las, lo mismo que los museos.

PVL: En el museo MARCO de Monterrey, -su imagen la diseñó Lance Wyman-, hay manual, se le consulta para cualquier problema. De hecho, creo que es el único que lo hace.

VRA: Es un museo privado, es otra cosa: el patronato, el director, hay otro control, no es el control burocrático, y de alguna manera un museo privado también tiene que tener una rentabilidad.

PVL: Maestro, para terminar ¿usted hizo el logotipo para El Antiguo Colegio de San Ildefonso?

VRA: Sí, lo ponen como quieren. Las "S" invertidas son barrocas, y representa muy clara la idea. También el del MACO de Oaxaca. Por lo menos se han mantenido.

Vicente Rojo Cama Músico/Diseñador

PVL: ¿Has diseñado logotipos para Museos?

VRC: Mira, el primer logotipo lo diseñó mi padre. De hecho, se ve en la primera publicación del MUNAL. Yo estoy de secretario particular de Jorge A. Manrique.

PVL: ¿El primer logotipo lo diseñó tu padre, Vicente Rojo Almazán?

VRC: Sí, se usó muy poco tiempo, por que Jorge Alberto Manrique también dura poco. Después entra Jorge Hernández Campos, institucionaliza de alguna manera el MUNAL, se pierden las actividades paralelas que tenía el museo con él. Este museo es una idea muy vieja, de la época de Gamboa, hasta que fue el último capricho de López Portillo, que cierra con broche de oro a finales de su sexenio, Cedillo Ponce de León con el CNA, el MUNAL 2000 lo hizo el Patronato; bueno, mi padre hace éste y yo hago el "bichito", que es una hoja de las puertas, ahora lo usa el Patronato, yo no me metí, ellos lo usaron y ya. Yo renuncié en el '84 '85, cuando llega Hernández Campos vende todo el MUNAL al INBA: que se haga cargo del MUNAL, tanto de actividades paralelas como nuestros propios presupuestos, y ya dejamos de programar, "entonces dije: " ¿yo qué hago aquí, programar lo que otros hacen? paso", me fui a investigación un rato, estaba harto del INBA, de las instituciones, y ya, me fui.

PVL: Tu experiencia con diseño de logotipos para Museos ¿ cuál es?

VRC: Mira, yo nunca he diseñado un logotipo para museos, yo he hecho mucho trabajo para museos, pero siempre en el área editorial, logotipos propiamente para museos, no. Mi padre acaba de hacer el de la Asociación de Amigos para el Carrillo Gil, él hizo el logotipito y yo hice toda la imagen de la Asociación de Amigos para el Carrillo Gil.

PVL: ¿El nuevo logotipo del Carrillo Gil tiene un diagrama?

VRC: Quién sabe quién hizo la nueva imagen, pero nada que ver, no tengo idea de quién lo hizo.

PVL: ¿El que hace tu padre es totalmente independiente de la imagen institucional?

VRC: Si, son Amigos del Patronato, es como lo del Patronato del MUNAL.

PVL: ¿El Patronato del MUNAL sí conservó la hoja que tú diseñaste?

VRC: La conservaron por que les gustó, se les dio la gana, no me pidieron permiso, a mi no me avisaron. La tipografía que le pusieron aquí a lado es malísima. Digo, ¿qué quieres que haga?, yo no puedo hacer nada ni aunque quiera. Me da igual, ultimadamente, porque, generalmente con este problema de los logotipos es una historia alucinante: 80,90% de los logotipos que ves circulando en el país, tanto de cosas del gobierno como privadas, el 80% no funcionan, tú los haces chiquitos y no se ven, es algo muy bizarro, en donde a los diseñadores o no les enseñan bien o generalmente no son diseñadores los que los hacen: es la secretaria o el primo del amigo del amigo del tío, del amigo del asistente, del sobrino o de servicio social, que no son diseñadores. Quiero decir, es gente que no tiene ni idea de lo que está haciendo, entonces hay un caos visual en los logotipos en México, que eso merecería un estudio. Ningún logotipo de ningún estado -por ejemplo- del país es funcional, son todos decimonónico, prehistóricos, ni siquiera los modernizan.

PVL: ¿Son escudos no logotipos?

VRC: Yo no estoy en contra de los escudos, pero ni siquiera los modernizan.

PVL: ¿Qué pasa con la imagen del gobierno de Fox?

VRC: Bueno, el águila "mocha" es buenísima porque él si puede mutilar el águila, pero si yo utilizó el águila en un diseño, en un cartel y la "mocho" me meten a la cárcel ¿ y por qué a él no, y a todos los de comunicación social de la presidencia?, porque son dueños de la bandera, de los símbolos, de los colores, del himno. Es una cosa muy ñoña, porque no puedes transformar la bandera, pero también es de él, como "mía", como de todo dios, pero es patrimonio del PRI, no de la nación, ¿de quién?, quién sabe, pero los nacionales no lo podemos usar, entonces no es nuestra, eso mismo pasa con todo esto, se debe a

caprichos.

PVL: ¿Son imposiciones de las direcciones en turno?

VRC: Todo esto obedece a caprichos, no obedece a ningún criterio. Por ejemplo, ahorita Roxana -actual directora del MUNAL-, si quisiera diría: "yo cambio el logotipo del MUNAL", así, por que sí; bueno, contrata a alguien, le hace la campaña con el nuevo logotipo del MUNAL, ella lo vende, convence a Saúl (Director General del Instituto Nacional de Bellas Artes) o a Sari (Presidenta de CONACULTA), cosa que además les tiene sin cuidado, los rebasa cualquier cosa y en una de esas "pega el chicle" y ya, cambiamos el logotipo del MUNAL.

PVL: ¿Cómo ves el uso de dos logotipos para el MUNAL, uno institucional y otro comercial?

VRC: Mira es un problema de política, no obedece ni a imagen, ni a una coherencia visual, no obedece a una planeación a un corto, mediano y largo plazo. Si tú ves ahorita el logotipo del MUNAL, que es el castillito, si tú lo quieres hacer más chiquito, no funciona, es un logotipo que no sirve, ahora está bien si tú lo ves en grande, como un dibujo, en fin, pero no cumple con las necesidades de un logotipo; el otro me gusta más si tú quieres, pero es tipografía, tampoco hay un diseño, así, que se rompieron la cabeza, pero no mucho, es una tipografía moderna, le escribieron "MUNAL" y punto, es una tipografía comercial y punto, ¿diseño?, no hay diseño en ese sentido. Esto lo hable con Roxana, de este logotipo, pero bueno, ella ahorita a lo mejor no está en disposición o no le interesa meterse en esta grilla, porque esto es: grilla exclusivamente. Cuando ella convenza a alguien de que este logotipo no funciona -cuando es obvio que no funciona-, eventualmente se puede cambiar y ya, ¿por qué? pues porque si, porque no lo hicieron antes cuando no funcionaba, por que lo usaron durante diez años sabiendo que no funcionaba.

PVL: Hay un logotipo en la memoria de todos nosotros: el del MAM.

VRC: Está bien ese logotipo, no es malo, ¿ quién lo hizo?, Pedro Ramírez Vázquez?, qué bueno, porque es un peligro en dos patas: el Museo de Arte Moderno que él diseño como arquitecto no tiene bodega, ¿ para que lo convierten en museo?, o sea, digo todo es incoherente, hasta una galería de ese calibre se hace con bodega. Este tipo de aberraciones en este país yo no las entiendo, bueno, estamos plagados de ellas.

PVL: ¿En tu memoria hay algún tipo de museo, ya sea mexicano o extranjero, que creas que cumple con su cometido en diseño?

VRC: Bueno, debe de haber... el del MAM no es malo, el del MOMA de Nueva York, la nueva imagen no la conozco, pero la vieja no es mala.

PVL: La imagen del MARCO de Monterrey ¿cómo la ves? lo diseñó Lance Wyman.

VRC: Mira, quiero decir, habría que estudiar todas sus características y usos del logotipo, yo no he ido a ese museo desde hace años, no lo tengo bien, lo he visto en las publicaciones, ahora la TATE en Londres esta en tipografía.

PVL: ¿ Los años noventas son importantes en la imagen de los museos ?

VRC: Bueno, el del Centro Pompidou, que semeja la escalera que sube de la fachada, es un poco ese juego, el del MACG, que también son las rampas, pero bueno, es decir, hay museos buenos, es que el problema es a quién se le encarga, si hay un estudio realmente de para qué va a servir, con todas sus aplicaciones: si se achica, si se agranda, si va a color, si no va a color, si va desatado o no. Este logotipo (el de Amigos del Museo) funciona muy bien, pero si no le pones esto aquí abajo, a menos que hagas la asociación, y entonces ya funcione por si solo, va; pero entonces todavía tiene mucho camino que recorrer, tiene que crearse la asociación que cuando tú ves esto sepas que es la Asociación de Amigos, que no es nada mas el MACG. Entonces, todo eso de los logotipos tienen una vida, que tienen que ir manejando: mientras más funcione, más bien hecho esté, más permanencia tiene, más connotación tiene, se estabiliza y funciona.

PVL: ¿ Tú crees que para diseñar un logotipo, tienes que visualizarlo en movimiento, tridimensional?

VRC: Sí, de preferencia si, tienes que verlo en periódico, en fax, fotocopia, tarjeta, carta, carteles, pendones, imagínate en todo lo usable. Si no partes de ahí estas perdido. Ese es el problema de los logotipos, nunca se les ocurrió con el del MUNAL hacer un pin con eso, no tienen un manual, no tienen nada.

PVL: ¿ Cómo ves la tendencia, en el diseño de logotipos, del uso de las fachadas o de elementos arquitectónicos?

VRC: Es una falta de imaginación alucinante de los diseñadores que los contratan, por que todos son edificios coloniales. Si tú ves la gran mayoría, después de hacer tres arquitos y dos columnitas, y ya; quiero decir, ¿hasta dónde más puedes llevar ese logotipo? no lo vas a llevar mucho más lejos. Bueno, si le empiezas a poner ventanitas y puertitas y no funciona, pregúntale al de Bellas Artes: fue para los cincuenta años y ahora ya se institucionalizó, ¿por qué?, cómo?, quien sabe, no hay un criterio, no hay un orden. Bueno, CONACULTA, este que lo hizo Almeida, funciona, no tienes idea de todos los diferentes sentidos que tiene cuando ponen INBA, FONCA; primero era con futura, luego unas rayitas muy raras, con doble raya, luego pusieron un puntito, luego ya no o sea, es un caos, es un logotipo que en si funciona, lo que no me gusta es todo esto, todas las aplicaciones, por que está mal resuelto, pero en si el medio círculo y el triángulo es muy bonito, quiero decir, esta bien resuelto, es bueno, funciona, si lo haces chiquito, siempre se va a ver "padre", todo lo demás es una basura. De hecho, tengo un manual de aplicaciones de este logotipo, tengo tres manuales, además van variando, no sé si lo hace Almeida esa chamba o luego ya cae en manos de comunicación social y hacen lo que su reverenda gana, yo

ya no tengo ni idea de como transcurra, pero digo, yo me he dado cuenta, muchos logotipos que yo he hecho, muchos se han quedado y muchos duran muy poquito.

PVL: ¿ Para quiénes has hecho logotipos ?

VRC: Rediseñe con mis cuates el del FCE: le cambiamos toda la tipografía, el logotipo no quisieron cambiarlo, por que estaba súper posicionado además no quisimos cambiarlo, lo que planteamos era hacerlo circular en ves de cuadrado, y lo que hicimos fue redibujarlo para hacerlo mas moderno, mas legible, por que ya estaba muy viejito, entonces, lo hicimos perfecto, por que ya se había perdido la cuadratura, no era un cuadrado exacto, estaba un poquito chueco, todo lo reacomodamos para que fuera más contundente, un poco moderno, no está la tipografía del fondo, la que acompañaba, en fin.

Luego hice otro para Editorial Aguilar, para una sucursal que se llamaba Lama, ese logotipo duró como 15 libros, y luego a la chava que llevaba Lama la corrieron y se fue, entró nueva gente y me cambiaron el logotipo, así, de buenas a primeras, yo lo hice, me pagaron en su momento, se usó, lo dejaron de usar y me da igual, funcionaba bien, decidieron que no les gustaba, perfecto, están en su derecho; la dirección, debían haber dicho: "que corra 5 años", para que se posicione, por eso creas mucha confusión, ya llevabas 15 con un logotipo y luego 15 con otro, ya no sabes si es de otra editorial o qué, tú ya indicas visualmente algo, un producto, con un sello con un logotipo, entonces te lo cambian.

Es una cosa aquí en México, no se le da mucha atención. En general, como que los logotipos son un capricho, en fin; esto es más interesante, lo que hacia mi padre con Editorial ERA, que hay muchos logotipos de ERA, primero era un filo y hay intermedias, pero es lo mismo modernizado, por ejemplo, es como seguir con algo que ya estaba posicionado, siempre se puede modernizar, readaptar bajo un juego, un cambio, pero eso no pasa aquí en México, cada sexenio todas las Secretarías de Estado cambian el logotipo y cada ves que cambia algo, es: "me manda su logotipo nuevo". Yo tengo ocho logotipos de ocho empresa que cada ves los va cambiando y nadie los para.

PVL: ¿ No sientes que en este nuevo milenio, empieza a haber más preocupación por la identidad ?

VRC: No. Ahí esta el águila "mocha" y cuando llegue el PRI al poder nunca más vamos a ver el águila "mocha" en la vida.

PVL: De los logotipos que ha hecho tu padre, está el del Museo José Luis Cuevas ¿cómo lo ves?

VRC: Me gusta, tiene que ver con el edificio, creo yo, es modernito, se entiende y este ya se posicionó, funciona bien. Otros ejemplos son los que hizo para la Imprenta Madero, la Galería Juan Martín. Los cambios que ves es que no hay criterio, continuidad porque se lo mandan hacer

a quién sabe quién, tampoco hay un criterio. Mira, este logotipo es de la Universidad de Occidente y está espantoso, me lo mandaron; cuando ellos ponen "Universidad de Occidente", ¿cómo lo ponen?, ¿en una línea o en dos, en una letra con patines o sin patines?, les pregunté y no sabían, me dijeron: "ponle como tu quieras", a tal grado que puedes hacer lo que quieras.

PVL: ¿ Crees que también es parte de la responsabilidad del diseñador hacer hincapié con el cliente?

VRC: Tú haces hincapié, todo eso cuesta trabajo. Cuando le dices a alguien: "te voy a diseñar un logotipo", generalmente la gente no sabe ni entiende todas las aceptaciones de lo que implica un logotipo. Un logotipo para un diseñador, es una imagen corporativa, es lo más caro que puedes cobrar, eso y un abecedario. Tú dile a una gente que le vas a cobrar: si eres una empresa gringa -llámese el que hizo el del MARCO, o el que tu quieras-, dice: "te voy a cobrar un millón de dólares, por que es arte hacerte todas las variantes", te lo pago. Me llaman y les digo: "voy hacer lo mismo que aquel chavo", digo, el otro es más conocido que yo, pero que lo haga mejor que yo, eso quién sabe. Pero aquí en México a nadie le puede pagar esa cantidad a menos que sean otros gringos; se cobran al gobierno y a otras empresas privadas, y a los mexicanos se pueden morir y no les pagan eso, no te reconocen tu trabajo punto y se acabó.

PVL: ¿ Sigue existiendo el problema en diseño en México, en cuanto a costos, credibilidad, etc.?

VRC: El malinchismo está a la orden del día, y en ese sentido tú le haces hincapié al cliente: "oye, hay que ver todas las variantes", y le dices: "esto cuesta mucho más que nomás que te haga esto, si yo te lo hago así, ten, úsalo como tú quieras, me da igual, págame veinte mil pesos"; si tú le dices: "te hago el manual de aplicación de este logotipo para todo, te voy a cobrar doscientos mil pesos", te dice: "estas loco no te los paga ni muerto", lo prefieren usar a destajo, a diestra y siniestra sin ningún criterio. Eventualmente, y luego según van pasando, de repente de tele: "y ahora ¿cómo le hago?", "para eso te iba a cobrar un manual, para que no tuvieras que estar hablando, ¿y ahora qué? ¿ me vas a pagar la asesoría, no? ándale, como cuates".

PVL: ¿ Consideras que es un problema el posicionamiento de los logotipos y en especial los culturales ?

VRC: Totalmente, están mal, es un capricho. Que quiten la seudo Secretaria de Cultura del DF, tenía grupos: que si la Casa del Libro, que si talleres, que si no sé qué; empezaron a pedir logotipos así nomás, porque sí, para todos lados, ni los usaban, mal usados, sin nada, ahora ya no los usan. Faro de Oriente, no sé si tenga un logotipo coherente, o si tuvo, en fin. Entonces, de repente puede dejar de funcionar 10 años un logotipo y de repente el nuevo director dice: "¿cómo que no tiene logotipo El Faro? hay que hacérselo" y entonces hacen el logotipo dura tres años y llega el nuevo y dice: "no, ¿sabes qué? ya no, cámbies" o "no me gusta, quítentlo".

PVL: ¿Hay alguna reglamentación que haga CONACULTA para el posicionamiento de los museos?

VRC: No es nada más para su imagen, en general ellos no se meten con los usos y mal uso del logotipo del MACG, del logotipo del Tamayo, pero sí te obliga por ley a usar el suyo sistemáticamente, y después puedes poner todos los que tú quieras al lado, ni ellos mismos siguen sus propias reglas, están ejemplos de colocarlo hasta ellos mismos donde quieren, entonces ¿para qué está el manual?

PVL: ¿Hay algún comentario que tengas para el diseño de logotipos en el ámbito cultural?

VRC: Tener mucho cuidado, debes trabajar con la gente que fundó el museo, saber cuáles son sus características, en especial para dónde definir, cuáles son sus políticas; bueno, si es un museo de arte barroco o colonial, prehispánico, o contemporáneo, o conceptual, no puede ser el mismo logotipo para cualquier cosa, en ese sentido sí debes ser muy consciente de qué se trata el museo, pero sí tampoco estás consciente de qué va albergar el museo... y eso pasa todo el tiempo, que tú empiezas con una idea pero luego llega otro y la transforma y la cambia, y entonces el logotipo vuelve a funcionar, es un problema que es lógico, pero eso no implica que tengas que cambiar el logotipo de cero, lo puedes modernizar, retomar, darle una manita de gato, en fin. Este logotipo, el de la hoja del MUNAL, si te digo, cómo lo hice, por qué, cuándo, te puedes morir de risa, y que ahorita lo esté utilizando el Patronato del MUNAL, digo: "ah, qué buena onda", pero fue con otra historia: mi padre me dijo: "necesito algo", entonces yo me puse a ver, a buscar y a ver los techos, ahí vivía yo casi, casi; le dije: "te puedo hacer un esquema que puede funcionar a línea, que además se repite en todos las tallas de madera", y entonces lo empecé a hacer, se lo enseñé a Manrique y me dijo: "ah, pues está bien padre, ¿para qué?", "bueno, es que se lo voy a enseñar a mi padre, por que él me pidió que le diera algún elemento, a ver si le servía o no"; tampoco era un hecho que le iba a funcionar, entonces se lo di, le gustó y quedó así; luego se dejó de usar ese logotipo, desapareció durante años yo no sé de dónde lo desempolvamos y lo utilizó el Patronato, quién lo decidió, ¿por qué? quién sabe, se retomó.

Sí es importante que sepas a qué le tiras. El MUNAL se inauguró con una sala de Arte Prehispánico, que desapreció inmediatamente. Hay partes del MUNAL que han desaparecido, hay otras que se han incrementado, y así. Luego los museos se pelean, muchas cosas que antes hacía el MAM ya no quieren hacerlas ni el MAM ni el TAMAYO, lo acaba haciendo el MACG, se quitan proyectos, no hay una dirección en las políticas culturales, y eso se refleja sistemáticamente en los museos.

Sí ha habido una nueva generación de diseñadores que hace trabajo editorial, libro de arte, catálogos, que sí se ha especializado, entonces te hacen buenas cosas, con colegas muy padre, hay gente que sí sabe hacer las cosas, tanto para logotipos, editorial. Las cosas serían distintas.

PVL: ¿Qué otros diseñadores puedes mencionar en el diseño de imagen?

VRC: Rafael López Castro ha hecho cantidad de logotipos, Germán Montalvo. Además, son el equipo que salió de Madero, yo fui la colita, y son los que realmente tienen más fuerza. Si hay por ahí chavos jóvenes, hay chavos que hacen tipografía que no funciona, es inoperante pero que está "padre", esos ya son defectos de las escuelas.

PVL: Gracias

Luis Almeida **Arquitecto/Diseñador**

PVL: ¿Cómo empiezas a desarrollarte en el ámbito cultural de los museos?

LA: En 1964 entro a la Universidad, estudio arquitectura; mis inquietudes me llevan a Artes Plásticas, entro a San Carlos, hago el taller libre de pintura; termino arquitectura en 1970, termino el taller de pintura y me meto al CUEC a estudiar Cine; seguía con estas inquietudes, el CUEC ya tenía muchas cosas desde antes del 68: Leobaldo con El Grito, estaba en otra dirección con la chuchuca (Manuel González Casanova) -ya tenía dos o tres periodos la chuchuca-; estaba Ramón Aupart, Oskovich, Graciela Iturbide ya había terminado la carrera, nos conocimos en el último año. Después de eso, con una beca del gobierno Italiano, estudio un Posgrado en Diseño Industrial, en Florencia. Después estudio, en Paris, Semiología, en la Escuela de Altos Estudios, quien dirigía esa escuela era Roland Barthes, voy al primer congreso de Semiótica que se hace en Milán, que organiza Umberto Eco, eran grandes pensadores y grandes personajes de su tiempo, pero no lo que fueron después, sobre todo Eco.

Empecé a hacer una serie de estudios sobre diseño. Para el año de 1970, me pide el Director de la Facultad de Ciencias, el Director de Comunicación y Divulgación era Luis Estrada, organiza la primera exposición de ciencias, que se llamaba "Una mirada a la ciencia" o algo así, en el MUCA, y como había estudiado arquitectura, me pidió que hiciera la museografía, el cartel y el catálogo: "haz el catálogo y lo llevamos a imprimir a la Imprenta Madero", ahí tiene contratada la Universidad sus servicios, sobre todo carteles y catálogos.

Llego a Madero en el '69, conozco a Marco Antonio Valdivia, un chileno muy bueno, ilustrador, pintor, después diseñador de jardines en Inglaterra; Falcón que estaba haciendo libros para la SEP, y para diferentes organizaciones gubernamentales y Vicente Rojo. Con ellos tres empiezo a tener una relación personal. Al año siguiente regreso a Imprenta Madero con otros trabajos, porque para ese tiempo juntamos un equipo con Luis Estrada y entran otras gentes de diferente índole:

Oscar Urrutia que había sido director de la Olimpiada Cultural; Enrique Carral, Vicente Gandía, Jorge Glison, Aurora Suárez, Javier Velásquez el ceramista, etc. Empezamos a trabajar, trabajar jugando, tenemos que encontrar las soluciones a través del juego, a través de la interacción de todos y había dos psicólogos que dirigían el trabajo, empezamos en los años setentas, y fundamos un grupo que se llamo Alef 3, porque era el tercer universo, Alef nada más hay dos y nosotros éramos el tercero, a través del trabajo que hicimos en el grupo, regrese a Imprenta Madero. Para el año '71 sigo en Madero y aparecen ahí Bernardo Recamier y Rafael López Castro, ya éramos un equipo todos nosotros, para el '72, me voy a Europa, cuando regreso en el '75, '76 me reincorporo a hacer trabajo en la Imprenta Madero pero siempre desde afuera. Yo trabajaba con la Imprenta Madero, en '76 hago la imagen de la Secretaría de Educación Pública, está Muñoz Ledo como Secretario de Educación, hacemos la campaña de López Portillo, surge el Festival Cervantino; del volumen, de la dimensión que lo hace, hago una buena amistad con su hija Carmen Beatriz y empiezo a hacer durante esos 6 años el Festival Cervantino, por supuesto lo hago desde la Imprenta Madero, que era el único taller donde estaba integrado diseño y producción, había una muy buena relación, me quedo ahí.

PVL: ¿En esos años diseñaste el logotipo del Museo del Chopo?

LA: El Chopo lo hago en el año '83 '84, ya es al final, cuando el Chopo requiere como revitalizar, porque primero tuvo una primera etapa que fue con Belkin, y una segunda con Lurdes Monjes que está en la parte de curaduría que empezamos a hacer cosas, se hace un catálogo y quien era el director del MUCA, Rodolfo Rivera y me dice: "hazme un rediseñito del emblema para el catálogo que vamos hacer, es conmemorativo", tomo la identidad del dibujo del ingeniero, le hago un círculo y se lo dí, se lo regalé prácticamente; para el año '82 termina el periodo de López Portillo y viene la devaluación de Miguel de la Madrid.

Para el año '82 las dos familias importantes de la Imprenta Madero -que son los Esprezate y Azorin-, se pelean por el dinero, le piden Azorin que se retire y me pide que sea secretario de Imprenta Madero, no me interesa, y se me dice: "eres el único que puede salvar esto, habla con los obreros, con tus compañeros, es necesario que te quedes", y platicando con todos se decidió que había que salvarlo, había que pagar una rotativa, deudas de papel, una cobranza caída, no había trabajo con la Universidad. Llego un cuate a pedirnos un trabajo en 72 hrs. se paga bien: era Carlos Salinas de Gortari, Director de Programación y Presupuesto, nos pide hacer el Plan Global de Desarrollo de Miguel de la Madrid. lo hacemos, se hace una versión para público en general que se venda en los puestos de periódico, hacemos ese trabajo y pagamos deudas, se paga una buena parte de la rotativa y cesa la presión de los americanos. Sin esa presión el dinero puede fluir para pagar proveedores, estabilizar. Dos años después la imprenta ya está sana. Regresa Pepe de España, no da crédito que lo que había dejado mal, con bombas para estallar, no resiste, dice que lo traicioné, por que los Esprezate piden en la junta de congreso que me den un voto de confianza, un bono por la actuación que tuve, grandes alabanzas, se desesepera y me hace una demanda por incumplimiento, por si los

focos están fundidos, por si la llave se queda abierta, si los uniformes estan manchados, eran tres o cuatro cuartillas de acusaciones absurdas. Me salí.

Me voy a "Redacta", me voy a trabajar a la Secretaría de Gobernación, a las Comisión de las Festividades de la Independencia y la Revolución, y el trabajo lo hago desde "Redacta", me quedo desde el '85 hasta el 2000.

Realmente yo he visto mi carrera en dos períodos de 15: del '70 al '85 y del '85 al 2000 y este espacio como estudio, es el periodo que va a ser, espero 2000 al 2015.

"Redacta" creció en la última etapa de manera amorfa ya sin control, se queda Julio como fotógrafo y su estructura de trabajo en un rincon, Antonio y su estructura en otro y Ricardo y yo en una guardilla; entra Sierra Madre que son como 30 gente, eso es una olla de grillos y el costo era altísimo, porque veníamos arrastrando cosas que eran de otra estructura de trabajo: era tener secretaría, lavandería, luz, predial, copias, chofer, eran gastos excesivos, pagamos una renta de 12 mil pesos al mes. Aparece la oportunidad de este departamento, tan cerca, me mandaron la señal, era de unos amigos, me dijeron: "invierte, éntrale como puedas", hablé con mis hermanos y le entramos.

Las ventajas que le hice, del techo, la altura, los acabados, para hacerlo un estudio, a trabajar de otra manera, por que hay una computadora que sustituye al formador, al ilustrador, al fotógrafo, todo lo tienes que hacer tu, que es otro reto: por un lado tienes la posibilidad de hacer todo, pero al mismo tiempo el compromiso de hacerlo todo, si no sabes de formación, de fotografía, de ilustración, te metes en unos líos enormes y lo peor: se produce similitud, todas las soluciones son iguales a todas, son producto de la tecnología no de las ideas. Eso nos dio chance de cambiarnos y de estar donde estamos ahora. Entre azares, cambios que da la vida, vamos, hemos ido caminando en el ámbito cultural.

PVL: Por ejemplo, en relación al Museo del Chopo, ¿se hizo sólo el logotipo o se te pidió la aplicación?, ¿se requería de una identidad?

LA: Mira a menos que desde el inicio hayas hecho un contrato por un proyecto de identidad, que lo puedas manejar así, como lo hicimos para la SEP: hicimos el manual de identidad, cuando trabajaba en Diseño Profesional, que le daba asesoría y apoyo a Muñoz Ledo, con Echeverría era un grupo que trabajaba. De ahí salieron muchas otras identidades de aquellos años. En 1967, en Madero muchos trabajos eran palomazos: alguien llegaba: "échate una portada, ayúdame con un cartelito, me hicieron este boceto para esto o esta portada para este libro y esta medio fea", siempre terminabas haciendo algo, porque todos éramos una comunidad de amigos, artistas, escritores. A Rodolfo Rivera lo conocía bien desde que iniciamos en el año '69, con la exposición de ciencias.

PVL: ¿Por qué no hiciste una imagen para el MUCA?

LA Porque es un neclo Rodolfo, me pidió muchas cosas, pero la mitad de las cosas siempre eran con una especie de celo, porque él se sentía

“todólogo”. Buena parte de las esculturas que están en la Universidad, me toco a mi negociarlas: en el '85: “es una pena que se pierda, ¿a quién se lo damos?, se lo dije a Rodolfo: “me ofrecen este mural de Carlos Merida para la Universidad; total, llegó ahí y llevamos una muy buena relación, creo que si nos encontramos nos vamos a ver bien”. Es una gente que todo lo quiere hacer: decidía si el catálogo “lo tienes que hacer así”, él hacía la museografía, la decoración, lo que sería la tipografía de las exposiciones; y por supuesto, para muchísima gente de los setenta, el gran gurú era Vicente Rojo. Llegaba el maestro Gamboa, el maestro Rivera, Helen, Benítez, no había otro personaje: Vicente, por ser, la personalidad, la honestidad, la discreción, tenía una gran confianza, era un gran editor, lo vemos con ERA, es él.

En el momento que Vicente no podía, los iba derivando. Como yo no trabajaba para Madero -yo tenía mis clientes-, había gentes de las que yo ya era amigo, colaboraba. Recuerdo que Rodolfo me dijo: “voy a hacer este catálogo del Chopo, échame la mano, la imagen no me gusta, me puedes hacer una propuesta. Inmediatamente tomé fotografías, compás, en menos de dos días estaba lista: “a ver cómo la ves”, “sí, me encanta, así se va a quedar”, de inmediato aparece en el catálogo y no hay crédito, hasta que yo hago mi catálogo es que empiezo a poner muchos de mis trabajos. Era importantísimo hacer ese catálogo.

PVL: ¿Y en el caso de CONACULTA?

LA: Tiene dos tiempos: primero, cuando lo dirige el Secretario de Relaciones Exteriores, Flores Olea, convocó a un concurso, invita a Rafael López Castro, a mí y a otros 4, yo gano ese concurso, les encanta y nada mas se queda con el emblema, hago una tipografía muy sencilla que dice: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, C y A” y todos las demás instituciones conservan sus identidades. A los dos años, Flores Olea se pelea con Octavio Paz, se queda como Presidente y tiene que renunciar a los tres años del gobierno de Carlos Salinas. Se queda Rafael Tovar y de Teresa, que estaba como secretario de Flores Olea y al mismo tiempo era recomendado de su suegro. Todos eran como la misma familia. Lo hacen Director de CONACULTA, estaba yo con él, era fin de semana, fui a ver una cosa, se sabe de la renuncia y del nuevo nombramiento de Tovar y de Teresa, ya nos conocíamos, yo trabajaba con la que era su mujer, -con Carmen Beatriz nos habíamos conocido con López Portillo-, me dice: “oye maestro, haber si ahora podemos terminar el proyecto de CONACULTA, para que todas las instituciones, que son muchas, tengan una identidad común”, me pongo a diseñar una tipografía lo suficiente mente reconocible para que cualquier cosa que se escriba de esa manera se relacione con la estructura de CONACULTA, los elementos son mínimos: la “C”, el logo de INBA O INAH y al lado poníamos el logotipo de Bellas Artes que había hecho Fernando Rión.

PVL: ¿ Quién hizo el primer logo de Bellas Artes ?

LA: No me acuerdo, pero lo podemos encontrar en el libro de los cincuenta años. El diseñador no existe, podría ser la gente que trabajo con Carlos Chavez, o a lo mejor el mismo Prieto, en los años cincuentas.

PVL: Existen 3 manuales de CONACULTA, ¿por qué?

LA: No he hecho ninguno. Después, las administraciones subsecuentes, cada una de ellas ha hecho su imagen a semejanza de cada uno de ellos. A veces, cuando hago algo para CONACULTA, me dicen: "eso está mal, por que esto debe ir así", entonces les digo que en esencia debe ser así, saco una hoja del origen, "ah bueno", entonces ya me lo perdonan. Cada quien cuenta una historia y esa historia tapa los orígenes, oculta lo que son los orígenes y se convierte en la verdad. Es difícil a veces seguir los rastros en este país.

PVL: ¿Tú sabes quién hizo el logotipo del MAM?

LA: Helen Escobedo, y el último es una adaptación de un dibujo de una escultura de Mathias Goeritz.

PVL: ¿Es buena la imagen de MUNAL?

LA: La imagen del MUNAL es una influencia de lo que se desarrolló como identidades europeas, los alemanes, españoles, ingleses utilizaron las fachadas de los edificios como identidad del museo, la identidad del MUNAL, es una copia de las identidades de los museos, igual que la tomó Fomento Cultural Banamex ahora con la fachada del Palacio de Iturbide que está bastante "barrocona".

PVL: ¿Qué opinas del uso de dos logotipos en el MUNAL, el institucional y el comercial ?

LA: Ese trabajo lo desarrollaron en ZIMAT, a mí ninguno de los dos me gusta. La primera tipografía que dice MUNAL con bajas, está lo suficiente mal hecha tipográficamente; y a nivel de identidad subliminal, la heráldica, el prestigio, la calidad, la tradición y el contenido del mismo museo no va con esas letras, parece museo de la charrería, o de las rosquillas de chocolate, es una muy mala tipografía, tan mala que no le da el simbolismo y prestancia que requiere ese museo. Tiene, a través de Bruno Newman, una liga muy directa con los patronatos que dirigen los museos, de hecho él es el que coordinó la imagen del ágila mocha para el gobierno de Fox, él es el coordinador de comunicación de presidencia, y como dato: hace 4 años se publicó el costo del emblema: fue de un millón ochocientos mil pesos.

PVL: ¿Son importantes los cambios de imagen del MACG y Tamayo?

LA: El Carrillo Gil tiene también su tradición. En ese museo empecé a trabajar, en la parte de abajo, donde está la biblioteca estaba Diseño Profesional. Estuvo planeado para museo, siempre existieron las rampas, el rediseño arquitectónico es de Raúl Rivas; antes de Silvia, Raúl hace las escaleras, las rampas de una manera extraordinaria, las soluciones de las vigas; Silvia entra como directora y le da cierto sesgo de trabajo, de identidad, la envoltura que le dan a la fachada es una copia intelectual del Museo Guggenheim, hasta la ventana.

PVL: ¿Recuerdas el primer logotipo del MACG?

LA: Imaginate 1985, promuebo en mi grupo de la Anáhuac de Sur, que participemos en el concurso para la identidad del Carrillo Gil; Viriato es mi alumno, todo lo que ves de postales en los cafes él lo ideó; el trabajo lo desarrollamos en noveno semestre, le dije que la tipografía no se podía reducir y se encaprichó y así quedó.

PVL: ¿Qué pasa en el Tamayo?

LA: La "MT" se deriva del diseño de Vicente Rojo, lo hace en la Imprenta Madero y es la abstracción de uno de los dibujos de Tamayo. En el transcurso del tiempo hice una abstracción del trabajo de Tamayo, cuando la Cumbre Iberoamericana; los hombres que están agarrados, sale de un trabajo que me piden que haga.

Ricardo Salas diseña para el Tamayo, es muy amigo de Robert Litman, Ricardo hace el diseño de las plecas, otro diseñador del Museo Tamayo es Capetillo, hace el periódico "Obelisco", muere muy joven, fundamos juntos "Forum". Trabajo con gente del museo, con Lucia García Noriega estoy cercano al museo.

Después, pon las broncas que hay, Olga Tamayo pide que le regresen el museo porque no está expuesta la obra de Tamayo, la función era otra; estaba Pancha Renau como directora, Litman como director y desde arriba Paula Cusi, que fue la que consiguió los dineros para hacer todo esto. El museo se lo dan a Tamayo, pero TELEVISA mete el dinero, se queda con el museo, con el nombre de Tamayo como figura simbólica, es un problema difícil de resolver con el nombre de Tamayo y el peso político. En el año '85 viene el sismo y para el año siguiente se organiza el mundial de fútbol del '86, termina el mundial, viene la bronca de Tamayo con TELEVISA, y dicen: "le dejamos el museo Tamayo para el señor" y nosotros nos retiramos y nos vamos a lo que era la sede de prensa del mundial de fútbol, y se les ocurre que se va a llamar Centro Cultural de Arte Contemporáneo.

PVL: Es impresionante cómo se pierde la imagen en el tiempo. Si ahorita quisiéramos recordar cuál era la imagen que tenía el Centro Cultural de Arte Contemporáneo, básicamente recuerdo la tipografía.

LA: Si, no hay otra otra cosa, solamente la tipografía y la manera como se deslizaron las líneas, porque no están en un orden preciso, es un poco aleatorio, esa es toda la identidad, es todo lo que existió. El soporte se daba por las exposiciones que se llegaba a transmitir, por las imágenes de las exposiciones que se daban por una discreta firma.

Ricardo Salas hace la última etapa de la identidad del museo tamayo, por que esta en una Asociación de Amigos del Museo, él lo ofrece, lo hace.

PVL: El Museo de San Carlos, su imagen es la misma desde hace 30 años, ¿cómo la ves?

LA: Creo que es una identidad interesante, por que es una de las mejores abstracciones de la arquitectura. Si partimos de que muchos de los

edificios simbólicos toman la arquitectura como identidad, (entonces es un buen ejemplo) el Chopo, por supuesto, porque arquitectónicamente es muy reconocible; pero el patio oval de San Carlos también es muy bonito, es un patio exquisito, más bien barroco por la forma, pero que es interesantísimo cuando entras y descubres esta proporción es algo que te impacta y que puedes recordar y que puedes identificar. A mí no me parece nada malo, es pobre de resolución en sus proporciones, en su austeridad, puede ser más geométrico; en la tipografía, debemos separar lo que es emblema, tipografía o logotipo, pero lo que es la Idea inicial del emblema se me hace muy buena, que no es la mejor solución, sí, que podría ser producto de un trabajo de un rediseño profesional, adecuado y justo, por que si no, como siempre nos pasa quieren lo nuevo.

PVL: Es un trabajo de servicio social. Es un poco la misma historia que la del Carrillo.

LA: Puede haberse hecho internamente, porque en esos años también había departamentos de dibujo que hacían los carteles, los catálogos, invitaciones, boletos y programas. Yo creo que se hizo en un departamento de dibujo, con una más o menos buena factura, con un dibujante que sabía de publicidad o de diseño. Para esos años -en el '82-, ya había generaciones de diseño gráfico.

PVL: ¿ Qué puedes decirnos sobre la formación de los diseñadores gráficos, y sobre todo en el diseño de imágenes?

LA: No es fácil abordarlo. Primero tendríamos que ver a qué universo nos referimos, a qué universo de las identidades nos referimos. Resulta que en la década de los setentas, a raíz del '68, la industria, los entes culturales, los estados, los gobiernos, las empresas para estatales, empiezan a descubrir que hay un proceso de comunicación que se llama identidad, qué es un proceso de identidad y de comunicación corporativa, muchísimas de las empresas tienen o adquieren un rostro, casi todas las empresas paraestatales adquieren rostro, empiezan las campañas ya con identidad en las campañas políticas, la de Luis Echeverría, Salinas de Gortari las hace Ricardo Salas; la de López Portillo la hizo Rámirez Vázquez, es un gran coordinador de esfuerzos. La de Echeverría, una de las partes, que era la "E" y la flecha de "arriba y adelante" la hicimos en el despacho, Diseño Profesional; la de "I love Salinas", la hizo Milton Glaser mal copiada de la de I Love New York.

Los años ochentas traen otra camada de identidades de empresas que va a tener la necesidad de reconocerse con elementos más sintéticos, más claros, más económicos, y que les dan una modernidad. Eso es un fenómeno setentas, ochentas; para los noventa empiezan algunas a rediseñarse por el cambio de autoridades, cambios de mando o por sus funciones, o por que la moda hizo que muchos de los emblemas se hicieran viejos. Piensa en el emblema del caballero azteca que ha sufrido como 6 cambios en los últimos años: el de Aeroméxico.

Te puedo decir que hace como 10 años me pidieron como perito e hice el peritaje de la imagen de Aeroméxico, por que el diseñador que lo había hecho en el '72 -y para el '80 lo cambian y hacen una y otra-, ese

compañero demanda por veinte millones de pesos por daño moral y autoral, primero por que cambiaron lo que era su obra, y por que al cambiar su obra le hacen un daño moral. Me contratan para hacer un tercer dictamen, tercero en discordia, Aeroméxico presenta un dictamen, de un diseñador que el propone, el otro compañero propone un diseñador que avala lo que el hace, como no hay un juez que diga quien tiene razón, no tiene por qué tener conocimientos en el área de diseño, y me nombraron, acepta la propuesta del colegio y soy aceptado; hago un dictamen: el compañero no es el que hace al caballero azteca, el caballero azteca es una figura azteca que tiene características físicas y personalidad que retoma Aeroméxico, y con eso se hace el emblema de una compañía, y cada una de las variable del origen que el caballero azteca ha tenido, él hizo una más de las variable, no su variable es el origen de todas. Ganamos, pero ese proceso de rediseño es muy frecuente. Muchos de los emblemas actuales se han ido cambiando por que muchos se han hecho viejos, hay que modernizarlos, y en esta recomposición de lo que es lo nuevo hay un fenómeno interesantísimo: del 2000 y estos 5 años que llevamos, es ponerle un elipse al emblema, cualquier cosa, nada mas le ponen una elipse y ya es un emblema contemporáneo, ya es nuevo, ya es moderno, ya está actual; o minúsculas, la elipse, significa satelital, global viene con la influencia de hace 10 años de la de internet. Me encontré una plática sobre globalización donde vienen unos 30 ejemplos de tipografía con la elipse encima y que no tiene ningún significado, son de refrigerador, de comida para perros, de dentríficos, de televisión o sea, cada una con distintos asesores en otras cosas, todas utilizan el mismo siglo para decir modernidad, eso es muy equivocado por que eso no significa. Yo creo que el problema del diseño son los jurados, por que ellos son los verdadero diseñadores, porque cuando tú tienes 100 ó 400 propuestas y dices "esta es la buena, la correcta", ese es un acto de diseño, y si no estás preparado para tomar esa decisión, haces gravísimos errores en contra del diseño, haces cosas peores que las del diseñador.

PVL: ¿ Cómo ves el fenómeno cultural en México, en imagen ?

LA: Creo que tenemos un nivel medio y que se han preocupado y que normalmente las autoridades de los museos tienen ciertas preparaciones cuando menos de internacionalización; conocen de identidades, de estos procesos, los mismos catálogos que ahora son de índole global y que puedes ver muchos de los fenómenos de comunicación: han hecho que las presentaciones de las exposiciones, carteles, catálogos, libros de arte, ya se hagan también con este criterio de globalización, los libros se hacen en Italia por Landuchi o en España por el Equilibrista, o en Japón o Daniela Rocha, son trabajos profesionalmente muy bien hechos, bien impresos a nivel de los mejores catálogos que hay en el mundo. El de Aztecas, el de Egipto, esta parte institucional de los museos, creo que los diseñadores que están trabajando para los museos, el cuidado de las imágenes de los museos, muchas de las exposiciones -a pesar de la administración, que a veces es nefasta no tienen ni idea de lo que hacen y nada más meten autogoles, es un fracaso-, si hay trabajo en los museos, hay gentes como Graciela, cualquiera de las directoras, por que en general todas son mujeres, la misma directora de San Ildelfonso, ya tiene 15 años de estar trabajando en museos, finalmente la Monjes que tiene 30 años en esto, ya es la experiencia de ellas y también el conocimiento de gente que ha

aprendido el oficio.

Yo creo que en México tenemos buenos líderes lo que no hay es economía para hacerlo, hay detalles de imposición, hay gentes que no son capaces, que imponen criterios y los cambios, es lo que no me gusta por la falta de respeto y de continuidad para una trabajo. El MARCO es bueno, tiene cosas envidiables, en su imagen, en sus libros, etc. La identidad está por encima del director, los capitales son los verdaderos responsables, encima de eso hay un consejo, el MARCO es un buen ejemplo.

PVL: Luis te doy las gracias



Logotipo del Museo de Arte Contemporáneo de Monterrey, Diseño Lance Wyman.

Logotipo Museo de Arte Contemporáneo de Oaxaca y Museo José Luis Cuevas, Arte Contemporáneo, Diseño Vicente Rojo



CONCLUSIONES

En esta investigación se ha señalado insistentemente la importancia de la Imagen y la cultura visual de los museos de arte en el Distrito Federal, partiendo de su origen para ubicar las etapas que separan y marcan los cambios de imagen.

La principal intención de este trabajo ha sido llenar un hueco en la historia visual en el ámbito de los museos y del diseño gráfico, toda vez que no ha tenido la atención debida, lo cual es palpable debido al caos visual que persiste en la ciudad por lo que a los museos se refiere.

El periodo que abarca los últimos años de la década de los ochentas, noventas y los primeros del nuevo siglo pueden apreciarse como un periodo de cambio en algunos museos en relación con su imagen, con lo que quieren proyectar, y como una revaloración del papel que juega el diseño gráfico para satisfacer sus necesidades de comunicación visual. Lo importante es la manera en que los museos son percibidos, lo cual depende en gran medida de cómo éstos se comunican con el público receptor.

El diseño de la identidad corporativa en el ámbito de los museos da un gran salto en dicho periodo: Alan Fletcher crea la imagen para el Victoria&Albert Museum en 1988; David Hillman crea la nueva identidad de la Tate Gallery en 1990; H. BREUIL, para el Museo de Altamira en 2000. En México, hacia finales de los 90' y principios de 2000, cambian su identidad gráfica el Museo Nacional de Arte, el Museo de Arte Contemporáneo Internacional Rufino Tamayo, y el Museo de Arte Contemporáneo Carrillo Gil, en una completa transformación de su concepción convencional.

Los vínculos existentes entre la gráfica y el entorno de un lugar sólo se explican dentro de un contexto histórico que los transforma y sustenta. Al mismo tiempo, tampoco podemos olvidar que el diseño, a su vez, incide en la sociedad que lo ha creado.

En este sentido, debe reivindicarse a la Antigua Academia de San Carlos: fue el primer museo del Nuevo Mundo; ha sido desde sus inicios un centro de difusión y extensión del arte europeo y nacional. Sus colecciones dieron origen a importantes museos. Por sí misma conserva, clasifica y restaura las colecciones que resguarda desde su fundación. Exhibe obras de arte en sus galerías hasta la fecha. Es pionera en la enseñanza del Diseño Gráfico, y ha contribuido a modificar el paisaje urbano con sus egresados, entre los cuales destacan: Sebastian y Mayagoitia en escultura pública, en museos la Curadora Gabriela Prieto, el Museógrafo Gerardo Alonso; Aline Guevar Ilustradora, Luis Valverde, Ulises Culebro, caricaturista del diario El País, Julio Frías, Cesar Reyes Chalico, Ofelia Martínez, Victor Solís, Antonio Garci por nombrar algunos.

La Academia también ha aportado pintura mural de Alejandro Reyna y realiza exposiciones en la galerías del Sistema de Transporte Colectivo Metro, y en los Centros de Extensión de la UNAM en San Antonio y Canadá, etc.

Con base en los resultados obtenidos, se considera que tanto la hipótesis como el objetivo general y el segundo objetivo particular han sido confirmados: el logotipo, en términos generales, ha ocupado un lugar secundario dentro de las prioridades institucionales como parte de la

estrategia de difusión de su imagen pública; el uso de los logotipos no obedece a una línea de trabajo institucional definida y uniforme, más bien se reduce a criterios prácticamente personales en lugar de sustentarse en la percepción que tienen los usuarios. Finalmente, el retorno a aspectos básicos del diseño a partir del análisis de la identidad visual nos lleva a reflexionar acerca de la importancia de que en proyectos de esta naturaleza sea considerada la participación de diseñadores profesionales, y de que al momento de ajustar y/o actualizar el diseño curricular se tomen en cuenta también las aportaciones de los egresados, lo cual sin duda beneficiará a las nuevas generaciones de diseñadores.

En cuanto al primer objetivo particular, sólo puede decirse que la carencia de manuales de identidad, así como la falta de uso en los casos en los que se cuenta con dicho documento, impidieron el examen originalmente propuesto.

De lo anterior, se han desprendido las siguientes consideraciones:

A lo largo de este trabajo pudo constatar que el interés institucional por crear y mantener espacios dedicados a la difusión de obras de arte que contribuyeran a generar y acrecentar una cultura más amplia en la población no siempre ha ido de la mano del cuidado que requiere también la imagen de dichos espacios para permanecer en la memoria de sus visitantes, como unidad, como propósito definido. El capítulo referente a las entrevistas es claro en este punto: la evidente falta de interés en los directivos en relación con la imagen visual, usualmente el primer contacto entre el museo y el usuario, como medio de comunicación. Ello sin menoscabo de aportaciones valiosas en términos de experiencias y reflexiones que pueden dar pauta para realizar nuevas investigaciones.

Se percibe claramente con la muestra de imágenes incluidas, que más bien se trata de una crisis de identidad, toda vez que más que un problema de marketing, de publicidad, el problema, como dice Joan Costa, es "(...) una indefinición de identidad y un fallo de proyección estratégica de imagen". El problema está en la imagen proyectada, incluso lo largo de los nombres de algunos museos obliga a pronunciarlos por las siglas.

También, durante este recorrido el diseño ha planteado diversos aspectos visuales en lo concerniente a la creación y gestión de una imagen pública coherente, no sólo como una manifestación de estética industrial y gráfica, sino como el vehículo fundamental de economía de comunicación.

El posicionamiento de la imagen se basa principalmente en la comunicación visual, algo que se controla desde el museo. Las contradicciones, la falta de consistencia y, especialmente, la falta de presencia de los museos en la mente de los usuarios, con mucho, es resultado de la indiferencia mostrada por los directivos desde los años setentas. Es un fenómeno de décadas, y se refleja en la falta de memoria gráfica en los archivos de los museos.

La carencia de un manual de imagen promueve su uso arbitrario, lo cual afecta la conceptualización, comprensión y, por consecuencia, el adecuado uso del logotipo, imago tipo, logosimbolo, tipograma, y/o monograma, -según

¹ Costa, Joan. Diseñar para los ojos. Grupo Editorial Desingn. 2003, Pag.94

sea el caso- destinado a la comunicación visual, máxime cuando es uno de los rasgos distintivos de la posmodernidad: el dominio de la imagen.

Los constantes cambios de administración dificultan la continuidad de los proyectos, e implican modificaciones en la misión y las políticas institucionales cuando están definidas. En este sentido, se requiere un replanteamiento del quehacer del diseño en el ámbito institucional, acorde a su nuevo momento histórico.

La lectura de una propuesta visual totalizadora -o global- sólo es posible en un programa gráfico, tipográfico, cromática, tecnológico y de emplazamiento algo poco usual en los museos.

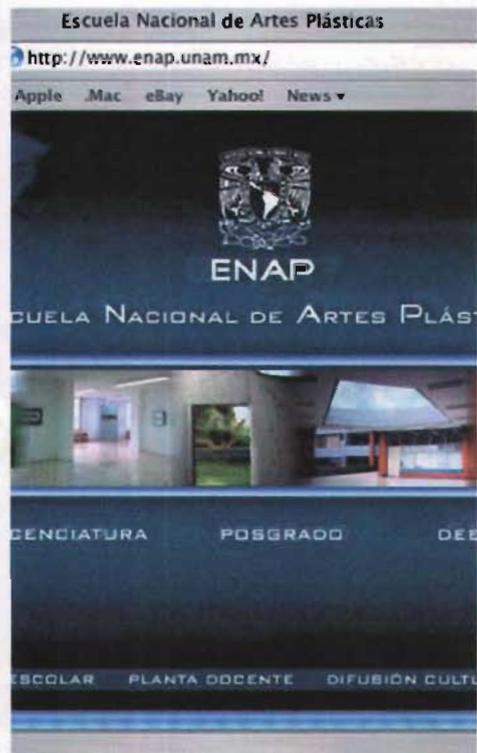
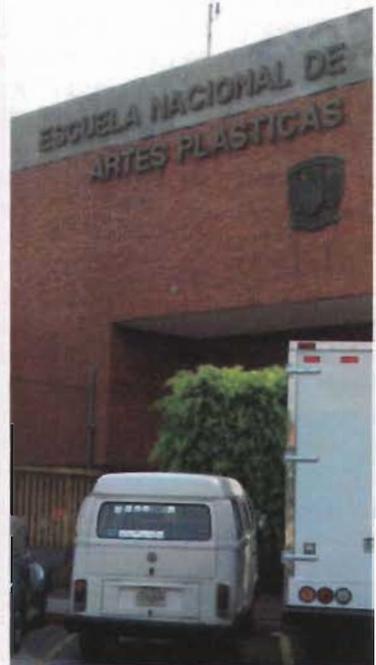
Los sistemas de comunicación que aplican en los museos no siempre cubren los tres aspectos fundamentales para la percepción del mensaje: 1) *secuencialidad*, es decir la reiteración constante y ordenada de una imagen en el paisaje; 2) *previsibilidad*, mediante el emplazamiento sistemático de un signo, que hace previsible su localización; y 3) *estructura* relacionada con la conformación en términos de forma, dimensión, color, contenido y aspectos visuales del logotipo (algo difícil de conseguir, ya que la mayoría de los museos que estudiamos en su mayoría carecen de manual, como fue indicado arriba).

La diversidad icónica que tienen los museos es muestra de un problema de comunicación con el entorno, que abarca desde la propuesta verbal y visual, pasando por la situación particular de cada museo, (en terminos administrativos, presupuestales y de enfoque de la labor a realizar) y las necesidades de su público -nacional e internacional-, hasta la coherencia de la constelación de respuestas infinitas que el diseño puede proporcionar para dar sentido a los espacios públicos.

Aquí se han planteado multiples registros fotográficos -como ventana al pasado, imágenes atrapadas en el inexorable paso del tiempo-, de las construcciones, de los espacios ocupados para que el diseño sirva de puente no sólo para reconstruir una época, sino para apreciar sus cambios, unos más significativos que otros, dado también el crecimiento de una ciudad que superpone esas imágenes, mezclando sin control aparente pasado, presente y futuro.

La relación entre la imagen de los museos y su entorno urbano, así como el posicionamiento de la imagen de los museos entre los usuarios es una cuenta pendiente que debe ser retomada por los directores de los museos, e incluso por CONACULTA. La imagen corporativa o institucional de los museos, además de resolver el programa funcional, debe cumplir con su misión primordial: expresar el contenido del museo en términos de la colección que resguarda, el valor histórico y cultural del edificio, así como su carácter público.

De esta manera, en última instancia, se señala la necesidad de reivindicar el papel del diseño en el entorno cultural y urbano, como una disciplina que no sólo puede aportar propuestas estéticas, comerciales o propagandísticas sino contribuir de manera activa para mejorar y enriquecer los multiples espacios que la ciudad ofrece, la relacione entre éstos y los usuarios, así como a resolver problemas derivados de la saturación visual que día a día aumenta.



Fotos Imagen de la Escuela Nacional de Artes Plásticas

BIBLIOGRAFÍA

- Abraham, Jalil Bertha, *Daniel F. Rubín de la Borbolla : Testimonios y Fuentes I y II* UNAM, México, 1996.
- Arfuch, Leonor, et al, *Diseño y Comunicación: teorías y enfoques críticos*, Paidós, Estudios de Comunicación, SAICF, Buenos Aires, 1997.
- Casas Geo, *Las Casas que cuentan una historia*, México, 2003.
- Cliff, Stafford, *Diseño de Stands, Galerías, Museos y Ferias*, Gustavo Gili, SA. de CV. Barcelona 1992.
- Dean, Corinna, *Interiores Gráficos: espacios diseñados por artistas gráficos*, Gustavo Gili, SA. de CV. Barcelona, 2001.
- Fernandez, Miguel Angel, *Historia de los Museos de México*, México, 1998.
- Heyer, Paul, *Arquitecto Abraham Zabludovsky 1979-1993* Princenton Architectural Press, Inc, New York, 1993.
- Joan, Costa, *Diseñar para los ojos*, Grupo Editorial Design, La Paz Bolivia 2003
- Joseef, Muller-Brockmann, Gustavo Gili Diseño, Barcelona, 1998
- Kinneir, Jock, *Diseño Gráfico en la Arquitectura*, Gustavo Gili, SA. de CV., Barcelona, 1982.
- Galí, Montserrat, *Lotería de la Academia de San Carlos*, INBA, Lotería Nacional, México, 1986-1987
- Larrosa, Manuel, *Mario Pani: Arquitecto de su Época*, UNAM, México, 1985.
- Nieto, Alcaide Victor, *La Luz, Símbolo y Sistema Visual*, Ediciones Cátedra, SA, Madrid 1997.
- Norberto, Chaves, *La imagen corporativa*, Gustavo Gili Diseño, Barcelona 1988
- Mirzoeff, Nicholas, *Una introducción a la cultura visual*, Paidós Ibérica, Barcelona, 2003.
- Mijksenaar, Paul, *Diseño de la Información*, Gustavo Gili, SA. de CV. México, 2002.
- Morales, Moreno Luis Gerardo, *Orígenes de la Museología Mexicana, Fuentes para el estudio histórico del Museo Nacional, 1780-1940*, Editorial UNO, 1999
- QUORUM, *Diseño Gráfico en México I*, México, 1997
- Roger, Miles Compiladores *El Discurso Museográfico Contemporáneo, El Museo del Futuro: Algunas Perspectivas Europeas*, UNAM, México, 1995.
- Tarazona, Velutini Daniela, *Museo Nacional de Arte*, Coordinación Editorial, Patronato del Museo de Arte, México, 2003.
- Trabulse, Elías, *Los Manuscritos Perdidos de Sigüenza y Góngora*, México, Ed. Colegio de México, 1988
- Schmilchuk, Graciela, *Museos Comunicación y Educación No. 5 Antología Comentada*, Colección Artes Plásticas, Serie Investigación y Documentación de las Artes, México, INBA, 1987.
- Sims, Mitzi, *Gráfica del entorno*, Gustavo Gili, SA. de CV. Barcelona, 1991.
- Turner, Janet, *Diseño con Luz: En Espacios Públicos, Soluciones de iluminación para exhibiciones, museos y lugares históricos*. Mc Graw Hill-/ Interamericana Editores, SA. de CV. México, 2000.
- Zavala, Lauro, et al, *Posibilidades y Limites de la Comunicación Museográfica*, UNAM, México 1993.

CATALOGOS

Jiménez Victor, coordinador, *Arquitectura en México: Porfiriato y Movimiento Moderno*, catalogo de la exposición, Dirección de Arquitectura y Conservación del Patrimonio Artístico Nacional, No. 28-29, INBA, México 1983.

REVISTAS

Tagle, de Moreno J.E., Director General, Artes de México, *Museo Nacional de Antropología* No. 66-67, Instituto Nacional de Antropología e Historia, SEP, II Época año XII, México, 1965.

Abaroa, Eduardo, et al, *Museos de México y del Mundo: La voluntad de Mostrar, el Ingenio de Ver*, CONACULTA, INAH, INBA, México,

ARCHIVOS

Archivo Casasola

Archivo Histórico de la UNAM, CESU

Archivo Macadam Palomo