



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO
POSGRADO EN ARTES Y DISEÑO
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO

**DESARROLLO DE MÉTODO DE EVALUACIÓN PARA PROPUESTAS
DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL EN EXPOSICIONES TEMPORALES
DE ARTE MODERNO Y CONTEMPORÁNEO.**

ESTUDIOS DE CASO EN LA CIUDAD DE MÉXICO Y BARCELONA.

TESIS

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:
MAESTRA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

PRESENTA:

INGRID GARCÍA NARVÁEZ

DIRECTOR DE TESIS

DRA. ALFIA LEIVA DEL VALLE
FAD

SÍNODO

DRA. MARÍA ELENA MARTÍNEZ DURÁN
FAD

DR. JESÚS FELIPE MEJÍA RODRIGUEZ
FAD

DRA. MA. DE LAS MERCEDES SIERRA KEHOE
FAD

MTRA. AMÉRICA ELIZABETH ARAGÓN CALDERAS
FAD

MÉXICO, CIUDAD DE MÉXICO, OCTUBRE 2016



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.

*Tú no puedes volver atrás
porque la vida ya te empuja
como un aullido interminable ...no te rindas!*

Palabras para Julia
José Agustín Goytisolo, 1992

AGRADECIMIENTOS

Al hacer memoria me he dado cuenta que durante todo este tiempo es muy larga la lista de personas a las que les debo agradecer su apoyo, motivación y su sincero interés de contribuir al desarrollo de mi investigación y por tanto de mi persona.

Por tal razón solo me resta agradecerles con todo mi corazón a cada uno de ustedes, ya que la vida los dispuso para que me acompañaran y apoyaran en las diversas etapas por las que atravesó mi trabajo, sepan que a la meta no se llega solo, por ello hoy me siento feliz de decir que **lo hemos logrado!**

DEDICADA

A mi madre, a mi familia, amigos y al Dr. Joan Santacana quien me brindo su apoyo y una excelente tutoría en una gran ciudad como lo es Barcelona pero lo más importante es que me enseñó *«que no existe un acto educativo sino se reconocen cambios en las formas de pensar.»*

...no te rindas!!

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
--------------------	---



CAP. 1 EL DISEÑO, LA COMUNICACIÓN VISUAL Y LA EXPOSICIÓN DE ARTE

1.1 Objetivos de la investigación	14
1.2 Momentos significativos de la museología, línea de tiempo	15
1.3 Museo tradicional y el museo actual	22
1.4 Diseño y comunicación visual en la exposición de arte	27
1.4.1 <i>Etapa de planeación</i>	34
Lenguajes y construcción del mensaje	45
Propuesta de tipología de mensajes, en exposiciones	52
1.4.2 <i>Etapa de distribución</i>	53
Uso de medios de comunicación y nuevas tecnologías	54
Implementación de estrategias	57
1.4.3 <i>Etapa de consumo</i>	60
Comunicación con el visitante	62

CAP. 2 DESARROLLO DE PROPUESTA METODOLÓGICA DE EVALUACIÓN.

2.1 La evaluación, estado de la cuestión	68
2.1.1 Un método de evaluación para la propuesta gráfica en exposiciones	77
2.2 Propuesta metodológica de evaluación	79
2.2.1 <i>Argumentación del método de investigación</i>	79
2.2.2 <i>Análisis exploratorio para la propuesta de comunicación gráfica</i>	81
<i>de exposiciones de arte moderno y contemporáneo</i>	
2.2.3 <i>Planteamiento del método</i>	82



2.2.4	<i>Desarrollo de la propuesta metodológica de evaluación.</i>	
	<i>Primera etapa del proyecto. Metodología A</i>	82
	Equipamientos Ciudad de México	86
	Interpretación de resultados	89
2.2.5	<i>Metodología B, Ciudad de Barcelona</i>	98
	Desarrollo de método de investigación	102
	Implementación de metodología de investigación	112
	Interpretación de datos de grupo de discusión	123



CAP. 3 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y VALORACIÓN DE LA PROPUESTA METODOLÓGICA "B" DE EVALUACIÓN

3.1	Presentación de resultados	138
3.2	Resultados de FUEEC	143
3.3	Resultados de Fichas de Observación de Soportes Gráficos	147
3.4	Resultados de Grupo de discusión	149
	3.4.1 <i>Resultados de grupo de discusión por pregunta</i>	150
	3.4.2 <i>Confrontación de resultados de fichas de observación</i>	156
	<i>(FUEEC y soporte) y grupo de discusión</i>	
3.5	El papel y el valor de la muestra	158
	3.5.1 <i>Aportaciones y proyección de la propuesta metodológica</i>	160
	3.5.2 <i>Trasladar los resultados de la evaluación a la práctica</i>	165

CONCLUSIONES	167
--------------------	-----

ANEXOS

Anexo I: Eventos significativos sobre el diseño de exposiciones	172
Anexo II: Eventos significativos sobre la evaluación	176
del diseño de exposiciones	
Anexo III: Proceso del trabajo	180
Anexo IV: Fichas de observación con información recolectada	198
Anexo V: Transcripción de grupo de discusión	218
Anexo VI: Glosario de terminología para aplicación de ficha de evaluación	232

FUENTES DE CONSULTA	237
---------------------------	-----

INTRODUCCIÓN

Factores como la cotidianidad, el quehacer bien aprendido, sumado a la idea de una falsa especialización de nuestras actividades profesionales o simplemente una actitud de desinterés han originado que disciplinas como el diseño y la comunicación visual tiendan a enfrascar sus posibilidades de desarrollo, conformándose en la realización y aplicación de propuestas que son el resultado de tendencias, estilos o modelos.

Específicamente centrare mi atención en el ámbito profesional del diseño de exposiciones, desde mi experiencia dentro del medio he reconocido que determinados fundamentos de la profesión que nos son enseñados cuando estamos estudiando se pierden una vez dentro del ambiente profesional; uno de ellos es la actividad de reconocer o verificar la verdadera utilidad que tienen las propuestas gráficas. Sostengo este argumento a partir de que he colaborado como diseñadora gráfica alrededor de seis años en proyectos de esta índole y nunca he reconocido la existencia de algún instrumento que permita llevar a cabo la evaluación de la propuesta gráfica generada para los proyectos.

Por tanto, tal situación fue la pauta principal que contribuyó a que me cuestionaré ¿quiénes son los encargados de evaluar lo que hacemos?, ¿por qué la propuesta gráfica utilizada en equipamientos culturales o museos, casi siempre responde a un modelo?, ¿por qué las propuestas generadas para salas de exposición manejan poco nivel de innovación comparadas con otras áreas donde participa el diseño y la comunicación visual?, ¿nuestras propuestas logran sus dos principales cometidos, es decir, ser funcionales y atractivas? Y finalmente ¿cuáles son las repercusiones de generar una metodología de evaluación para propuestas gráficas generadas para el diseño de exposiciones?

Cabe señalar que hacer una evaluación de una propuesta gráfica se ve condicionada por lo que plantean las categorías estéticas de la imagen, es decir, lo bello, lo feo, lo sublime, lo cómico, entre otras, para entenderlas retomamos el objetivo de dicha disciplina *"...la estética es la encargada de abordar la relación que el hombre experimenta frente a los objetos y que se diferencia de otras relaciones como la científica y la religiosa, en la primera el hombre busca el conocimiento y en la segunda la vinculación con el ser divino y trascendente, en la estética se persigue expresar y descubrir la belleza de los objetos."* (Narváez, 2015, p.4)

La comunicación visual adquiere significancia a partir de estas categorías, ya que nos permiten plasmar la realidad desde múltiples perspectivas, sin embargo, por esa misma razón hacer uso de este aspecto inherente a la imagen representa un reto, que debe ser tratado con atención, por tanto, surge el cuestionamiento de ¿funcionalidad vs. estética?

Antes de continuar señalaré que el concepto de imagen ha tenido, tiene y continuará teniendo diversas aproximaciones que se establecerán a partir de la disciplina de estudio que esté interesada en ella, al momento, en la presente investigación partiremos de la idea de imagen como representación de la realidad, desde este enfoque su uso y manipulación está condicionada por la actividad profesional del diseñador gráfico.

Por consiguiente ¿Cuál ha sido la importancia de la imagen? Sin duda ha impactado en el desarrollo de la humanidad, ya que su utilidad ha sido tan significativa que son diversas las áreas del conocimiento humano las que han recurrido al uso de la comunicación gráfica y presentación de imágenes, como recursos indispensables que les permiten llevar a cabo sus funciones o complementarlas.

Tal es el caso que hoy reconocemos que trabajan a la par la disciplina museográfica y el diseño y la comunicación visual, la versatilidad de enfoques que esta última ha tenido, le permitió insertarse como un recurso indispensable en el campo de la museografía, disciplina que Fernandez (1999) define como *"... la técnica que expresa los conocimientos museológicos en el museo. Trata especilmente sobre la arquitectura y ordenamiento de las instalaciones de los museos"* se entiende así, que será la encargada de desarrollar la exposición en términos espaciales, gráficos y materiales.

Desde mi perspectiva la exposición representa una práctica social que contribuye o debiera contribuir al desarrollo intelectual del ser humano, es decir, esto responde a que cada vez que una persona visita una exposición se lleva consigo no solo conocimiento, sino que las posibilidades del visitante crecen, debido a que manifiesta nuevas formas de pensamiento, que obtiene tras interactuar, cuestionarse, divertirse y deleitarse con los contenidos.

Ahora bien, cuando el diseñador gráfico se involucra en el diseño de exposiciones, es decir, en el día a día tiene contacto con diversas tipologías de exposiciones, que muchas veces responden a condicionamientos muy ortodoxos de lo que se ha establecido en torno al concepto de museo, pero en la actualidad son muchos otros los casos donde las propias características de los equipamientos culturales son las que determinan los enfoques que adquieren los montajes expositivos.

El centrar la atención en las exposiciones de arte moderno y contemporáneo tiene mucho que ver con el interés de reflexionar sobre las consideraciones que tanto gestores y artistas, como públicos han hecho sobre esta categoría, ya que las diversas aproximaciones establecidas en relación al arte son las que han determinado significativamente el contacto que los individuos tenemos con él. Realizar un seguimiento, tiene la intención de reconocer el impacto que estos planteamientos tienen sobre las estrategias y modelos que se utilizan para exponer el arte moderno y contemporáneo al público.

El presente documento logró conjuntar principalmente tres áreas de estudio, el diseño y la comunicación visual, el diseño de exposiciones y la exposición de arte; en breve, mencionaré la finalidad y el rumbo que siguió el proyecto de investigación, pero antes de continuar es oportuno destacar un antecedente, que facilitó el acercamiento y estudio de dichas áreas.

Se contó con la referencia de un trabajo previo (*tesis de licenciatura*) titulado “ *El diseño y la comunicación visual como creador de experiencias museográficas* ”, éste es un documento descriptivo que muestra a detalle cada una de las etapas que atraviesa la exposición. El estudio inicia señalando cómo se lleva a cabo el planteamiento museológico de una exposición hasta su conformación, enseguida se muestra cómo es el desarrollo y enfatiza la participación y funciones que desempeñan el diseño y la comunicación visual.

Contar con este conocimiento previo, permitió avanzar a un siguiente etapa con la finalidad de dar respuesta a un cúmulo de inquietudes surgidas tras estar laborando en el medio museográfico. Es entonces como se logró estructurar una hipótesis, la cual establece que las exposiciones de arte moderno y contemporáneo presentan una serie de necesidades de comunicación, que son resueltas mayormente a través del planteamiento de diversos lenguajes museográficos; por tanto, evaluar la participación del profesional del diseño y el significado de su propuesta gráfica para construir parte de estos lenguajes repercute en la mejora de la disciplina del diseño y la comunicación visual y en el diseño de exposiciones.

Por lo tanto, hacer un análisis evaluativo de esta actividad nos permite identificar en qué medida la propuesta gráfica tiene correspondencia con las necesidades y objetivos planteados por el proyecto, y así mismo conocer cuál es el nivel de concordancia que tiene la propuesta con el contexto social donde se esté desarrollando.

A pesar de que existe un interés y reiterados señalamientos de realizar estudios de evaluación de las actividades realizadas por del diseño, en la actualidad no se reconoce una metodología firmemente planteada, sin embargo, contar con herramientas y estrategias de evaluación propias de la actividad del diseño y la comunicación visual desde la óptica de la exposición, son la posibilidad de ser un parteaguas que permita mejorar la práctica del diseño.

Hacer uso de la evaluación como un mecanismo de mejora de la profesión contribuye a la generación de un conocimiento más amplio y crítico que permite que las propuestas que se propongan realmente respondan y satisfagan las necesidades de quien plantea y para quienes se hace un proyecto expositivo.

Con relación a esta inquietud fue que se estableció el objetivo de la investigación, que consistió en *crear una metodología de evaluación para propuestas de comunicación visual generadas para exposiciones de arte moderno y contemporáneo*. Como todo proyecto de investigación, el objetivo atravesó diversas etapas de maduración que le permitieron definirse y delimitarse, a lo largo del documento se hace mención de algunas de las etapas más significativas.

El proyecto de investigación que inició con un estudio de caso ubicado en el **Museo de Arte Carrillo Gil** se complementó con el estudio de otras exposiciones ubicadas en otros museos de la Ciudad de México, en específico el **Museo Universitario del Chopo** y el **Centro Cultural de España** en México. Este primer acercamiento a los equipamientos nos permitió establecer una primera propuesta de metodología de evaluación, la cual posteriormente necesitó ser replanteada con la finalidad de mejorar, logrando así conformar una segunda metodología con un enfoque multidisciplinario, que se adecuó mejor a las características y necesidades de un montaje expositivo.

Esta nueva propuesta se desarrolló con el apoyo del equipo de investigación **DIGEHCS (taller de proyectos)** de la **Universidad de Barcelona**, para su configuración fue necesario seleccionar otros equipamientos culturales que nos brindaran las referencias necesarias para poder desarrollar los instrumentos de investigación. Para esta segunda etapa de la investigación nuestros estudios de caso fueron el **Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona**, el **Museo de Arte Contemporánea de Barcelona** y el **Centro de Artes Santa Mónica**.

A lo largo del proyecto se consultaron diversas fuentes informativas, principalmente publicaciones que se retomaron y se pusieron a discusión; cabe mencionar que la información proviene de autores de gran trayectoria en el estudio de exposiciones, la comunicación y la evaluación, es entonces como tenemos de referencia los estudios realizados por los investigadores: **Joan Santacana**, **Eilean Hooper Greenhill**, **García Blanco**, **Francisca Hernández**, **Graciela Schmilchuck**, **María Acaso**, **Randi Korn**, **Hughes Philip**, **Alonso Fernandez**, entre otros.

Por último, describo lo tres capítulos que conforman la publicación; el lector se encontrará con un primer capítulo que tiene como objetivo aportar los argumentos que describen la relación entre las disciplinas del diseño y la comunicación visual con el diseño de exposiciones, en él se hace mención de algunos de los eventos más significativos de la museología, donde se evidencia como han sido sus mismos planteamientos los que han repercutido en las propuestas museográficas. Este breve recorrido por la historia de la museología es la parte que nos permite dirigir nuestra atención y entender el proceso de plantear, desarrollar y producir una propuesta gráfica, que estará contenida en una sala de exposición.

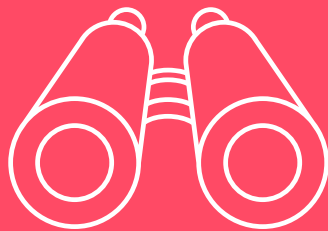
Enseguida, en el segundo capítulo de la tesis se planteó la importancia de la evaluación y su uso para valorar programas culturales y exposiciones, es en este momento donde se hace una distinción entre lo que es la evaluación y lo que son los estudios de caso. A partir de esta distinción es cómo podemos adentrarnos en las posibilidades de la evaluación dando pie a la presentación de las metodologías A y B desarrolladas, en la maestría, se incluye la información relacionada con los estudios de caso, descripción de objetivos e implementación de las propuestas de evaluación.

Finalmente en el tercer capítulo de la investigación se incluye la interpretación de datos obtenida tras el análisis de información que se recabó durante la implementación de la metodología B, se describe cuáles son los instrumentos para realizar el análisis y presentar la información; también en este apartado se reconocen los hallazgos, eficiencias y deficiencias de la propuesta. El objetivo de analizar las posibilidades generales del proyecto me permitió plantear proyecciones a futuro, las cuales hoy se hacen accesibles al lector, principalmente a aquellos interesados en retomar la propuesta y de ser posible, desarrollarla desde nuevas y mejores perspectivas.

Antes de terminar, el lector encontrará un apartado de conclusiones producto de comparar los objetivos iniciales del proyecto con los logrados, además se incluyen las nuevas consideraciones que se lograron. El documento cuenta con una sección de anexos y fuentes de consulta, las cuáles se sugiere sean revisadas en el momento preciso que la lectura así lo indique, ya que la correspondencia de los contenidos, contribuye a un mejor entendimiento del proceso que siguió el proyecto de investigación.

Capítulo 1

EL DISEÑO, LA COMUNICACIÓN
VISUAL Y LA *EXPOSICIÓN DE ARTE*



EL DISEÑO, LA COMUNICACIÓN VISUAL Y LA EXPOSICIÓN DE ARTE

1.1 Objetivos de la investigación

Los espacios expositivos de arte moderno y contemporáneo se encuentran en un constante intercambio de información con sus visitantes, es decir, establecen un diálogo con los visitantes. Por su parte los equipamientos culturales proponen la utilización de medios y recursos que le permiten llevar a cabo esta actividad comunicativa.

Dentro de los recursos utilizados encontramos a los soportes gráficos, que desde la perspectiva de Hughes (2010) son la interpretación de un tema y pueden estar concebidos en dos o tres dimensiones, articulados a través de un lenguaje y resueltos a través de un proceso de impresión o un sistema digital. Por tanto la participación del diseño y la comunicación visual se convierten en recursos indispensables en este tipo de espacios.

Partiendo del planteamiento de entender al diseño y a la comunicación visual como puentes de comunicación que permiten vincular los contenidos de las exposiciones con los públicos, también es importante señalarlos como elementos que contribuyen al desarrollo de los discursos expositivos, el objetivo general de esta investigación es establecer una metodología de evaluación para exposiciones de arte moderno y contemporáneo con la finalidad de analizar la propuesta gráfica que el diseñador gráfico realiza para el diseño de exposiciones e identificar en qué medida su propuesta beneficia los objetivos iniciales de un proyecto expositivo y de quién lo consume.

La intención del proyecto es dar continuidad a la investigación en espacios expositivos desde la perspectiva del diseño y la comunicación visual, insistiendo en la importancia de generar prácticas atinadas de evaluación que nos permitan conocer la función y posibilidades del diseño y la comunicación visual.

1.2 Momentos significativos de la museología y museografía internacional

“El éxito del museo no se debe a la cantidad de visitantes que reciba sino por el número de visitantes a los que ha enseñado alguna cosa.” (Rivière, 1993, p.9) decido empezar este apartado con esta frase pues considero estas palabras como un buen ejemplo de lo que ha pasado en la historia de los museos, debido a que en cada época se han establecido mecanismos y estrategias que le permitan adaptarse y adecuarse a las necesidades del momento.

Lo que conocemos actualmente como un museo o espacio de exhibición responde a distintas etapas de transformación que le han permitido constituirse y presentarse ante nosotros, sin embargo, dicha transformación no ha impactado de la misma manera los diversos elementos que intervienen en el espacio de exhibición. El diseño de exposiciones ha atravesado etapas tan significativas que lo que funcionó en determinado momento, nuevamente vuelve a ser utilizado e incluso, en otras tantas ocasiones, mantenerse vigente.

Explicaré en términos generales aquellas propuestas que hasta el día de ayer ya forman parte de la historia de los museos, pues resultaría una tarea interminable enfrentarnos a todo un contexto que en repetidas ocasiones podría ser desconocido y por consiguiente caer en malas interpretaciones; sin embargo, estudiar algunos eventos de transformación nos muestra la importancia y la necesidad de desarrollar nuevas herramientas de estudio para el museo.

El origen de la palabra museo como lo describió Morales (1994) proviene de la raíz griega *museion* y de la raíz latina *museum*, en donde ambas palabras hacen referencia al lugar de las musas, reduciendo su función a un espacio de preservación de la memoria estética e histórica.

Esta misma idea continuó vigente por mucho tiempo, estableciéndose como espacios reservados de contemplación para coleccionistas privados, sirviendo muchas veces como depósitos de objetos adquiridos en conquistas y guerras, funcionando como símbolos de victoria de las grandes monarquías.

Posteriormente, durante el siglo XIX se dio paso a la creación de los *gabinetes de curiosidades*, los cuales, brindaban la posibilidad guardar, mostrar y resguardar hallazgos naturales, animales, objetos cotidianos, entre otros, su consulta y estudio contribuyeron al desarrollo científico y de la sociedad. Estos gabinetes carecían de una lógica de acomodo o categorización. El desarrollo paulatino de la ciencia y los constantes tránsitos de especies, alimentos y materiales científicos entre países, principalmente se debía a las dinámicas de saqueo o intercambio realizadas por parte de los países conquistadores, sin embargo, esto permitió considerar que la exhibición y resguardo de estos objetos sirviera como un testimonio histórico y de investigación; aunque meramente, su exhibición era el resultado de una clasificación básica, este tipo de muestras son los orígenes de lo que hoy es la sofisticada labor de clasificación y conservación de las colecciones (*Ver imagen 1*).

La creación de estos *gabinetes de curiosidades*, donde podían exhibirse desde osamentas, textiles, objetos utilizados por estudiosos de la ciencia y pinturas que retrataban algún evento histórico o personaje importante, es uno de los antecedentes de lo que hoy conocemos como galería, esto debido a que particularmente solo perseguían exhibir las colecciones sin otro tipo de finalidad; sin embargo, a mediados del siglo XIX y a principios del XX surge el *museo-galería*, que de igual forma exhibe gran cantidad de objetos, pero la peculiaridad de éste consiste en que se encuentran clasificados bajo determinados criterios científicos, lo que le ha valido ser señalado como el primer modelo expositivo.

Lo que se entendía por un museo durante el siglo XIX básicamente era un espacio que permitía albergar amplias colecciones privadas reduciendo su función a la simple conservación de bienes, sin embargo, al paso del tiempo el intercambio entre continentes, luchas sociales, el interés por el desarrollo del conocimiento humano, entre otros motivos, permitió que estos espacios consideraran la posibilidad de convertirse en centros de estudio.

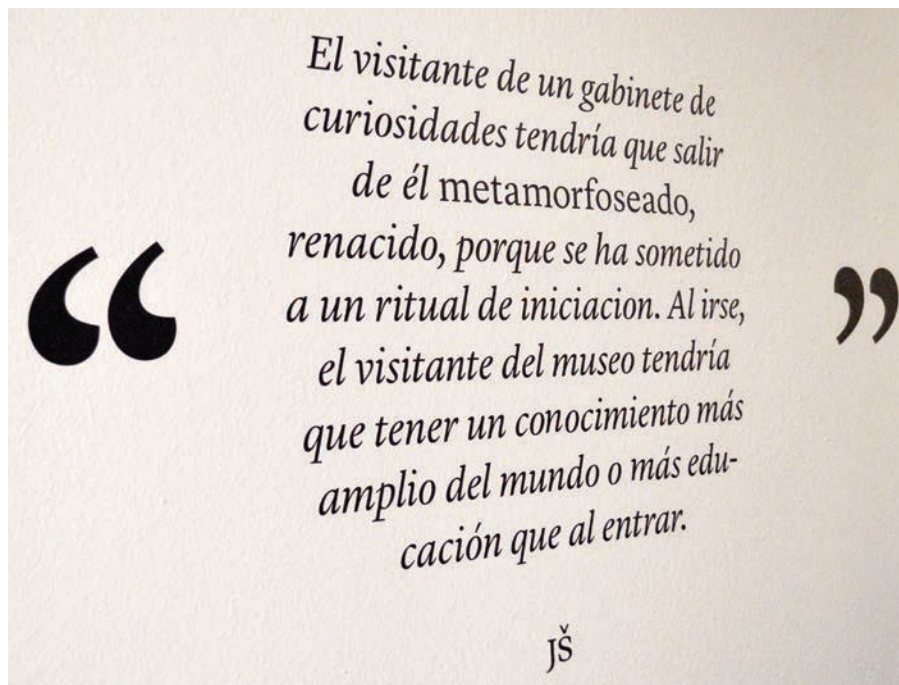


Imagen 1
Jan Svanmajer
Exposición Metamorfosis
Madrid, 2014.
Ingrid García

A pesar de esta nueva característica, estos espacios tendían a ser considerados como santuarios polvorientos y autoritarios, esto debido a que durante mucho tiempo las colecciones estaban compuestas por un sinfín de objetos, conviviendo así en un mismo espacio desde especies animales o vegetales, instrumentos utilizados en alguna disciplina, restos arquitectónicos, obra artística, y más.

Pero fueron las mismas condiciones humanas las que determinaron el rumbo de estos espacios. Durante el siglo XX las colecciones crecieron y fue necesario idear e implementar otras medidas para tener el control sobre las mismas. Es así como se hace presente la necesidad de clasificar las colecciones. Se exploran en los objetos otras funciones: ya no solo sirven como un testimonio de la historia del hombre o como objetos de estudio sino que se reconoce en ellos la posibilidad de brindar placer a través de su contemplación. *“El museo es un inmenso espejo en el que, al fin, el hombre se contempla en todas sus facetas, se encuentra literalmente admirable y se abandona al éxtasis expresado en las obras de arte”* (Bolaños, 2002, p. 39).

Muchas de las transformaciones ocurridas durante este periodo de la Historia originaron que se prestara atención a determinadas dinámicas de funcionamiento. Entre las más importantes se reconoce el hecho de separar las colecciones otorgándole a cada objeto una categoría y un destino para ser exhibido, muchas de las grandes colecciones privadas en la década de 1930 se abren a los públicos y otras tantas se convierten en fundaciones, adaptando principalmente viejos o emblemáticos inmuebles para el desarrollo de estos proyectos.

Se percibe así una ola de modernidad, la cual no pretendía perder de vista el valor del pasado, pero sí perseguía en gran medida el combate al dogmatismo y sacralización que se le había otorgado; era necesario una actualización. Las transformaciones realizadas no solo se redujeron a la correcta planeación de los contenidos, sino fue necesario prestar atención a la forma en que las colecciones eran dispuestas y presentadas a los visitantes.

Por su parte, en México los ideales sociales posteriores a los movimientos de Independencia, Porfiriato y Revolución Mexicana coincidían en la construcción y desarrollo de una sociedad con grandes tintes nacionalistas, en donde resultaría necesario señalar los orígenes culturales previos a la conquista; por lo tanto, la planeación educadora de los escolares encuentra su razón de ser en el museo, donde se convertiría en la institución modernizadora y educadora de la sociedad.

Es así como la concepción del primer Museo Nacional de Historia será la pauta para la creación, modificación y clasificación de museos y colecciones en México; el estudio e interés por estos espacios respondió a las políticas de cada época, debido a esa situación es que la mayoría de los museos más importantes del país pertenecen al gobierno federal. Las necesidades e intereses de determinados personajes ilustres inmersos en esta labor, así como el desarrollo y estudio de los contenidos, permitieron posteriormente hacer la distinción entre museos históricos y de arte, entre otros.

Los deseos de modernidad sumada a una serie de eventos importantes en la historia de los museos de arte en México, permitió el desarrollo de diversos museos de arte en el país. Primero tenemos que señalar la creación del primer Museo de Artes Plásticas en el año de 1934 y posteriormente la creación del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA) en el año 1946. (Museo del Palacio de Bellas Artes, 2013)

Este panorama histórico permitió que personajes como Fernando Gamboa y su equipo de trabajo replantearan programas de funcionamiento y de educación como el del Museo Nacional de Artes Plásticas. En la búsqueda de mejoramiento e innovación y como reflejo de su actividad

diplomática en el extranjero este museógrafo trajo a México nuevos modelos expositivos, lo que podemos reconocer en una de sus mayores aportaciones, es decir, “...la creación del Primer Museo de Arte Moderno en México en el año de 1964.” (Historia del Museo de Arte Moderno, 2013)

Las colecciones solían responder a un sistema simple de yuxtaposición, lo que provocaba que unos objetos devoraran a los otros, y es así como se plantea que una mejor contemplación de las obras debía responder a una correcta disposición de los espacios; se comienza a prestar atención a temas como la iluminación, soportes para las colecciones, así como a otros elementos físicos propios del espacio contenedor. Se vislumbran entonces las primeras muestras del cambio en la museología y la museografía internacional.

Contemplar la historia de los museos como una serie de acontecimientos que repercuten significativamente y continuamente en su propio desarrollo nos permite reconocer que existen antecedentes tan significativos que hasta el siglo XXI se siguen retomando y por tanto, no permita que se invaliden muchos de los modelos del pasado, sino por el contrario, se consideren como los modelos definitorios de determinados espacios.

Dentro de las propuestas que más han sido retomadas y continuadas en los museos de arte se encuentra la realizada por Alexander Dorner quien planteó el modelo donde el museo es como un libro y a su vez cada capítulo una sala, la cual debe contar con una introducción y una conclusión. (Bolaños, 2012, p.83) Tal planteamiento fechado a principios del siglo XX simbolizó una nueva forma de entender al museo; este evento al igual que otros permitió considerar otros aspectos que rodean y conforman las colecciones. (Ver imagen 2).



Imagen 2
 Nueva Sala de Arte
 Moderno
 Museo Nacional de Arte de
 Catalunya, 2014.
 Ingrid García

El interés por el desarrollo de los museos no solo se limitó a los contenidos temáticos, es así como la reflexión e interés sobre los mecanismos que permiten exhibir las colecciones poco a poco fueron tomados más en cuenta; un representante de esto fue Frederick Kiesler a quien se adjudica el diseño y desarrollo del sistema L y T (*Ver imagen 3*), el cual proponía ser un nuevo método de manipulación y exhibición para la obra, considerado y descrito como un elemento interactivo que requería necesariamente de la presencia de un espectador para darle sentido a la exposición (Hughes, 2010, p.13).

Este tipo de iniciativas dejaron ver que la importancia de estos soportes iba más allá de su mera funcionalidad. En la etapa posterior a la Segunda Guerra Mundial muchos países europeos comenzaron la reconstrucción de sus museos, originándose así un mayor interés por la revisión de los elementos expositivos utilizados anteriormente; un caso particular fue el de las vitrinas, señalándose tanto sus complejidades técnicas como estéticas.



Imagen 3
Modelo de Frederick Kiesler, Soyut Eserler Salonu, Art of This Century Gallery. New York, 1942. Anónimo

El gran interés prestado exclusivamente a la conservación de las colecciones se amplió posteriormente tomando en consideración la comodidad visual del visitante, tal preocupación se vio reflejada en el uso de luz artificial para acompañar la obra, a la par de esto el ordenamiento y circulación de la exposición toman mayor importancia, los cuales en la actualidad son elementos primordiales del diseño de exposiciones.

Enseguida enlisto tres criterios que fueron establecidos para presentar una exposición, la información denominada los period rooms que Bolaños (2002) describió en La memoria del mundo. Cien años de museología. 2000-1900. de la siguiente manera:

1. Situar al objeto en el medio que lo rodeaba originalmente.
2. Situar al objeto con una supuesta neutralidad.
3. Situar al objeto en una propuesta ecléctica, es decir, un término medio que contenga reminiscencias del ambiente original, pero estilizado por una neutralidad.

En esta primera década del siglo XX las aportaciones que se hicieron a los museos resultaron ser hoy en día muy significativas, ya que establecieron los orígenes de las disciplinas encargadas del estudio de estos espacios y brindaron la posibilidad de que otras disciplinas contribuyeran al funcionamiento de estas instituciones.

La creación de organismos internacionales reguladores son un buen ejemplo de la toma de conciencia de diversos estudiosos respecto al tema de la museología; es así como se conforma la Oficina Internacional de Museos (OIM) en el año de 1926, y es a través de sus congresos y publicaciones que se daban a conocer distintos criterios expositivos unificadores que debían ser llevados a cabo por los distintos gobiernos. En el año de 1936 una de las recomendaciones establecidas para museos de arte, historia o arqueología consistió en sugerir: "En toda exposición internacional de arte los organizadores deben tener en cuenta el carácter científico y educativo de estas manifestaciones y prever facilidades que las hagan accesibles, tanto a los especialistas, como a las diversas clases sociales y al público escolar" (Bolaños, 2002, p. 170).

Posteriormente, en el año de 1947 la UNESCO impulsó la fundación del International Council of Museums (ICOM), organismo independiente que agrupa a todos los museos del mundo, y marco de los debates internacionales de la innovación museológica. Uno de los planteamientos más importantes de dicho organismo fue la categorización de los museos dependiendo de sus contenidos. En la actualidad continúa siendo el organismo regulador, establece sus objetivos operativos a través de su Código de Deontología para museos el cual fue aprobado en 1986 y revisado en 2004. En él se establecen las normas de conducta y de práctica profesional tanto de los museos como de su personal (Bolaños, 2002, p. 211).

Gran parte de las normas establecidas por este organismo crearon el carácter del museo como una institución encargada de la protección, documentación y promoción del patrimonio cultural y de la humanidad. Existen normas que se encuentran estrechamente relacionadas con el planteamiento que se hizo del museo como un centro vigente de conocimiento e investigación, por lo tanto, se fijó la necesidad de conformar equipos de investigación y consecuencia de ello ha sido contar con un amplio acervo de recursos bibliográficos que deben estar al servicio del estudioso y del visitante.

La segunda mitad del siglo XX significó para el museo transformaciones que generalmente se encontraban relacionadas con movimientos sociales. Entrada la década de 1970 se declara el fin del museo como un templo sagrado que impone verdad para dar paso a estudiosos como Duncan Cameron (1971), quién planteó al museo como un nuevo foro de discusión y crítica; ésta era una de las consideraciones planteadas por la nueva museología, la cual establece que el museo no puede seguir llevando a cabo solo sus tareas tradicionales, sino que debe ser un espacio que se dirija a todos, incluyendo el presente de todos sus participantes, es decir, teniendo en cuenta todas sus preocupaciones vitales.

A pesar de las negativas proclamadas con relación al museo, algunos pensadores como Michel Foucault (1967) reflexionaron sobre el museo al expresar "...se quiera o no, es circunstancial con la cultura artística contemporánea. El artista siempre mira al museo, es su marco de referencia, se mide con él... en un momento de desacralización cultural, de rebelión antiautoritaria, el encierro de cada individuo en el museo puede entenderse también como el refuerzo de una visión profana y subjetiva del mundo" (Bolaños, 2002, p. 274).

Otra concepción que se le dio al museo, tiene que ver con lo descrito por Remo Bodei, quien propuso que el museo era un depósito de memoria, esto debido a la relación que tiene con la capacidad de ser la memoria individual o colectiva de una cultura y de ser un símbolo de identidad (Bolaños, 2002, p.300). A través de él se puede dar cuenta del pasado de la humanidad, invitando a hacer un ejercicio de conmemoración por aquello que ha desaparecido. A través de las colecciones se da registro de muchas etapas de la historia, en las cuales podemos transitar por condicionantes simbólicos, geográficos o temporales.

Por otro lado, la incipiente búsqueda de la modernidad y nuevas necesidades llevó a tomar muy en cuenta las condiciones físicas bajo las cuales eran realizadas las exposiciones. En la década de 1960 la preocupación por las características del espacio que albergaba la colección tomó tal importancia que hasta la actualidad se considera como un elemento primordial que acompaña la obra de arte.

En 1970 se retomó de las nuevas galerías de arte los *loft* del Soho y del Tribeca neoyorquino como Leo Castelli o Paula Cooper, quienes hicieron las primeras aportaciones de una innovación idónea para esas nuevas necesidades fue el *White cube*, un espacio neutral abstracto, blanco y desornamentado, que terminó por imponerse como una adquisición irrenunciable de la mirada contemporánea (Bolaños, 2002, p. 356).

Para una mejor comprensión se sugiere al lector consultar el ANEXO I- Eventos significativos sobre el diseño de exposiciones.

1.3 Museo tradicional y museo actual

Todos los días cada uno de los individuos aportamos elementos e información que permiten construir y contribuir a este gran tejido que llamamos sociedad. Nuestras costumbres y estilos de vida nos determinan y nos obligan a buscar espacios de convivencia donde podamos desarrollarnos, en algunos espacios puede que logremos sentirnos identificados pero al mismo tiempo pueden existir otros espacios donde no ocurra lo mismo.

Las dinámicas que se han establecido para la creación de espacios de convivencia como lo son los museos, centros de arte o equipamientos culturales, en gran medida son planeados y llevados a cabo por los grandes e importantes grupos de poder, empresarios y gobiernos federales, por tanto, la dinámica de desenvolvimiento que se genera en determinados espacios ya reconoce los roles y actividades que se generaran, es así como valdría la pena reflexionar qué tanto éstas pueden modificarse y actualizarse.

Las condiciones sociales que rodean a cada sector específico de la población, suelen ser las determinantes que definen la asistencia o no a ciertos espacios, sumado a esto una vez que se realiza la visita, las dinámicas de desenvolvimiento una vez más se verán condicionadas. Por tanto, es importante resaltar que son aspectos que los responsables de proyectos culturales o sociales deben contemplar previamente a la planeación de cualquier espacio o propuesta cultural, esto se debería llevar a cabo si es que tienen la intención de contribuir al buen desarrollo social.

El individuo, su contexto próximo y los espacios donde interactúa son elementos que conviven en todo momento y que siempre están determinados por una política cultural que ha de tener como objetivo producir y transmitir algún tipo de información, conocimientos o valores; es justamente en esta parte donde los encargados de proponer y gestionar contenidos debieran comprender y prever cuáles son las apreciaciones o interpretaciones que se generan en cada individuo.

Los espacios de convivencia al igual que los parques, plazas públicas o el "museo" son el resultado de diversas iniciativas culturales tanto públicas como privadas; por ello las consideraciones y objetivos que se tienen del museo se han ido transformado a partir de estas iniciativas, lo que ha dado por resultado que el museo adquiera nuevos significados. Principalmente éste se ha cuestionado a partir de los diversos contextos sociales que se han realizado y continuarán desarrollándose.

Por otro lado, el haber revisado brevemente algunas de las características más importantes de lo que ha ocurrido con el museo, tiene la intención de reconocer en él los cambios pertinentes, que hasta la actualidad tienen vigencia. Además, adentrarnos en sus distintas etapas de desarrollo nos aporta conocimiento para entender que las propias necesidades de las exposiciones y de las colecciones han sido los factores más importantes que han marcado las pautas para su transformación.

¿Cómo concebimos actualmente el museo? Como ya vimos responde a una serie de transiciones que ha sufrido con el paso del tiempo, donde el desarrollo científico y tecnológico, conflictos e intereses políticos, influencias de las grandes potencias, regulación, colecciones y

estudios de públicos lo han obligado a transformarse, sin embargo, vale la pena preguntarnos ¿qué tan positivas o negativas han sido estas transformaciones? En mi opinión lo que nos corresponde principalmente es conocerlas para posteriormente voltear a ver nuestra realidad próxima, observarla y revisarla con detenimiento, ya que tiene la ventaja de ser modificada.

Gobernantes y empresarios proponen la creación y gestión de instituciones culturales para las sociedades, entre ellos los museos o centros de arte, con esto se pensaría que su propuesta va ligada a la intención de crear espacios de encuentro cultural, donde los temas expuestos inviten al diálogo, a una interacción entre colección y público, a la producción, al enriquecimiento del conocimiento e incluso a la propuesta de un nueva forma de entretenimiento, sin embargo, muchas veces solo son el resultado de deseos voluntariosos u oficiales, reduciendo todo a intereses personales.

"... en la medida que el frecuentador comience a considerar a la entidad como algo que le pertenece como patrimonio –o sea, cuando inicie una identificación– y, simultáneamente, cuando se dé cuenta de que el museo puede ser visto como un medio enriquecedor de su personalidad..." (Schmilchuck, 1987, p. 225).

A pesar de esto, algunos museos o centros de arte continúan generando estrategias para mantenerse activos e inmersos en la sociedad, entre los principales recursos para lograrlo está la planeación de exposiciones temporales, éstas permiten la constante renovación de públicos y que los museos tengan mayor presencia en la sociedad, sin embargo, como se mencionó antes, me permito señalar que la asistencia taquillera a un museo no es sinónimo de eficacia o que haya sido la mejor exposición. Antes de hacer un juicio invito a conocer la opinión de los asistentes, así como analizar la estrategia que atrajo a los públicos.

Es importante diferenciar que la funcionalidad de un centro cultural y de sus exposiciones no solo depende del número de montajes que se programen o de la cantidad de asistentes que reciba una exposición, sino que debemos reconocer que las propuestas culturales que los equipamientos ofrecen son el resultado de una vasta serie de factores que interactúan y que en conjunto permiten construir discursos y actividades complementarias en torno a los contenidos.

Si el tema de los museos y el diseño de exposiciones es estudiado, debe ser con la intención de reconocer sus debilidades para tratar de mejorar. A lo largo de muchos años la crítica sobre los museos hace referencia sobre el museo decimonónico y sus dinámicas, muchas de las cuales aún siguen vigentes, por hacer una remembranza sus objetivos se reducían a la conservación, resguardo y contemplación de las colecciones a lo que posteriormente se le suman las dinámicas lúdicas educativas del siglo XX que continúan exclusivamente dirigidas a los escolares, excluyendo así a otro tipo de públicos (Ver imágenes, 4 y 5).

A la par de esto constantemente se ha cuestionado el carácter legitimador que se la ha otorgado al museo y a la función del curador en determinados espacios, otorgándole a su propuesta discursiva un valor absoluto que anula toda interpretación y cuestionamiento posterior. Lo que ha generado que los objetivos principales de la institución que llamamos museo, que constantemente

debería estarse actualizando y vinculando a las necesidades de la sociedad, pierdan fuerza y que al paso de cada administración los avances o propuestas positivas muchas veces se diluyan.



Imagen 4

Exposición: *La belleza cautiva*, Caixa Forum. Barcelona, 2014.
Ingrid García



Imagen 5

Colección permanente, Centre Pompidou. París, 2014.
Ingrid García

El equipamiento cultural y la asistencia de públicos, es un aspecto que los responsables de la promoción de la cultura y educación no han sabido prestar la suficiente atención, enfocados en el "avance económico" del país, en la actualidad observamos como se reducen los presupuestos y la importancia que estos espacios requieren. Américo Castilla (2010) señala que los museos son espacios que permiten darle vida a la variedad de las identidades existentes en la sociedad, entonces, la calidad de una sociedad no solo se logra en términos económicos, es necesario ir más allá de los valores del mercado.

Reconocemos entonces, que el museo ya no es simplemente un gran depositario de bienes, por el contrario no solo debemos prestar atención a los contenidos que presentan sino a los medios mediante los cuales se construyen las exposiciones, y también al cómo y quién consume estos contenidos. Empecemos por mencionar que en México muchos de los espacios que han sido destinados como equipamientos culturales son inmuebles viejos, por tanto, las condiciones de funcionamiento y mantenimiento de muchos de éstos han sido relegados, lo que ha originado un continuo deterioro de las instalaciones, a esta situación no podemos restarle importancia y como diseñadores debemos tenerlo en consideración antes de crear una propuesta.

Ser conscientes de lo que ha ocurrido en el pasado, es una pauta para comprender el museo del siglo XXI, éste se presenta como un espacio abierto a todos los públicos pero la realidad no es tan cercana a esta afirmación. En la gran mayoría de los espacios para poder hacer una visita no se nos pide mucho más que el deseo y en algunas ocasiones un pago, sin embargo, para comprender lo que sucede dentro sí se requiere algún tipo de conocimiento sobre todo para comprender qué es, qué ofrece o por qué es importante.

Para comprender la existencia, quehacer y oferta de actividades que los centros culturales emprenden en México han sido relativamente muy pocas las veces que se han diseñado estrategias y campañas nacionales que los difundan, lo que resulta un poco contradictorio, ya que en México existe una gran cantidad de espacios culturales y sus costos de acceso son relativamente baratos y en general la mayoría ofrecen un abanico de descuentos, principalmente si se cuenta con algún tipo de credencial, es entonces que surge la cuestión ¿por qué las salas de exposición siguen vacías?

Nos queda muy claro que para que un visitante considere la asistencia a un centro cultural de manera cotidiana no es suficiente con ofrecerle un costo bajo o una diversidad de espacios, sino que depende de muchas otras situaciones, entre ellas la presentación de los contenidos, al respecto se ha planteado que *"...la indiferencia a los museos, podría ser por una falla en la manera de presentar lo que los museos tienen que ofrecer."* (Alderoqui, Pedersoli, 2011, p. 20).

En la realidad para visitar algunos equipamientos culturales de arte se requiere contar con un conocimiento previo de lo que se exhibe, debido a que en gran medida la presentación de los contenidos tiende a ser formulada con un lenguaje especializado y extenso, y no muchas veces a través de los medios más adecuados, por lo tanto se deja fuera a muchos visitantes inexpertos, y por si esto fuera poco, apropiarse de una parte de la exposición en muchos de los casos es exclusivamente a través de la compra de una publicación o un *souvenir* lo que para gran parte de la sociedad mexicana resulta ser un lujo, ya que suelen ser materiales costosos como catálogos, folletería, postales, entre otros, y sus precios distan mucho de las posibilidades económicas de la mayoría de los mexicanos.

El museo actual, además de tomar en cuenta los objetos que custodia y exhibe, el museo actual debe tener presente a la sociedad de la que se nutre y a la cual dirige sus propuestas. El museo es un espacio que nos permite estudiar nuestra historia, y como lo señalaron pensadores como Marx y Nietzsche el futuro no puede operar sin memoria: necesita las remembranzas como elementos vitales. Sin embargo, los contenidos también deben contemplar las condiciones actuales, pudiendo así ser espacios donde realmente se genere un diálogo y discusión entre pasado y presente. Finalmente bajo este ideal el museo lograría adquirir su sentido en la sociedad.

En México educar a la población a través del museo no es un objetivo principal, sin embargo, a través de estos organismos es posible que los visitantes generen nuevos conocimientos y experiencias significativas; en ambas situaciones dependerá en gran medida de la planeación, producción y presentación de los contenidos de cada exposición.

“Los museos no son la institución ideal para adquirir información. No reemplazan ni a los libros ni a las herramientas que ofrece el internet... Lo que si puede hacer un museo es permitirle a dicho visitante cotejar sus propios conocimientos con los de otras fuentes, ponerlos a prueba, inspirar el interés y la curiosidad por los modos de pensar de otras personas y cuestionar sus esquemas preexistentes” (Castillo, 2010, p. 25).

En la siguiente tabla comparativa enlisto algunos aspectos importantes que he logrado identificar en torno al museo tradicional y el constructivista, esto fue posible tras haber revisado investigaciones que parten de los planteamientos establecidos por la museología crítica, de la misma manera en ella se engloba parte de la reflexión lograda por mi participación en el Seminario de Museología en el Museo del Carmen (2013).

CATEGORIA	MUSEO TRADICIONAL	MUSEO CONSTRUCTIVISTA
Tipo de información	Información unidireccional	Múltiples interpretaciones
Estrategias	Estandariza	Inclusivo
Tipo de público	Público general	Públicos diversos
Tipo de conocimiento	Conocimiento irrevocable	Desconstrucción, Reconstrucción
Postura del visitante	Asume	Observa y compara
Diálogo con el visitante	No cuestiona	Dialoga y cuestiona
Interacción con la colección	Contemplación de objetos	Experiencia con los objetos
Tipo de aprendizaje	Verdad absoluta	Pensamiento crítico, motiva al visitante

1.4 Diseño y comunicación visual en la exposición de arte

Gran parte de las propuestas humanas tienden a evolucionar, principalmente con la intención de mejorar y adaptarse a las nuevas condiciones que las rodean, entre ellas está el museo, el cual para permanecer vivo, implementa diversos métodos de trabajo que le permiten su desarrollo. El museo o cualquier otro tipo de equipamiento cultural suelen recurrir a estrategias que les permiten continuar con su labor y que generalmente son llevadas a cabo por diversas áreas del conocimiento humano.

Por tanto, cuando hablamos del diseño y la comunicación visual veremos que este binomio es un elemento imprescindible que participa en el desarrollo de estos equipamientos. En la actualidad esta profesión ha alcanzado niveles tan significativos en la vida cotidiana que podemos ver los resultados de su práctica en un sinnúmero de objetos y recursos de comunicación. Gracias a estas disciplinas es que se ha conformado gran parte del lenguaje gráfico que nos rodea, por eso señalar cuál y cómo es su participación en los espacios expositivos pretende impulsar su desarrollo y por qué no, también impulsar el cambio donde éste sea necesario.

Las distintas definiciones sobre museo, como ya vimos, dependen del contexto y la tipología de colecciones que albergan, sin embargo, existen constantes que predominan independientemente de dicha tipología, por eso dejemos un poco de lado qué es o cómo debe ser y centremos la atención en su actividad principal, es decir, en la presentación de exposiciones, *¿Qué es una exposición? "Exhibir es mostrar, es enseñar las cosas, ponerlas a la vista pero [...] una exposición es exponer un tema, una tesis, un criterio, una idea y digo idea precisamente pensando que la idea debe estar atrás de la estructura de la exposición"* (Vázquez, 2005, p. 254).

Para esta investigación retomamos el planteamiento de Vázquez, ya que la finalidad no es generar una definición del término exposición, más bien buscamos nutrir la idea con la que hemos insistido, la de reconocer al equipamiento cultural como un medio que le aporta al visitante un enriquecimiento intelectual. Por tanto, es importante señalar que una exposición se estructura bajo una idea que busca ser compartida con el público. Es entonces cuando conviene mencionar ¿qué sucede cuando esta idea no puede ser transmitida?, como consecuencia de una serie de factores que desvirtúan su finalidad.

Si retomamos el tema de las tipologías existentes en museos veremos que existe una correspondencia con tipologías de exposiciones, y será esta misma condición la que determine cómo se lleva a cabo una exposición, esto debido a que su presentación se encuentra ligada al periodo, escuela o categoría artística a la que pertenezca.

Los cambios que se han suscitado en la presentación de colecciones de arte a lo largo de la historia básicamente han buscado responder a las necesidades de lo que se exhibe, tomando en cuenta principalmente el aspecto de la conservación y, en algunos otros casos, el aprendizaje, la experiencia estética y la democratización de los contenidos a mayor cantidad de personas, en términos generales se ha buscado una mejora. Vemos entonces que han existido diversos momentos de reflexión que han orillado a que la exposición se transforme, por tanto la posibilidad del cambio existe a través de su búsqueda.

Responsabilizar sobre las fallas y logros de la exposición exclusivamente a una de las diversas disciplinas que participan en la construcción de exposiciones tampoco resolvería las problemáticas que en la actualidad tiene la exposición, por tanto la invitación de repensarla va dirigida a cada una de las profesiones involucradas. Existe una urgencia de analizar y reflexionar sobre las funciones y necesidades de la exposición en sus diversas categorías, entre ellas las de arte.

Hablar de arte ha sido un tema tan complejo que ha sabido responder a diferentes necesidades, mayormente subjetivas, tanto de quien lo crea como de quien lo consume, lo que ha hecho que al paso del tiempo se pueda definirlo y encerrar todas sus características en un simple concepto. Han sido estas mismas condiciones tan singulares las que han contribuido a las diversas propuestas sobre el cómo debe ser presentado.

Lo que sí es innegable es que el arte es un lenguaje que posee sus propios códigos y simbolismos, "...el arte es siempre comunicación; esta es una de las funciones del arte: comunicar creencias, valores, costumbres, estados de espíritu o ideas." (Santacana, Serrat, 2005, p. 256) por tanto esta característica ha sido retomada por la mayoría de los investigadores y curadores encargados de generar los guiones y contenidos de exposiciones, para plantear que el arte se explica por sí mismo y que no requiere de ningún elemento de mediación con los públicos.

Bajo esta perspectiva muchos equipamientos culturales han operado y seguirán operando, a pesar de que en la realidad muchos de los visitantes no puedan comprender y vivir una experiencia significativa frente a la obra; la intención de abordar el tema es continuar con la reflexión que ha sido planteada desde muchas perspectivas y que han sido muchos los equipos que se han esforzado en generar estrategias que permitan que se inicie un diálogo entre la obra y el visitante.

Equipamientos como en el *Rijks Museum* se realizó una propuesta de relación con algunas de las piezas más representativas de la colección, la cual consiste en ofrecerle al visitante soportes impresos que reproducen la imagen de la obra artística, sin embargo, también se presenta al visitante una explicación detallada de algunos simbolismos, objetos o personas planteadas por el artista (Ver imagen 6 y 7).

Existen diversas propuestas que los equipamientos culturales han desarrollado con la finalidad de interactuar con sus públicos y repensar las posibilidades de estos espacios, un ejemplo lo tiene el *Rijks Museum* con su propuesta de "*Art is therapy, mayo 2014*". La intervención a cargo de Alain de Botton y John Armstrong consistió en colocar en diversos puntos del equipamiento, como los pasillos, en las galerías o junto a algunas de las obras más representativas etiquetas gigantes conocidas como *post-it*, la finalidad era reconocer la dimensión terapéutica del arte a través de su visita al museo. La manera de llevarlo a cabo consistió en presentarle al público textos que le permitieran reflexionar sobre situaciones relacionadas con su vida cotidiana, como lo son los pensamientos, las penas, el trabajo, el sexo, etc.

More than 400 paintings by Jan Steen have been preserved. The Rijksmuseum owns no fewer than 21. Looking at them side by side, many similarities can be discerned. The moralizing messages are generally not always easily understood by 21st-century viewers.

ENGLISH
LEARN MORE

17th-century paintings with exotic overtones often featured cats, which symbolize lust and licentiousness. (The Dutch word for "mischief" is *kattenwaai* ["cat evil"], similar to the English expression "monkey tricks.") Here the focus is more on the children's naughtiness, but in the *Drunken Couple* a cat creeps a peek under the woman's skirt!

This little dog barks to the music, while the children teach a cat to dance. The dog looks like the one in the *Merry Household*; it is shown in virtually the same pose and is the same breed - a Kooiker hound. The marks on its head are identical, but the spots on its back are different.

Musical instruments occur frequently in paintings by Jan Steen, and people sing in the *Frost of St. Nicholas* and in the *Merry Household*. Music can refer to harmony, however in Jan Steen's topsy-turvy households it sooner points to licentiousness.

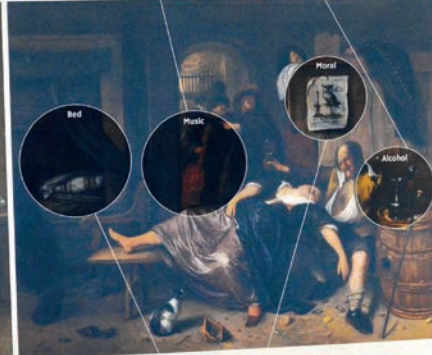
This wine jug is a recurring motif in the artist's paintings. Alcohol often flows freely in Steen's interior scenes.

The feast of St. Nicholas (Sinterklaas or Santa Claus) is a children's holiday. Since the Middle Ages, Dutch children have placed a shoe by the hearth on 5 December, hoping to find it filled with candy and presents the next morning. Naughty children were given a rose, or a rod or switch, like this crying boy. The moral of the picture: you better be good for goodness sake!

An older woman looks on from the background. Representations of various generations occur often in Steen's paintings. The elders are meant to set a good example.



Dogs are often depicted in 17th-century paintings of domestic scenes. Sometimes the animal stands for (constant) fidelity or vigilance, and at other times as a warning against wild behavior, as here.



Lechery is a familiar theme in Jan Steen's paintings. The sunshade bed, the cypress in the woman's lap all refer to bed and lechery.

Of what use are a candle and spectacles, if the owl refuses to see? During the 17th century the owl was considered a foolish creature because it cannot see in daytime, even with the aid of a candle or glasses. The man and woman are so drunk they fail to notice that they are being robbed. As in the *Merry Household*, here Steen presents another moralizing mes-



Only well-behaved children can have a treat. The feast of St. Nicholas is celebrated with small presents and treats, like this *duvelstrol*, a diamond-shaped sweet. Jan Steen often painted in various directions, creating a composition. The man, in contrast, is on a scale of calm. The composition is thus more structured than would appear at first sight.

PLEASE TURN OVER
WHEN FINISHED, PLEASE RETURN TO RACK

Bachmecht

Bachmecht is a Dutch word for a group of people who are often depicted in 17th-century paintings of domestic scenes. Sometimes the animal stands for (constant) fidelity or vigilance, and at other times as a warning against wild behavior, as here.

Night Watch

Bachmecht's appearance, the night watch, is a group portrait of a company of policemen. The painting is a group portrait of a company of policemen. The painting is a group portrait of a company of policemen.



Imagen 6 (arriba)
Tabla de consulta,
Rijks Museum.
Amsterdam, 2014.
Ingrid García

Imagen 7 (izq.)
Cédula temática de la
colección permanente,
Rijks Museum.
Amsterdam, 2014.
Ingrid García

Teniendo estas referencias de lo que se ha implementado en las salas de museo, tratemos de vincular estas posibilidades a las funciones que el diseño gráfico cumple dentro de un proyecto expositivo. No olvidemos que el diseñador gráfico no es el encargado de definir los contenidos teóricos de la exposición, pero, si se encuentra dentro del ámbito expositivo, se supondría que posee un interés y gusto sobre lo que exhibe.

Este interés y gusto se verá reflejado en el resultado de la propuesta, ya que su función será estructurar y dar salida en términos de comunicación gráfica a gran parte de los contenidos museológicos. Ser consciente de ello implica no solo considerarse productor gráfico sino un consumidor de estos contenidos, ya que son muchos los casos en que dejamos el papel de profesionista y nos volvemos visitantes.

Atendiendo a mi experiencia profesional como responsable de generar propuestas de comunicación gráfica, el estudio y revisión de propuestas como la museografía crítica y la opinión de los visitantes recolectada con dos instrumentos creados para evaluar la exposición de arte, considero que hay una fuerte necesidad de establecer estrategias y crear recursos de mediación para las obras de arte. Esta necesidad no busca ser cubierta reclamando una extensa y detallada interpretación de lo que el artista quiso decir, sino que sea a través de los recursos que se estimule el interés por las colecciones y por los artistas, incluso haciendo uso de las nuevas tecnologías y de las estrategias pedagógicas.

La finalidad de esto es poder interactuar realmente con la obra, para plantear nuevas estrategias que nos inviten a contemplar, observar, cuestionar al artista, sus procesos de producción, sus contextos e inquietudes y hacer uso de nuevos medios para vivir verdaderas experiencias a través del arte, dejando un poco de lado las emociones reglamentadas propias de las grandes y tradicionales galerías.

La Doctora Rhiannon Manson (2015) propuso en su ponencia "*La percepción contemporánea del objeto en el contexto del museo*" cómo es que el visitante se relaciona con los objetos que se exhiben, para abordar el planteamiento ella propone tres conceptos: *la resonancia, el asombro y la empatía*.

Los objetos forman parte de la memoria social; el asombro existe por parte del visitante como una reverencia por determinado objeto, aquel que captura su mirada o sentir y lo detiene; finalmente está la empatía, la cual consiste en establecer cómo a través de un objeto el visitante se reconoce a sí mismo, los objetos contienen símbolos que le permiten identificarse, entenderlos, es decir, darle sentido a su propia vida.

Retomo este planteamiento para evidenciar que el objeto en sí mismo contiene todas estas posibilidades, por tanto es responsabilidad de quienes plantean los discursos expositivos considerar y trabajar con las características que poseen los objetos artísticos, históricos o de cualquier otro tipo, para proponer herramientas o estrategias que le den al visitante las claves necesarias que despierten su inquietud para descubrir por sí mismo las virtudes que los objetos poseen. Para complementar citaremos lo que afirmó la autoridad inglesa Museums, Libraries & Archives, MLA-UK en el año 2001 sobre el impacto que tienen los museos en el desarrollo de los individuos.

“...los museos pueden hacer diferencias verdaderas en la vida de las personas, si es que se usan sus colecciones como inspiración, aprendizaje, diversión, también si estos y que los museos están siendo repensados como espacios físicos en donde las personas pudieran involucrarse y aprender mediante la interacción con obras y descubrir su propia historia” (Alderoqui, Pedersoli, 2011, p. 20).

Hasta el momento hemos centrado la atención en nuevas perspectivas, y en torno a los planteamientos museológicos de una exposición. Ahora bien, ha llegado el momento de adentrarnos en la museografía que se plantea para la exposición de arte. Prestar mayor atención a la parte museográfica de la exposición se debe a que es en esta etapa donde el diseñador gráfico se hace presente y lleva a cabo su actividad profesional.

Estos espacios de grandes extensiones, carentes de referentes emocionales, que en muchos de los casos son simples contenedores, que son indiferentes a las colecciones artísticas que contienen, ¿realmente contribuyen a las intenciones bajo los cuales se ha planteado una exposición? Habría que reflexionar si lo que se ofrece es suficiente para lograrlo o existe la necesidad de buscar y agotar otras estrategias.

La obra artística que se produjo y se produce en las categorías de arte moderno y contemporáneo han utilizado nuevas posibilidades de producción, es decir, los avances y contextos sociales han impactado sobre la selección de los formatos, materiales, contenidos, métodos de reproducción, entre otros. Esta notable transformación respecto a las propuestas clásicas demanda y requiere nuevos métodos de exhibición.

Las propuestas de arte contemporáneo en sus distintas categorías: pintura, escultura, arte objeto, performance, video arte y otras más, en ocasiones dependen del espacio físico en el que son presentados para adquirir forma y sentido. Como consecuencia de estos cambios el encuentro de la obra con el espacio adquiere un nuevo significado más allá de un contenedor, por lo que el espacio, la iluminación y la ambientación pasan a formar parte de la obra. (Ver imagen 8).

“Al final como todo, las formas dependen de los contenidos y serán los contenidos –y la idea que tengamos de ellos y qué hacer y dónde llegar- los que marcarán lo que puede pasar en la exposición.” (Manen, 2012, p. 16).

Una exposición de arte es posible gracias a la convivencia de una serie de lenguajes, tales como el artístico, espacial, visual, sonoro, entre otros. La importancia que adquiere un lenguaje respecto a otro dependerá del tipo de exposición, cada uno de estos lenguajes tiene su propio código, por tanto será el momento de tomar decisiones a partir de lo que buscamos transmitir; la exposición se adapta según lo que se pretenda de ella, las decisiones que se tomen durante su planteamiento, proceso y pronta evaluación serán definitivas.



Imagen 8

Desplazamiento pausado,
Pablo Rasgado.
Exposición temporal del
Museo de Arte Carrillo Gil,
México, 2014
Ingrid García

Cada lenguaje se compone de una serie de elementos, como lo son: la obra artística, el espacio físico con todas sus características, éstas son sus peculiaridades como forma, color, iluminación, materiales y los contenidos informativos, y los apoyos que se plantean desde el guion museológico; es en los apoyos gráficos donde los diseñadores debemos poner nuestra atención, si lo que se pretende es reforzar la comprensión de lo expuesto, se vuelve necesario investigar cuál es su función y determinar si cumple con sus objetivos.

Será a través de estas dinámicas exploratorias que podremos conocer nuevos medios y proponer otros puntos de conexión que nos permitan establecer un verdadero diálogo con quien los consume. Como lo describe el comisario y crítico de arte Martín Manen (2012, p. 21) *“Líneas que serán en el mayor de los casos, invisibles pero definitivas para el tipo de relación que el visitante tendrá con lo expuesto, afectando su recepción”*.

Desde la perspectiva de autores como García Blanco una exposición puede ser considerada como una puesta en escena, es sencillo, reconocer que también a los contenidos se les ha asignado un valor y los objetos han sido seleccionados para formar parte de ella, entonces, si abordamos a la exposición desde esta perspectiva podremos clasificar a los objetos. (García, 1999, p.436)

1. Los que forman parte de la muestra por lo que ellos mismos son,
 - 1.1 Obras originales de algún artista,
2. Los que están en lugar de otros objetos, y
 - 2.1 La colección de los catálogos, en los que se documenta la vida del autor,
3. Los que están como representante de otros (*Ver imagen 9 y 10*),
 - 3.1 Mapas, esquemas, diagramas, ilustraciones y todo tipo de representaciones gráficas.



Imagen 9 (arriba)
 Marcel Duchamp.
La peinture, même.
 Centro Pompidou,
 París, 2014.
 Ingrid García



Imagen 10 (abajo)
 Exposición: *En el umbral.*
 Museo Universitario del
 Chopo, México, 2014.
 Ingrid García

La exposición que hemos estudiado hasta ahora, es decir, aquella que busca transmitir una idea, para lograr su finalidad organiza intencionalmente la disposición de la colección y material de apoyo. Se prevé no solo un orden sino la jerarquización de los contenidos. Esta planeación puntual de lo que será presentado en la exposición, puede entenderse como la estructuración del mensaje, el cual será transmitido en conjunto por cada uno de los elementos que estén presentes.

“En los últimos años la exposición se ha convertido en un campo específico de la comunicación, se la concibe como un espacio de significados, como un soporte de información; en definitiva, como un medio de comunicación en el que espacio expositivo es al mismo tiempo canal y espacio de interacción entre los visitantes y la exposición.” (García, 1999, p. 47)

Una vez que hemos señalado los lenguajes que intervienen en la exposición, así como su interacción para la conformación de mensajes que nos permiten reconocer a la exposición como un medio de comunicación surge la necesidad de analizar la participación de la comunicación visual en este gran tejido.

Utilizaremos el término de espacio desde la perspectiva de espacio físico contenedor de la propuesta; esta perspectiva se retoma de los conceptos de contenedor y continente. Hemos reconocido que los espacios museográficos requieren de la participación de la comunicación visual, por tanto para poder analizar sus funciones será necesario que antes conozcamos cómo se produce, distribuye y, finalmente, cómo se consume una propuesta gráfica.

El diseño como actividad proyectiva de un producto o servicio que busca resolver una necesidad social desde el momento en que se encuentra inmerso en el museo, ya sea en el exterior o interior del espacio museográfico, asume una serie de funciones y responsabilidades que serán determinadas por los objetivos específicos del proyecto, sin embargo, que se logre transmitir un mensaje nunca será garantía de que el contenido se haya comprendido del todo, por tanto, se vuelve necesario evaluar los resultados de cada una de las propuestas.

Un ejercicio de reflexión sería pensar en las distintas vías existentes por las que los asistentes se enteran sobre una exposición próxima a inaugurarse, esto nos brinda la oportunidad de repensar las posibilidades con las que contamos para lograr nuestros objetivos, el amplio desarrollo de los medios tradicionales o digitales, para la realización de una propuesta gráfica, permite potencializar nuestros objetivos comunicativos.

Sin embargo, el uso que se sigue haciendo de estos medios de producción para la reproducción de publicidad utilizada en la difusión de las exposiciones sigue siendo menor, reduciendo las posibilidades a carteles y pequeños formatos informativos que suelen ser concentrados en el exterior o interior del propio equipamiento cultural (*Ver imágenes 11, 12, 13 y 14*) anulando con esto la posibilidad de atraer a otros públicos que no se encuentren ubicados en el perímetro del edificio. Esta situación pone de manifiesto una carencia de estrategia comunicativa o un desinterés de dar a conocer los contenidos expositivos a nuevos públicos.

Imagen 11 (arriba)
Cartel publicitario de la
muestra Escher
Italia, 2014.
Ingrid García

Imagen 12 (abajo)
Valla Publicitaria
Museo Reina Sofía,
Madrid, 2014.
Ingrid García





Imagen 13 (arriba)
 Cartel publicitario de la
 muestra Escher
 Italia, 2014.
 Ingrid García

Imagen 14 (abajo)
 Valla Publicitaria
 Museo Reina Sofía,
 Madrid, 2014.
 Ingrid García



El uso de estrategias de comunicación debe estar en continuo desarrollo para lograr establecer un diálogo entre público y exposición, es decir, con los contenidos. El Doctor Santos Mateos (2012), investigador especializado en comunicación cultural, propone que los museos del siglo XXI están obligados a comunicar. *“Pero, ¿hacia dónde debe proyectar ese flujo comunicativo? Para hacerlo correctamente, debería comenzar por focalizar ese flujo en dos direcciones la interna y la externa”* (Mateos, 2012, pp. 26-25).

Es decir, un flujo comunicativo interno que involucre a todos los profesionales que participan en la institución-museo-proyecto, haciendo uso de herramientas que propicien el intercambio de información como el uso de blogs, juntas de trabajo, comunicados, revistas, entre otros: y por otro lado un foco comunicativo externo que tiene la intención de relacionarse con los públicos, líderes de opinión, comunidad, medios de comunicación masiva radio y tv, redes sociales, principalmente. Antes de continuar con la exposición profundizaré en lo que implica un proceso comunicativo.

La comunicación es efectiva cuando existe claridad en el mensaje que se envía, comúnmente un intercambio comunicativo comienza cuando se dirige al receptor un cuestionamiento que lo estimula para generar una respuesta y así sucesivamente. Antes de planear cualquier estrategia de comunicación se debe tener pleno conocimiento sobre las diferencias que tienen la comunicación interpersonal y la comunicación masiva, ya que cada una cumple fines distintos y se desarrollan bajo circunstancias muy diferentes.

La Maestra y especialista en comunicación Adela Mabarak (2015, Marzo 25) establece que para que la comunicación puede ser realmente efectiva, el mensaje debe ser concreto y preciso, es decir, evitar la creación de supuestos, una manera de evitarlo es hacer uso de terminología especializada, sobre todo cuando el receptor carece de los referentes necesarios para interpretar dicho lenguaje. Ella menciona los principales retos que la comunicación debe perseguir, señalando la responsabilidad que tienen los comunicadores respecto a ellos:

- Claridad y precisión en los mensajes,
- Construcción de discursos cortos,
- Uso correcto del lenguaje y de conceptos,
- Tratar de dar solución a las barreras del lenguaje (ruido, lenguas extranjeras, etc.),
- Contar con una mentalidad flexible, a través de esta se da paso a la fluidez ,
- Tener plena conciencia de los que se significa el empoderamiento de los medios, es decir, qué y cómo se dice,
- Y en la actualidad la inmediatez de los nuevos medios de comunicación.

Teniendo un panorama sobre la comunicación en términos generales, podremos pensar en hacer uso de ésta en la exposición. Tomemos como ejemplo la difusión de un montaje expositivo, donde regularmente son los intereses particulares, los presupuestos, el valor social del artista o de la obra en sí misma los aspectos que condicionan el uso de una estrategia de difusión, a partir de las características de la campaña es que se logrará que una exposición le hable al oído o que le grite al visitante.

En algunos casos específicos la estrategia de comunicación no requiere de grandes esfuerzos porque la muestra ya es por sí misma exitosa y de renombre, por tanto facilita la asistencia de los públicos e incluso la comprensión de los contenidos debido a la información previa que existe por parte de cada uno de los asistentes. Pero la realidad es que no siempre contaremos con alguna de estas situaciones extraordinarias y, por el contrario, habrá que diseñar una verdadera estrategia de comunicación.

“El museo que no tiene recursos debe tener claro que son las ideas lo que importa; exponer objetos que transmitan ideas; desarrollar las ideas de forma imaginativa y eficaz; esto es lo que le conferirá valor cultural” (Martínez y Santacana, 2013, p. 49).

Por tanto el diseño de exposiciones es el proceso que permite el desarrollo de guiones expositivos que tienen como principal función traducir, transmitir o reforzar un discurso; para lograr sus objetivos los especialistas construyen discursos tanto espaciales y visuales, como emocionales. Para abordar el proceso creativo que realiza un diseñador gráfico para una exposición, retomamos y adaptamos a la actividad museográfica los conceptos de producción o planeación, distribución y consumo, que Juan Acha (1994) señaló en su libro *Las actividades básicas de las artes plásticas*.

Estudiar este proceso dividiéndolo en tres etapas imprescindibles y consecutivas intenta mostrar a detalle el papel que el diseñador y comunicador visual desempeña en el campo museográfico; veremos cómo trabaja con el lenguaje verbal y visual que retoma de la sociedad donde trabaja, así como el uso de sus herramientas, técnicas y tecnología (Ver esquema 1).



esquema 1

Plantear esta división ilusoria, aunque de momento sirve exclusivamente para comprender el rumbo que sigue un proceso creativo, en un futuro pretende ser el referente para establecer los distintos momentos en los que una propuesta gráfica debiera ser evaluada. Hoy hemos puesto la mirada en el quehacer museográfico pero esta invitación es extensiva hacia cualquier área relacionada con la disciplina.

Sin más, pasemos al estudio de la propuesta gráfica, ya que son tan amplias sus posibilidades de comunicación que no podemos continuar siendo indiferentes a esta condición del lenguaje visual. *"... cualquier acontecimiento visual es una forma con contenido, pero el contenido está intensamente influido por la significancia de las partes constituyentes, como el color, el tono, la textura, la dimensión, la proporción y sus relaciones compositivas con el significado"* (Dondis, 1976, p. 27).

1. 4. 1 Etapa de Planeación

La planeación dependerá del equipo de trabajo encargado de realizar la propuesta así como las necesidades que el proyecto requiera. Las políticas de trabajo condicionarán positivo las necesidades del proyecto, como se mencionó existen equipos de trabajo que siguen modelos previamente planteados; lo preocupante es entonces que la cantidad de estos grupos cada vez es más amplia, esto podemos reconocerlo en las propuestas estándar que se presentan en los principales equipamientos culturales de arte moderno y contemporáneo (ver imágenes 15, 16 y 17).



Imagen 15

Título de exposición
Museo Guggenheim,
Bilbao, 2014
Ingrid García



Imagen 16
 Cédula Introdutoria
 Museo Europeo de Arte Contemporáneo,
 Barcelona, 2014.
 Ingrid García



Imagen 17
 Título de exposición
 Museo de Arte Carrillo Gil
 México, 2014.
 Ingrid García

Sumada a la problemática de las propuestas estándar nos enfrentamos a la falta de conciliación entre las dos grandes esferas que participan en el desarrollo de una exposición. Recordemos que está la primera esfera, es decir, la parte científica encargada de los contenidos, y la esfera de diseño, responsable de la propuesta visual y espacial del montaje. La falta de equilibrio en su participación afecta los objetivos de la exposición.

“Entre el saber sabio y el saber enseñado se hace imprescindible una reelaboración didáctica capaz de traducir a niveles asequibles de divulgación, los contenidos científicos o disciplinarios más complejos. Muchas veces el diseñador es incapaz de asumir estas tareas, simplemente porque no tiene los suficientes conocimientos científicos y didácticos para organizar la conversación [...] Cuando el diseñador cede frente a los expertos disciplinares la exposición puede acabar sobrecargada de contenidos [...] pero tampoco son extraños los casos en los que los diseñadores hacen prevalecer sus ideas por encima de las pretensiones de los expertos. (Santacana, Serrat, 2005, p .51)

La experiencia profesional en un equipo museográfico me ha permitido reconocer algunas situaciones que si no son atendidas con responsabilidad pueden tener un efecto negativo en el trabajo final. Como diseñadores cuando nos enfrentamos a la propuesta de un proyecto para exposición nuestro equipo de trabajo está conformado por muchos otros profesionistas de otras áreas, por lo tanto esta disciplina logra sus objetivos gracias a que es multidisciplinaria; el diálogo y la comunicación constante son imprescindibles, conocer las funciones de las otras áreas nos permite ser empáticos con los tiempos y necesidades de los otros equipos. La finalidad de este intercambio entre áreas, es respetar el trabajo del otro. Es innegable que se requiere de la opinión de todos, sin embargo, se debe procurar siempre otorgar el valor a la experiencia de cada uno de los especialistas.

Para iniciar con la propuesta al diseñador se le hace llegar un guion museológico o una serie de objetivos; los diseñadores inician el estudio de un guion, el cual se recomienda leer con atención para atender y resolver cualquier tipo de duda, ya que en esta etapa de planeación e investigación se proponen y diseñan los fundamentos de toda la propuesta expositiva.

En esta etapa de definición se estudian los objetivos, la idea o concepto bajo la cual se ha propuesto la exposición, se tienen los primeros acercamientos con las colecciones, en su mayoría registros fotográficos; además de ser posible se realiza la visita al lugar que albergará la exposición y se tiene conocimiento de la estrategia que han diseñado previamente los investigadores o curadores. En dicha etapa se describen las actividades complementarias que acompañarán a las colecciones, se enlistan los recursos y apoyos informativos que serán necesarios.

La postura que se espera que el diseñador tome frente al proyecto es asumir que será el responsable de dar tratamiento gráfico a un contenido informativo, la propuesta debe resultarle significativa a los visitantes, procurando que esté en equilibrio con la apariencia estilística del resto de los soportes que se están proponiendo. A partir de los contenidos se elige una la solución,

aunque los diseñadores tienen gran capacidad de generar propuestas meramente atractivas, se debe tener cuidado en el cómo se están formulando y evitar caer en alguno de los extremos que acosan el diseño de exposiciones.

En exposiciones de arte el uso de fotografías provenientes de la propia colección es un recurso muy socorrido para el diseño de los soportes gráficos (ver imagen 18, 19), planteando la imagen como una representación o ilustración, aunque no se niega que funcionen para ese fin, la imagen como recurso de comunicación puede ser trabajada persiguiendo otros fines, sobra mencionar sus posibilidades como recursos educativos o de interpretación.



Imagen 18 (izq.)
Folleto de Sala
Museo de Arte Carrillo Gil
México, 2013.
Ingrid García

Imagen 19 (dcha.)
Cartel publicitario
Museo de Arte Carrillo Gil
México, 2014.
Ingrid García

En esta etapa de planeación se pueden proponer todos aquellos recursos que pueden apoyar el discurso, las exposiciones de arte moderno o contemporáneo no tienden a utilizar gran cantidad de recursos dentro de las salas de exhibición, sin embargo, la comunicación con el visitante se puede reforzar a través de otros soportes gráficos, como los catálogos, páginas web, apps, módulos informativos, folletos, áreas de consulta, la señalización, la difusión, entre muchas más. En estos espacios la pertinencia de una propuesta rica en contenido, resuelta con códigos visuales unificados, puede resultar muy significativa y enriquecedora para el visitante.

La participación del diseñador una vez que se la ha manifestado el encargo de un proyecto es mediante ciclos que se continúan y que van adquiriendo funciones dependiendo de la etapa del proyecto, por lo que se debe procurar que entre todos los colaboradores se mantenga un circuito de comunicación, cualquier cambio en la planeación del proyecto debe ser compartido con el resto de los equipos.

Es indispensable que cada uno de los colaboradores se encuentre empapado y tenga conocimiento del tema que se está trabajando, este bagaje de conocimientos muchas veces es lo que permite que las propuestas sean funcionales y que la propuesta formal de diseño se encuentre empatada con los contenidos teóricos que componen la exposición, logrando la unificación entre forma y función, *“Para ver algo es necesario que tenga forma, pero para entenderlo y usarlo debe tener significado”* (Cooper, 2009, p. 155).

Como lo han señalado García (1999) y Hernández (2003) una exposición es un medio que forma parte del circuito de la comunicación humana, a través de ella se emiten mensajes, los cuales son generados por un emisor (museología y museografía) y que serán consumidos por un receptor (visitante).

Desde la perspectiva de Gillo Dorfles (1962) (citado en Hernández, 2013, p. 15).

“La comunicación- entendida en su acepción más basta como utilización de la mass media, (comunicación escrita, hablada, cantada, recitada, visual, auditiva o figurativa)- es sin duda, la base de todas nuestras relaciones intersubjetivas, y constituye el verdadero punto de apoyo de toda nuestra actividad pensante”

El espacio museográfico no queda exento de este criterio, entendiendo que cada elemento por pequeño que sea, será reinterpretado por un visitante.

Enseguida se presenta una propuesta del circuito de comunicación en museos o equipamientos culturales, partimos del circuito básico de comunicación, para después señalar la posición que toman los equipos responsables del diseño de exposiciones (equipo museográfico), para finalmente poder señalar el rol que toma el diseñador gráfico y su propuesta dentro del circuito que se establece en las exposiciones (*Ver esquemas 2, 3*).

Como podemos observar el diseñador es uno de los principales codificadores, su labor se relaciona con las fuentes primarias que generan los contenidos informativos, su propuesta toma lugar en el mensaje (exposición) y para lograrlo hace uso de diversos decodificadores como lo son los medios digitales o tradicionales, soportes y apoyos gráficos, los cuales finalmente le permiten hacer llegar al visitante determinada información.

Nuestra propuesta es ubicar la evaluación en la etapa correspondiente al *feed back*, la evaluación es una posibilidad de retroalimentación para los equipos de museología y museografía, evaluar las propuestas expositivas es una vía permanente de conocimiento que hace llegar a las fuentes primarias la opinión de los receptores (visitantes). Por los objetivos de la tesis ponemos el énfasis de llevar a cabo el ejercicio evaluativo de la propuesta gráfica como bien lo muestra el esquema, sin embargo, esta práctica le puede resultar útil a otras áreas.



Esquema 2



Esquema 3

Lenguajes y la construcción del mensaje

Una vez que se tiene claridad sobre el mensaje o mensajes que se quieren comunicar, podemos comenzar a formular cómo y mediante qué lenguajes vamos a construirlo, entendiendo por lenguaje lo que propone Hernández (2003) un sistema de signos construido por el hombre que busca codificar, transmitir y decodificar algún tipo de información en un contexto que le sea común.

Cuando la exposición se construye a partir de un discurso temático persigue que este contenido sea consumido por un público, por lo que se inicia la transmisión de información con la intención de establecer con el espectador un diálogo permanente, se debe procurar que realmente se establezca un intercambio. *“En muchos museos sigue sin entenderse la naturaleza del proceso de comunicación, que se trata de un proceso compartido y que si las dos partes no participan, (emisor y receptor) el proceso no puede tener lugar”* (Hooper-Greenhill, 1998, p. 73). Para lograrlo los responsables del proyecto expositivo tendrán que recurrir a la planificación de estrategias interactivas y la utilización de diversos lenguajes.

Los lenguajes más recurrentes en el diseño de exposiciones son: el lenguaje oral, escrito, visual y audiovisual. La selección de un lenguaje respecto a otro debe responder a los objetivos que se desean alcanzar, ya que las posibilidades de cada uno son distintas y la suma de ellos, ofrecen resultados diferentes. Debemos tener en cuenta que cada lenguaje utiliza un código propio mediante el cual se articula y permite la construcción del mensaje, por tanto, es prioritario conocer el funcionamiento correcto de dicho código.

En el caso del diseño y la comunicación visual, el uso del lenguaje que suele predominar es el visual, sin embargo, en determinadas ocasiones recurre al uso de otros lenguajes para poder articularse. Podemos decir en términos generales que el lenguaje visual produce imágenes, término que entenderemos como unidades de representación, es decir, están sustituyendo alguna parte de la realidad o concepto, son contenidos que aportan algún tipo de información, por tanto con ellas se logra construir un mensaje.

Dentro de la teoría de la comunicación encontramos el estudio que se hace del contenido de los mensajes y de cómo éstos adquieren un significado entre los individuos y comúnmente se hace a través de la ciencia de la semiótica (la ciencia del signo), disciplina que ha sido desarrollada por diversos autores bajo distintas perspectivas.⁶ Esto ha permitido convenir en la idea de que cualquier código de comunicación está conformado por un sistema de signos, y solamente puede ser entendido por un receptor si este código le es común.

La función que adquiere cualquier representación visual o imagen se verá condicionada por el individuo que la interprete, así como por el contexto que la contiene, *“... al interpretar, el espectador realiza un acto de significación y da un nuevo sentido a lo representado. Lo que realmente*

⁶ Acaso, M. El lenguaje visual, p.23 (Algunos investigadores han contribuido al desarrollo de esta disciplina, empezando por Charles Morris, (1979- 1901), quien estableció la semiótica como una disciplina formal publicando en 1971 sus escritos sobre la teoría general de los signos; Charles Peirce (1941-1831) desarrolló la teoría del significante y el significado; Roland Barthes (1980-1915)... fue uno de los pioneros en entender la semiótica como un sistema de lucha contra las estructuras de poder; por último, Umberto Eco, escribió el Tratado de semiótica general en 1975, una obra clave para este campo de estudio, donde define la semiótica como el estudio de cualquier cosa en el mundo que puede representar a otra.)

ve el espectador es un entramado de conceptos contruidos por su experiencia personal, su memoria o su imaginación...” (Acaso, 2012, p. 32), es por esto que el diseñador gráfico debe ser consciente de que una misma imagen puede adquirir diversas funciones al mismo tiempo, esta situación puede ser beneficiosa o resultar contraproducente si de antemano no se prevé esta condición.

En el diseño de exposiciones hacer uso de la comunicación visual busca ofrecerle al visitante instrumentos necesarios para que interactúe con los objetos y genere una propia interpretación de éstos, “El significado del mensaje ya no queda definido sólo por el emisor sino también por el receptor. El trabajo de dar significado empiezan a compartirlo las dos partes”, (Hooper-Greenhill, 1998, p. 68).

Las exposiciones que tienen objetivos educativos, han utilizado estrategias didácticas y de comunicación que suelen ofrecer información complementaria a los visitantes, sin embargo, cuando se presentan colecciones de arte, muchas veces éstas no se plantean con fines educativos sino como exhibiciones contemplativas, es decir, no tienen la intención de complementar el discurso más allá que el que da la propia colección.

Enseguida muestro una propuesta que se ha realizado sobre algunos de los lenguajes más significativos que el visitante puede encontrar en una exposición, el objetivo de propuestas de este tipo es la enunciación y comprensión de la comunicación en espacios expositivos (ver imágenes 20, 21) (García, 1999, p. 70). Estas categorías difícilmente se presentan de forma individual, mayormente se proponen diversas combinaciones:

- El visual, denominado lenguaje de los objetos, constituido por las piezas concebidas como signos;
- El visual icónico, formado por las imágenes–ilustraciones;
- El visual lingüístico, usado por los textos;
- El visual paralingüístico, constituidos por toda la señalización de textos y paneles;
- El sonoro, en el caso de que se empleen audiciones.



Imagen 20
Cédula Temática
Museo de Arte Carrillo Gil
México, 2014.
Ingrid García



Imagen 21
Señalización de pasillo,
Centro Pompidou,
Paris, 2014.
Ingrid García

Como vemos, para el estudio del lenguaje visual podemos proponer un sinfín de categorías y agotarlo hasta donde sea necesario, pero independientemente de esto, cuando pensamos en este como imagen o representación visual una de las grandes posibilidades que brinda es la inmediatez como lo afirma María Acaso (2012) cuesta menos trabajo que leer y puede ser más impactante y penetrante. Además, una de las grandes ventajas que tiene el lenguaje visual es que cuenta con diversas técnicas de representación que le permiten lograr un mayor parecido con la realidad.

El diseñador y comunicador visual en el diseño de exposiciones es el responsable de la propuesta de *soportes gráficos* y de la construcción de mensajes, en la mayoría de los casos gráficos. Primero nos corresponde hacer la distinción sobre lo que es un soporte gráfico, entonces llamaremos soporte gráfico al continente o perímetro físico, que será el contenedor de una *imagen, representación visual, mensaje o producto visual*; en conjunto constituyen una propuesta de diseño gráfico y sus características formales deben estar en función del contenido que se desea transmitir.

Las propuestas que se realizan para exposiciones de arte en su mayoría son poco equilibradas, por un lado nos enfrentamos a la problemática de la información que se propone sea presentada en estos espacios, casi siempre son textos que tienen una gran extensión y muy pocos los casos cuando se opta por el uso de apoyos visuales. El caso opuesto sucede cuando se carece de un contenido informativo coherente y se le da mayor importancia al diseño sobre la funcionalidad del mensaje, generando problemas de lectura, apreciación, distorsión o comprensión del mensaje.

Que sucedan ambas situaciones puede deberse a muchas razones, el problema puede venir desde la planeación de los responsables del discurso expositivo o por el desconocimiento u omisión de los objetivos por parte de los responsables del diseño expositivo. La lista de motivos puede ser amplia, pero se debe buscar una conciliación entre ambas partes y trabajar en conjunto en el desarrollo de herramientas y estrategias que nos permitan presentar el patrimonio artístico.

El uso de la didáctica en el diseño de exposiciones es un instrumento que permite que el patrimonio interactúe con el visitante, sin embargo, es un recurso que no ha sido muy utilizado para la presentación de contenidos artísticos. Existe una relativa resistencia al uso de este tipo de iniciativas en colecciones de arte, como consecuencia de considerar el objeto artístico, como un objeto sacralizado o ritualizado.

“El objeto artístico es ritualizado, pero no siempre es interpretado, reconocido y disfrutado por el visitante común por falta de referentes contextuales que le permitan apropiarse del trasfondo que determina el valor o el prestigio de determinada obra” (Zavala, De la Paz, Villaseñor, 1993, p. 50).

El argumento dado por una parte la comunidad artística de no utilizar recursos que entorpezcan la apreciación o condicionamiento con las colecciones pierde y adquiere validez a partir de quién esté frente a la obra, habrá un público experto y especializado que no requiera de ningún tipo de apoyo para la interacción con las colecciones, pero también existe un público inexperto que requiere de algún tipo de apoyo para complementar su experiencia frente a las obras.

No planteo con esto convertir la exposición en un espectáculo, sino que los expertos en el desarrollo de los discursos museológicos deben incluir la asignación de espacios y dinámicas internas o complementarias que apoyen el recorrido, la comprensión y el acercamiento de los públicos no especializados a las colecciones. El buen uso de la didáctica permite que los objetos nos hablen y adquieran otro significado; por su parte el diseño expositivo, encargado de materializar la propuesta, debe sumarse al desarrollo de cada propuesta y explorar diversas soluciones para proponer la que parezca ser la más coherente con los contenidos.

Respecto a esto último, el diseñador como responsable de generar soportes gráficos que contienen un mensaje debe tener pleno conocimiento de la información que está manipulando y proponer a partir de ésta, ya que de lo contrario, la propuesta carecerá de significado y concordancia con los objetivos expositivos al reducir las posibilidades de la comunicación gráfica. El no atender a esto puede generar incoherencias e inconsistencias en el mensaje transmitido.

En el ámbito del diseño, el interés que se tiene sobre el estudio de los recursos mediante los cuales se logra la composición de un mensaje visual, debe prevalecer ya que un mensaje visual se construye por elementos de configuración y por la aplicación de técnicas y herramientas de organización y relación como el color, la forma, la posición, el tamaño, entre otras características.

Tener poco conocimiento sobre las posibilidades que se pueden alcanzar una vez que se relacionan estos elementos, han ocasionado que las propuestas sean muy similares, copias, modelos o maquetas, que se reproducen en cualquier lugar o espacio sin responder a los verdaderos motivos de comunicación.

Por su parte las exposiciones de arte moderno y contemporáneo han establecido un modelo expositivo que se repite y que condiciona el encuentro del visitante con la obra, este modelo consiste en que estas propuestas no tienden a hacer un uso considerable de recursos complementarios a la exposición, en gran medida los soportes gráficos son meros cuerpos de textos informativos, o se recurre al uso de visitas guiadas. Se ha dado por hecho que estos elementos son suficientes para la interpretación de los contenidos y que su emplazamiento es útil en cualquier espacio y contexto (ver imágenes 22, 23).

Mucho se ha dicho sobre las limitantes que tienen los museos y centros de arte, para lograr un proceso educativo, entre las principales encontramos el tiempo que un visitante invierte en el equipamiento cultural, este factor sumado a otras condiciones no son las más adecuadas para llevar a cabo un proceso educativo formal, sin embargo, lo que es innegable es que se transmite información de diversos tipos, la cual puede generar inquietud y deseo, que requieran ser satisfechos posteriormente a la visita, suscitándose así la educación no formal.

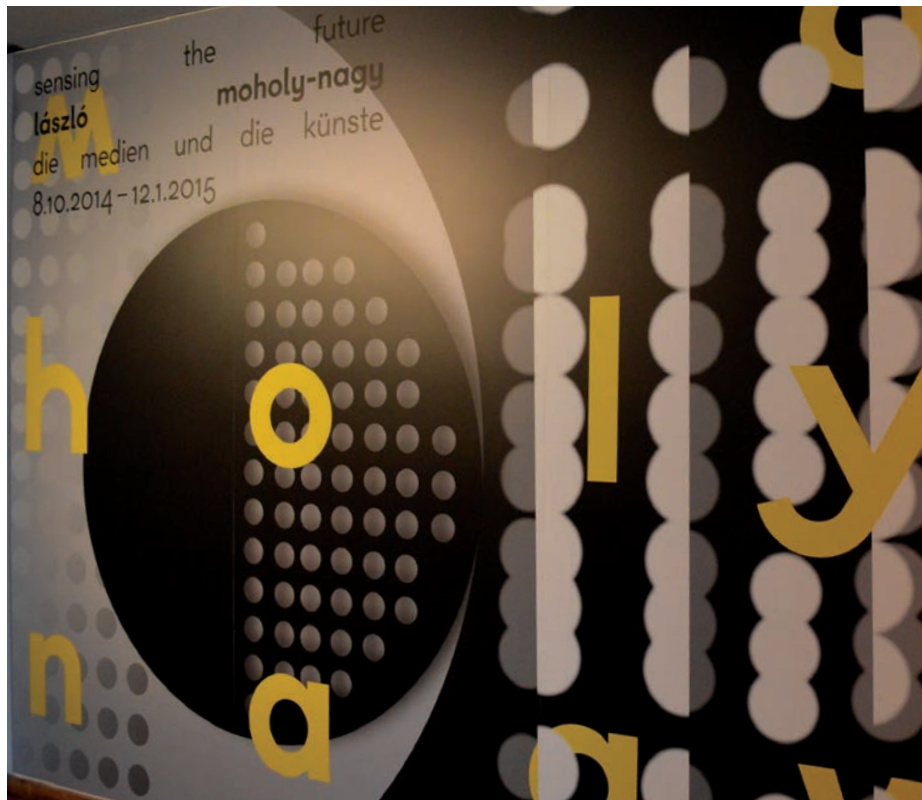


Imagen 22
Cédula Introdutoria
Archivo gráfico de Bauhaus,
Berlín, 2014.
Ingrid García



Imagen 23

Señalización

Centro de la imagen la Virreina
Barcelona, 2014.

Ingrid García

Se pueden fomentar este tipo de situaciones a partir de combinar la didáctica con el diseño de exposiciones, por su parte los soportes gráficos deben ser resueltos con la intención de querer ser explorados por el visitante. *“La poésis del espectador pone en juego un construire [construir] que presupone un connaître [conocer], pero este saber no consiste en la mera observación de verdades preexistentes sino en la capacidad ‘que hace que el saber y el producir sean uno y la misma cosa’”* (Oliveras, 2011, p. 220).

Como hemos observado las exposiciones de arte difícilmente proponen visitas interactivas, por lo tanto el reto para el diseñador es aún mayor, su propuesta tiene que ser atractiva y significativa, y además intentar que sea consumida por la mayor cantidad posible de visitantes. Sí bien ya se reconoce una tipología de recursos gráficos predominante como lo son los cedularios –introdutorio, temático y de objeto-, folletería, cartel, catalogo, pendón, etc. requeridos para las exposiciones de arte, la aportación del diseñador será entonces construir estos mensajes de la mejor forma y apostar por nuevas soluciones que apoyen lo que se desea transmitir.

Rudolf Arnheim (1974) afirma que todo acto de percepción está condicionado y es "inteligente", calza en una estructura ya dada, empezando por el lenguaje. Para enriquecerla, para forzarla, el artista recurre a la metáfora y el espectador a la vía afectiva y reflexión. En el receptor, la selectividad perceptiva actúa en función de sus necesidades y esto le permite una comprensión más eficaz aunque puede limitar la variedad y riqueza del objeto. En función de esto, planteo que aunque la estrategia de comunicación y diseño puede contribuir de manera significativa al discurso de la exposición, no es del todo suficiente, sino considero que los contenidos informativos que se plantean para estos soportes gráficos deberían ser establecidos a partir de las necesidades y conocimientos previos con los cuales el visitante promedio cuenta.

He señalado qué es un lenguaje y cómo la combinación de ellos nos permite construir mensajes, también preciso sobre algunas de las apreciaciones que el diseñador gráfico tiene sobre el tema de significación y belleza del mensaje. Ahora bien centraremos la atención sobre las funciones que un mensaje adquiere, para esto partiremos del objetivo comunicativo que se propone en los mensajes.

La exposición del patrimonio cumple y puede adquirir diversas finalidades, algunas de las principales intenciones pueden ser el entretenimiento, el reforzamiento del orgullo nacional, de una fe o identidad, para atraer al turismo, para reflexionar sobre el pasado, para estimular el pensamiento crítico, entre otras funciones. Serán estas intenciones las que determinen en gran medida los contenidos científicos y los planteamientos museográficos del montaje.

El planteamiento de Roman Jakobson (1958), sobre las siete funciones que el lenguaje lingüístico cumple es una referencia importante que nos permite comprender las diversas funciones que un mensaje puede adquirir; en la presente investigación propongo entonces una tipología de mensajes para poder estudiar los contenidos de las propuestas gráficas que realizamos para exposiciones, cabe mencionar que esta categorización también se logró concretar a partir de estar inmersa en el estudio de casos de diversos montajes museográficos.

Esta categorización tiene la finalidad de ayudarnos a estudiar el mensaje de las propuestas gráficas, en su formulación pude verificar que los mensajes pueden cumplir más de una de estas funciones, o se pueden incluir en otras tantas categorías, pero esto es un referente de estudio que puede ser sencillamente identificable.

Propuesta de tipología de mensajes, en exposiciones

1. Informativo, proporciona exclusivamente información indispensable.
2. Interpretativo, estimula un proceso cognitivo, para adquirir sentido requiere de la participación y análisis de quien recibe el mensaje.
3. Educativo, tiene como finalidad la enseñanza.
4. Ilustrativo, proporciona exclusivamente información descriptiva y referencial.
5. Difusión, su finalidad es dar a conocer la exposición (producto o servicio) en la sociedad.

Planeación de estrategias

Teniendo claridad sobre el contenido y categoría del mensaje que se desea transmitir, será necesario desarrollar un plan de trabajo que incluya la selección de recursos y medios que serán utilizados. Para comenzar con esta etapa es necesario que el diseñador y comunicador visual cuente con pleno conocimiento de las condiciones favorables y limitantes a las que se enfrenta el proyecto, contar con este panorama le permitirá desarrollar un plan detallado y funcional que incluya las actividades y requerimientos de cada uno de los soportes gráficos, este tipo de herramientas permite que se incluyan las posibles soluciones y los medios que se consideren más óptimos para llevar a cabo la propuesta.

Existen los equipamientos culturales que implementan planes de trabajo que tiene relación con modelos anteriores, que en determinado momento fueron funcionales, pero será bueno verificar la pertinencia de su utilización, ya que no siempre pueden ser los más favorables.

La preocupación de incluir o excluir iniciativas educativas en los museos o centros de arte corresponde principalmente a la misión y visión que persigue cada espacio, por tanto estas propuestas suelen ser diferentes entre ellas. Pero indistintamente a esta condición, en términos generales las consideraciones del uso de apoyos complementarios o educativos para el visitante, con la finalidad de mejorar el entendimiento de la exposición de arte, es menor si lo comparamos con otros tipos de espacio, como el museo de historia, de ciencias, entre otros.

La estrategia que se utiliza frecuentemente para ofrecer al visitante una mejor comprensión de los contenidos es la de planteamientos de recorridos guiados y lineales. La sucesión de piezas (colección) que han sido dispuestas secuencialmente, tienen la intención de irle ofreciendo al visitante información previa y complementaria, a esto se le conoce como *scaffolding* ("aprendizaje guiado"), se supondría que se busca que mediante esta básica preparación, el discurso de la exposición sea comprendida de mejor manera.

Es en esta propuesta de recorrido donde se requiere que el diseñador produzca ciertos materiales de apoyo Hughes (2010, p. 103) afirma *"Los gráficos son un elemento clave de la escenificación de las exposiciones y de la comunicación con el visitante. El tratamiento de los textos es esencial en todo buen diseño de exposición y, si está mal resuelto, es la causa más habitual de problemas para los visitantes"* como ya lo vimos en las exposiciones de arte, se requieren en menor cantidad, entonces, lo que se debe procurar, es que los que se propongan resuelvan las necesidades de comunicación⁶ y no interfieran de manera negativa para que el visitante tenga una incorrecta comprensión del mensaje.

⁶ Hablamos desde la perspectiva de la comunicación gráfica, ya que los contenidos científicos es un aspecto que no le corresponde al diseñador de exposiciones.

1.4.2 Etapa de distribución

La etapa de distribución es el segundo momento del proceso que enfrenta una propuesta gráfica, la función del diseñador y comunicador visual junto con todo el equipo multidisciplinario de diseño será generar y desarrollar el plan de funcionamiento de la exposición. Se comienzan a analizar y diferenciar los mensajes, el fin es reconocer sus características, así se podrá empezar a proponer a través de qué soportes y técnicas gráficas pueden ser mejor resueltos; por su parte el diseñador y comunicador visual no debiera conformarse con generar un propuesta que en términos visuales solo luzca bien, por el contrario, la propuesta debe verse sustentada a través de una justificación teórica.

El ejercicio en la práctica real suele verse condicionado por tiempos limitados de trabajo, pocos recursos económicos, deficiencia en los equipos, entre otras problemáticas, sin embargo, procurar que lo que se está proponiendo responda a los criterios de comunicación, retórica del mensaje, estilo y técnica es una responsabilidad que no debe verse condicionada por estos factores. La formación que tiene un diseñador y comunicador visual le permite contar con los conocimientos suficientes de los elementos que constituyen un mensaje, conoce y cuenta con un dominio de las posibilidades y características que los medios de comunicación ofrecen.

El diseñador de exposiciones al igual que muchas áreas de desarrollo del diseño requiere no solo tener plena conciencia de los contenidos con los que trabaja, sino ser extensivo, tener interés sobre sus públicos, así como para quién trabaja, con qué y cómo se trabaja. En este momento nos ocuparemos del cómo se trabaja, es decir, cuáles son sus conocimientos, herramientas y estrategias de diseño. El tema de nuevos condicionamientos técnicos y científicos, así como el desarrollo de nuevas tecnologías para la producción determinan que el diseñador y comunicador visual constantemente persiga la actualización.

La selección de los medios que se utilizarán para transmitir los mensajes es una práctica que en la mayoría de los casos ya responde a conocimientos previos de funcionamiento, sin embargo, la experimentación no debe ser subestimada, ya que muchas veces a través de ella las propuestas logran ser novedosas. Así mismo todas aquellas estrategias de comunicación que previamente ya han sido implementadas deberán ser actualizadas.

Uso de medios de comunicación y nuevas tecnologías

Los medios de comunicación mediante los cuales las propuestas de diseño pueden ser materializadas son diversos, en términos configurativos, así como en términos materiales (impresos/digitales). En el caso de los soportes gráficos en su mayoría suelen contener mensajes del tipo informativos, la extensión de sus contenidos o ubicación dependen de la función que propuso cumplir. Para el diseño de exposiciones se tiene un amplio abanico de oportunidades de medios que pueden ser utilizados para transmitir un mensaje.

En el diseño de exposiciones reconocemos la presencia dominante de ciertos medios en relación a otros, de igual forma la selección de uno y no otro está condicionado a las expectativas y recursos económicos del equipamiento cultural. Lo que se debe procurar es que el medio seleccionado se adapte lo mejor posible a las condiciones sociales, espaciales y materiales en las cuales será inmerso. *“Los diseñadores coinciden en que por imaginativos y creativos que sean los gráficos, lo primordial es que comuniquen un mensaje claro y consistente en todos los medios, banderolas, folletos, sitios web, y catálogos”* (Hughes, 2010, p. 104).

El diseño de una exposición implica diversas etapas de comunicación con los visitantes, para establecer cada una de éstas se generan diversos medios de comunicación. La etapa de difusión y la comunicación al exterior del museo o centro de arte se realiza de forma permanente, antes y durante el periodo de exhibición, un segundo momento es ya dentro del espacio, es decir, la señalización y la propuesta gráfica dentro de sala, y finalmente en muchos proyectos la generación de recursos que puedan consultarse una vez finalizada la visita, esto puede ser a través de los sitios de internet, catálogos, etc.

Analizar las distintas vías por las cuales los asistentes pueden enterarse sobre una exposición próxima a inaugurarse, y de cómo la consumen una vez que están realizando o han realizado la visita, es reflexionar sobre los alcances que ha tenido la disciplina en el desarrollo de la museografía, es un panorama que nos muestra el curso que han tenido los medios tradicionales o digitales en la exposición, conocerlo permite potencializar nuestra actividad creativa.

El tema de las nuevas tecnologías ha sido abordado desde dos posiciones que se contraponen, su carácter sensacionalista le ha valido para ser señalado como la solución para la presentación de contenidos, sin embargo, las herramientas que la tecnología brinda a la profesión del diseño, no siempre logran tener resultados tan positivos. La tecnología nos ofrece un mundo de posibilidades, con las cuales podemos experimentar y desarrollar estrategias significativas (ver imágenes 24, 25 y 26), pero utilizarlas implica el compromiso de tener presentes sus aspectos negativos.

Imagen 24 (Arriba)
Videomapping
Fundación telefónica
Madrid, 2014.
Ingrid García

Imagen 25 (Abajo)
Retroproyección
Museo de Londres, 2014.
Ingrid García

Imagen 26 (p. 56)
Retroproyección
Museo de Londres, 2014.
Ingrid García





VALUES
&
SLAVERY



&
SLAVER

VALUES

SLAVERY

SURE GAIN



El objetivo de utilizar estas nuevas herramientas pretende apoyar los objetivos principales del discurso y no que éstos se diluyan. Evitar un uso poco pensado sobre la utilización de los contenedores digitales o el abuso de la tecnología que para actualidad resultan ser novedosos e indispensables, ya que estos dispositivos responden a una lógica de mercado que está en constante movimiento y actualización. No contemplar esta condición puede ocasionar que en poco tiempo estas propuestas luzcan obsoletas.

El diseño de exposiciones ha recurrido a la utilización de otros medios más allá de los impresos, en México predomina el uso de recursos digitales informativos, que pocas veces son interactivos, y proyecciones simples con o sin audio. La presentación del mobiliario y ubicación que se planteó para estos recursos deben ser contemplados por el diseñador, no se deben obviar condiciones como el sonido, la iluminación o los materiales de construcción, ya que en conjunto sugieren algún tipo de información.

Considerar estas condiciones permite que las propuestas sean más innovadoras, funcionales, y que, previo a la producción de las mismas, se tomen en cuenta sus tiempos de elaboración, durabilidad, costos y dimensiones. No solo se logran propuestas con mayor calidad, sino que estén en concordancia con el resto de los elementos presentes en el espacio museográfico.

La iluminación es un recurso implementado principalmente para lograr una mayor apreciación de los objetos o con su uso sugerir algún tipo ambiente, dejando de lado cómo la iluminación favorece a los soportes gráficos que se encuentran al exterior e interior de las salas de exposición.

Su papel es fundamental para la apreciación de cualquier tipo de objeto, un buen dominio de su uso puede contribuir a la modelación de las percepciones del visitante, desde el poder circular, leer los textos de apoyo que acompañan a las colecciones hasta la generación de sensaciones. Es necesario aprender cómo funcionan las luminarias y conocer sus características como tipo de instalación, rendimiento, mantenimiento, costo, apariencia física o cantidad de calor que generan beneficiarían la presentación de soportes gráficos y su presencia puede beneficiar su comprensión por parte del visitante.

Implementación de estrategias

Una vez que se ha elegido un plan de trabajo, es propio comenzar el tratamiento gráfico; el caso de los cederarios es muy importante, no se debe perder de vista que el fin de estos soportes es poder conectarse a nivel intelectual y emocional con los visitantes, bajo la condición de que el diseñador visual no es el encargado de redactar los contenidos los únicos recursos que tiene para solucionar las diversas capacidades de lectura de los visitantes son tener en cuenta que existen diversos niveles de lectura y proponer que algunos soportes se refuercen con otros medios o se les de otra solución gráfica diferente a la convencional (*ver imagen 27*).

En las exposiciones de arte se dirige primordialmente el interés y la contemplación a las colecciones antes que a la lectura de los apoyos gráficos; a pesar de que se sugieren recorridos no siempre se logra que un visitante realice el recorrido tal cual fue planteado, su visita dependerá de cada espectador, por lo tanto no se pueden suponer que la lectura de los soportes gráficos, sea siempre igual, por lo que una buena estrategia es facilitar recursos individuales que no dependan de las condiciones del espacio.

La evaluación de los materiales gráficos es un recurso para conocer relativamente la funcionalidad de los apoyos gráficos y contenidos, por tanto establecer diálogo con los encargados de investigación y sugerir el uso de métodos como el que plantea Margareta Ekarv (citado por Hughes, 2010, p.117) para la redacción de los textos.

1. Usa un lenguaje sencillo para expresar ideas complejas
2. Usa el orden normal de la lengua hablada
3. Una idea principal por línea: el final de la línea debe coincidir con el final natural de la frase:
 - “Los ladrones fueron condenados a morir en la horca”, es breve y ajustado
4. Líneas de unas 45 letras; texto dividido en párrafos cortos de cuatro o cinco líneas.

UNE MODERNITÉ À DÉBORDEMENT

«Une ville en mutation urbaine devant du portique de la tour Eiffel à l'horizon...»

«...même de la peinture de chevalet. Progressivement, il s'emancipe du cadre de la toile pour élargir le champ de son travail à l'environnement contemporain. Ses disques colorés se muent en modules circulaires, lesquels se répètent à l'infini dans ses installations des années 1930. Des revêtements marqués en relief ou en couleur d'une totale nouveauté technique, ainsi que des vases en mosaïque sont alors le jour. Les surfaces s'animent par un jeu de textures. Delaunay ne vise rien de moins qu'une « révolution dans les murs ».

A Modernity of Excess. Seeing the changes in the urban landscape ranging from the gigantism of the Eiffel Tower to the electrification of street lighting, Robert Delaunay perceived modernity as a visual excess. How could the profusion of unusual viewpoints, increased mobility and the incessant stimulation of our optic nerves – all these simultaneous shocks that pepper modern urban life – be transposed into forms and colours? His quest for a type of painting that put the viewer's eye in direct contact with turbulent reality was mingled with a challenge to the very medium of easel painting. He gradually freed himself

from the framework of the canvas, broadening the field of his work to the contemporary environment. His coloured discs changed into circular modules that were endlessly repeated in his works of the Thirties. He began to create wall-coverings in reliefs and colours that were totally new in technical terms, and experimented with mosaics. The surfaces came alive through the play on textures. Delaunay was aiming for nothing less than a "revolution in the walls".

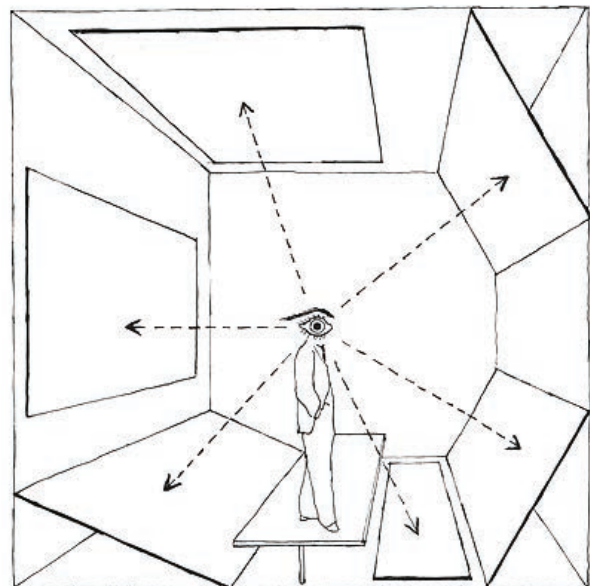
Imagen 27
 Cédula introductoria
 Centro Pompidou,
 París, 2014.
 Ingrid García

La forma en que se planea un recorrido para una exposición es una estrategia que puede favorecer de diversas maneras, optar por la propuesta convencional antes descrita es una situación que tiene que ser revisada con detenimiento. La solución de recorridos suele darse por parte de los arquitectos mientras la participación del diseñador y comunicador visual es menor, aunque su opinión resulte primordial, ya que la funcionalidad de sus propuestas se verá condicionada por la ubicación y desplazamiento de los públicos.

Una estrategia que fue señalada por el diseñador Philip Hughes (2010, p. 77) como una posibilidad de que, el visitante explore las salas a partir de sus intereses y tiempo es la generación de lo que él llama el mapa orientativo *“Los visitantes pueden consultarlo y seguir el recorrido propuesto. Si desean saber más sobre el tema siempre pueden volver al mapa para encontrar nuevas maneras de explorar la muestra”*. Cabe mencionar que este recurso ha sido implementado en las grandes y permanentes colecciones, su utilización tiene que ver con el tiempo que se requiere para poder ser visitadas, sin embargo, utilizarlo en exposiciones temporales, sin duda representa otra forma de aproximación a los contenidos.

La ubicación y disposición que el diseñador visual propone para sus soportes gráficos debe ser igualmente planeada como se hace con las colecciones, no se puede perder de vista que en los equipamiento culturales suceden muchas actividades al mismo tiempo, mientras un grupo de espectadores esté observando una pieza o un gráfico, el resto de ellos necesitará algo que ver; se debe evitar que el recorrido se vea interrumpido o sea desalentador por no considerar este tipo de situaciones.

Herbert Bayer, importante pionero en el diseño de exposiciones describe mediante su diagrama de campo de visión las distintas áreas de visión a las que un espectador puede ser susceptible, este tipo de referencias tan básicas e indispensables en la construcción espacial son la materia prima que el diseñador implicado en el campo museográfico debe dominar (*ver esquema 4*).



Esquema 4

Herbert Bayer,
*Fundamentos del diseño
de Exhibiciones.*
PM 6 no. 2 Diciembre 1939

1.4.3 Etapa de consumo

Hemos llegado a la tercera etapa que cualquier producto o servicio de diseño se enfrenta, es decir, cuando se presenta al público, se sobreentiende que lo que pretende es que sea consumido en el diseño de exposiciones. Gestores de cultura, investigadores y profesionistas involucrados en el medio han señalado la vigencia de desarrollar métodos de trabajo que permitan que los contenidos de los museos se consuman de la mejor manera (ver imagen 28).

Es poco o nulo el control que tiene el diseñador sobre los factores económicos, sociales y culturales que envuelven la exposición, sin embargo, esta información resulta ser en gran medida la clave que permite que en torno a él se genere la mejor propuesta, que le permita entablar un diálogo con el consumidor. Hablando en específico del diseñador de exposiciones, si se tiene claro que la información no siempre va dirigida a un público exclusivo, sus propuestas no se ceñirían solo a un tipo de público, tendremos entonces que hablar de varios públicos.

La variación de los públicos se encuentra relacionada a la edad o motivación de la visita, en el caso de México, es la educación básica el principal factor que motiva las primeras visitas a los equipamientos culturales, lo que se pretende es el reforzamiento para la enseñanza de determinados temas.

Retomo los planteamientos que han sido señalados por investigadores como Santacana (2005) y Alderoquí (2011) en torno al tema de educación y museos. En sus publicaciones se ha enfatizado la carencia de una estrategia pedagógica y didáctica previa a la visita a un equipamiento por parte de los escolares, lo que resulta perjudicial ya que estos primeros acercamientos con los equipamientos culturales son fundamentales para incentivar el gusto e interés por las colecciones, al ser tan poco afortunadas, una de las consecuencias más fuertes es que los visitantes asocian las colecciones artísticas con actividades de aprendizaje formales, por tanto se deja de considerar como una actividad atractiva y placentera.



Imagen 28

Señalización

Museo del diseño, Barcelona, 2014.

Ingrid García

Intentar ver a la educación no solamente en el estricto sentido de aprendizaje formal o como aquello que es impartido por un docente, sino como una experiencia lúdica y cognitiva que da lugar a la creación de sensaciones, percepciones, conceptos, imágenes y emociones. Joan Santacana (2013) afirma *“Educar es transformar, no hay acto educativo sino existe un cambio. La educación patrimonial debe producir un cambio de pasar por ese episodio que llamamos museos”*.⁶

Abordar el tema de la educación para este proyecto está encaminado a cuestionar a la exposición que contribuye al engrandecimiento de todos los niveles educativos que atañen a un ser humano. Sin duda existen otros tipos de exposiciones como aquellas que solo pretenden la comercialización o venta de colecciones; la intención no es generar opiniones negativas sobre sus funciones, ya que las tienen muy claras, simplemente mencionar esta diferencia para señalar que estas otras tipologías de exposición no tienen lugar, ni interés de ser reflexionadas en la presente investigación.

Ahora abordaremos la visita a los equipamientos culturales, en el caso de México la asistencia a exposiciones no solo es un tema que tiene que ver con la educación sino que nos encontramos insertos en una cultura de consumo, que depende en su mayoría de los ingresos económicos que tiene cada sector de la población. Quienes han estudiado a detalle el tema han establecido que los bienes que se generan en gran medida son los responsables de establecer las diferencias sociales y con ello condicionar sus actividades.

“Las clases de consumo se definen en relación con el consumo de tres series de bienes: una serie de artículos corrientes correspondientes al sector de la producción primaria (por ejemplo, alimentos); una serie tecnológica que corresponde al sector de la producción secundaria (viajes y equipamiento de capital del consumidor), y una serie de información que corresponde a la producción terciaria (bienes de información, educación, artes y actividades culturales y de ocio)” (Featherstone, 1991, p. 45).

Entonces identificamos la prioridad que tiene la visita a equipamientos culturales a pesar de ser angustiante; son muchos los casos que han contribuido a que se realicen las visitas como la escuela, las noches de museos, los días libres y otras formas para atraer al público. Son estas situaciones las que debemos aprovechar para entablar un diálogo fuerte y claro principalmente con aquellos públicos resistentes. A través de su propuesta el diseñador y comunicador visual contribuye a transmitirle a los visitantes que el espacio que visitarán es para ellos un puente entre exposición y público, lo cual se refuerza al interior del espacio museográfico, favoreciendo la experiencia del visitante.

⁶ Santacana, 2013, V Congreso de Educación, Museos y Patrimonio, *“Creatividad e innovación educativa en museos y espacios patrimoniales”* Recuperado de: <http://icomchile.org/2013/10/03/joan-santacana-no-hay-acto-educativo-sino-existe-un-cambio/>

Comunicación con el visitante

Las estrategias de comunicación que se diseñen deben intentar implicar al visitante, dirigirlos, estimularlos, orientarlos y de ser posible despertar en ellos la curiosidad.

Las exposiciones de arte están fundamentadas bajo el discurso de la contemplación de las colecciones, lo que posteriormente permite la experiencia estética, más que intentar contradecir el valor de esto pretendo señalar que la propuesta museográfica para este tipo de exposiciones no siempre contribuye a que el visitante se apropie y dialogue con las colecciones, no se le invita a observar ni mucho menos a contemplar.

La exposición se complementa principalmente de dos grandes referentes en donde ninguno puede prescindir del otro, García (1994), los ha descrito como: 1) *Las piezas que constituyen la colección, éstas comúnmente organizadas bajo un criterio museológico y científico* y 2) *El público destinatario, que será la referencia permanente de planificación y realización de una exposición.*

En repetidas ocasiones se ha hecho el señalamiento a los encargados de generar los contenidos informativos respecto al uso de tecnicismos, grandes cuerpos de texto, poca información respecto a las técnicas empleadas en la producción de las obras, entre muchas otras, con la intención de mejorar y abrir la oportunidad de acceder al arte.

Estamos hablando de que se han empleado estrategias, entre ellas el uso de hojas de sala, espacios interactivos o ligas en el internet (ver imagen 29). Son estos los soportes que el diseñador y comunicador visual resuelve pensando en que estos debe ser generados con la intención de invitar a conocerlos y leerlos con mayor calma, quizás en el propio espacio u otro día posterior a la visita.

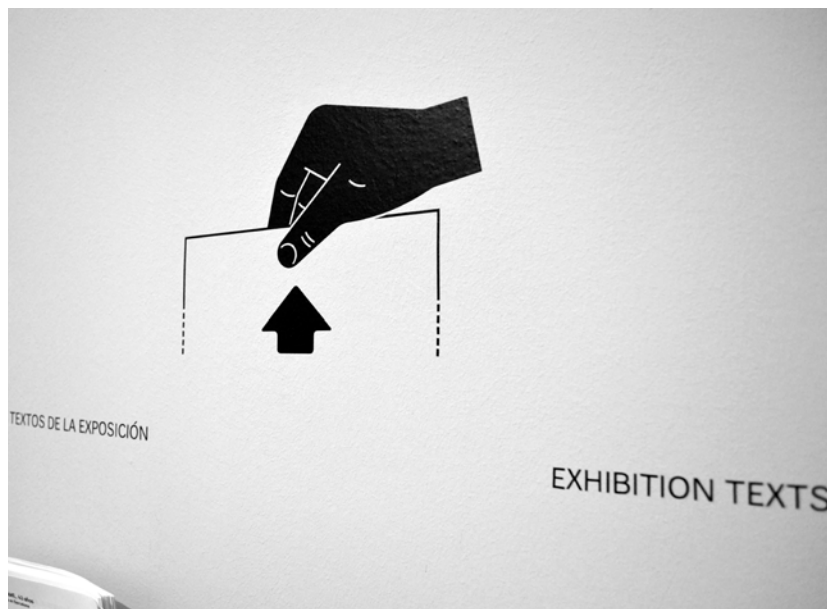


Imagen 29 (Izq.)

Hoja de Sala

Museo de Arte Contemporáneo
de Barcelona, 2014

Ingrid García

Imagen 30 (Arriba p.63)

*Actividad lúdica a cargo de los
estudiantes de didáctica de las
artes plásticas UB,
Barcelona, 2014.*

Ingrid García

Imagen 31 (Abajo p.63)

*Recursos didácticos para público
discapacitado
Museo de Arte Contemporáneo
de Barcelona, 2014.*

Ingrid García

Entender las necesidades particulares de los visitantes y poder establecer algún tipo de comunicación con ellos ha permitido reconocer distintos tipos de público (ver imágenes 30, 31 y 32) los cuales con frecuencia suelen acudir en conjunto a una exposición. Los estudios de público son una excelente herramienta para conocer a los visitantes, sin embargo, para que estos funcionaran tendrían que ser constantes y actualizados, pero no es una actividad que se realice con frecuencia ni mucho menos es información que llega a los diseñadores gráficos.





Mostramos enseguida una clasificación que enlista diversos tipos de públicos (Hughes, 2010, p. 40), esto a partir de los conocimientos previos con los que cuenta el visitante en torno al contenido. A pesar de que la información no puede aplicarse a todos las sociedades, ni mucho menos a todas las categorías de exposiciones son referentes que nos permiten entender la variabilidad de públicos y la responsabilidad que tenemos con ellos.

Imagen 32
Pantalla interactiva de dibujo
Tate Modern de Londres, 2014.
Ingrid García

TIPO DE PÚBLICO	DESCRIPCIÓN
El experto	Busca exposiciones o información que amplíe sus conocimientos previos, y mucho de lo que va a ver le será familiar.
El viajero habitual	Tiene una base razonable de conocimientos y desea aumentarla, pero le motiva más una curiosidad general que la necesidad de buscar una información específica.
explorador	No conoce el terreno pero quiere enterarse de lo más importante... necesita un "nivel superior" de información muy bien organizado y riguroso.
El desorientado	No sabe a dónde ir, busca algo que atraiga su interés. El diseño interpretativo debe incluir una gama importante de actividades y opciones para él.

Otra propuesta interesada en conocer al visitante es la de Black Graham en *"The Engaging Museum"* (citado por Hughes, 2010, p.36) donde se propone una carta con los derechos del visitante, la cual busca sea atendida por los diseñadores de exposiciones, bien valdrá la pena por atención ya que hay en esta lista muchos aspectos que le conciernen estrictamente al diseñador gráfico.

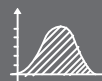
CARTA DE DERECHOS DEL VISITANTE

1. Confort: "Atiende mis necesidades básicas"
2. Orientación: "Haz que encuentre mi camino fácilmente"
3. Bienvenida/Pertinencia: "Haz que me sienta acogido"
4. Diversión: "Quiero pasarlo bien"
5. Sociabilidad: "Vengo a pasar el tiempo con mi familia y amigo"
6. Respeto: "Acepta quién soy y lo que sé"
7. Comunicación: "Ayúdame a entender y déjame hablar"
8. Aprendizaje: "Quiero aprender algo nuevo"
9. Elección y control: "Déjame elegir, dame algún control"
10. Retos y confianza: "Dame retos que yo pueda manejar"
11. Revitalización: "Ayúdame a salir fresco, renovado"

Puedo concluir que aunque el diseñador y comunicador visual hasta el momento no cuenta con un método claramente definido que le permita observar además de medir el desarrollo y resultado de sus propuestas, es evidente que sí lo puede proponer, mejor dicho es necesario plantearlo. Ya vimos que existen muchos factores que pueden ser analizados con detenimiento, que nos permiten ir reconociendo poco a poco el efecto que las propuestas han tenido en los visitantes. Los antecedentes de la evaluación son los cuadernos de visita, la entrevista, la observación, el conocimiento a través de la experiencia, la experimentación, los estudios de público, entre muchas otras situaciones y estrategias que pueden ser utilizadas para conocer cómo perciben e interpretan los visitantes los contenidos expositivos.

Capítulo 2

DESARROLLO DE PROPUESTA
METODOLÓGICA DE EVALUACIÓN



DESARROLLO DE PROPUESTA METODOLÓGICA DE EVALUACIÓN

Evaluación de propuestas de diseño y comunicación visual en exposiciones temporales de arte moderno contemporáneo.

2.1 La Evaluación

Establecer la evaluación como parte fundamental de toda práctica profesional es brindar la posibilidad de conocer cómo es el funcionamiento de un producto o servicio, así como identificar la eficacia o rendimiento que éste tiene, sin embargo, no solo podemos resumir los alcances de la evaluación a esto, ya que a través de ella habremos de conocer tanto como se haya propuesto.

Esta afirmación surge de la síntesis y revisión de dos parámetros, primeramente de reconocer algunas prácticas que se llevan a cabo en determinados sectores comerciales y que podemos identificar fácilmente en nuestra vida cotidiana cada vez que compramos algún objeto o hacemos uso de un servicio, donde posteriormente recibimos encuestas de calidad o cuestionarios de verificación, todo esto con la finalidad de mantener su estándar de calidad o mejoramiento.

Ahora bien, la segunda situación que nos permite plantear a la evaluación como un recurso necesario de verificación y conocimiento, viene de analizar la insistencia de algunos autores como lo son Screven, Shettel, Ferran Urgell y Cristina Pou, García Blanco, Hooper- Grenhill, Randi Korn, Judy Diamond, Jessica Luke, David H. Uttal. Quienes entienden este recurso no solo como una vía de conocimiento sino de mejoramiento y proyección del museo, esto se puede corroborar en los resultados que han presentado durante sus investigaciones.

Evaluar implica realizar un estudio o seguimiento puntual, (Ferran Urgell, Cristina Pou, 2010) de este ejercicio obtenemos determinada información, contar con ella nos permite conocer cuál es el funcionamiento o eficacia de lo que estamos analizando, en teoría lo que se pretende es conocer para mejorar. Los datos que se desean analizar deben ser categorizados (García, 1999, p.205) permitiendo así identificar estrategias que han sido implementadas y que han funcionado. Cuando se plantea llevar a cabo una evaluación se han de fijar cierto número de objetivos y será mediante éstos que se establezca un modelo de trabajo y se desarrollen las herramientas

y actividades necesarias a través de las cuales se encamine el estudio. La información que podemos obtener tras realizar un ejercicio de evaluación es tan vasta que se deben definir claramente los objetivos y delimitar hacia dónde dirigimos la atención para con esto lograr obtener la información prevista.

Un aspecto importante a considerar es que esta investigación retoma para el estudio de equipamientos culturales la propuesta de Screven, la cual plantea la posibilidad de llevar a cabo la evaluación en tres momentos distintos, es decir, *antes de realizar la propuesta cultural, durante la realización de la propuesta cultural o posteriormente de la realización de la propuesta cultural*. Por tanto el momento en que se realiza la evaluación será lo que determine el uso de los instrumentos, ya que cada etapa contempla una tipología con determinadas características, que serán distintas a las otras etapas.

Si observamos nuestro entorno, mayormente reconocemos que la evaluación frecuentemente se realiza una vez que el producto o servicio ya se encuentra en funcionamiento o ha sido emplazado en el medio para el que fue planeado, sin embargo, como ya se mencionó existe la posibilidad del ejercicio de evaluación antes y durante su propio desarrollo. Hacer caso de este tipo de sugerencias nos permite manejar y poner bajo control circunstancias imprevistas, como pueden ser tiempos de trabajo y presupuesto, entre muchos otros.

Evaluar no solo aporta información novedosa para los que se inician, vale la pena mencionar que permite que se generen valiosos hallazgos sobre métodos o procesos de trabajo, ya que a través de estas indagaciones se logra poner en cuestionamiento métodos clásicos de trabajo. Recurrir al ejercicio de la evaluación desde distintos enfoques sobre un mismo tema abre el panorama, por tanto, es mucho mayor el conocimiento que se obtiene.

En aspectos generales se ha descrito la importancia de la evaluación y algunas de sus posibilidades, ahora tendremos que adentrarnos en su uso y pertinencia en determinadas áreas de producción y conocimiento humano. Hemos señalado que su uso es muy importante, sin embargo, no siempre se le da la misma importancia en todas las áreas; existen y existirán quienes señalen con mayor interés hacer uso de ella, pero a su vez quienes se encuentran en la posición contraria.

El responsable de realizar una evaluación de un producto o servicio deber ser congruente, sensato y veraz de la información que establece, ya que uno de los señalamientos más fuertes que se oponen al uso de la evaluación como un ejercicio de mejoramiento, es afirmar que muchas veces la opinión del evaluador solamente busca validar y responder a intereses personales de lo que se está evaluando, aun cuando se carece de calidad, por tanto la validez del ejercicio se ve afectada.

Existen áreas que han insistido en el uso de la evaluación y muchas otras que durante mucho tiempo han contemplado dentro de su sistema de producción la etapa evaluativa, es así, como llegábamos a cuestionar en cuál de estas circunstancias quedan insertos el *diseño y la comunicación visual*. Aunque no se puede reconocer un método general de evaluación propio de una propuesta gráfica, existe la inquietud de realizar este tipo de ejercicio, ya que son diversas las ocasiones que durante el desarrollo de una propuesta gráfica los diseñadores requieren realizar un ejercicio de evaluación.

Es justo en este momento dónde valdría la pena preguntar, quiénes son los informantes o responsables de dar el visto bueno de una propuesta gráfica, en cierto modo la opinión suele provenir de los expertos y por tanto concedores del tema que se está tratando, entonces que es lo que sucede con la opinión del consumidor real, ¿cómo se enfrenta a esta realidad el diseñador?

Existen situaciones donde las condiciones de trabajo son tan favorables que previamente al inicio del proyecto existen equipos que se les ha designado la elaboración de un brief (informe) detallado que incluye toda la información que es determinante para la realización de la propuesta, el cual contiene un apartado dedicado estrictamente a la descripción y necesidades del público objetivo; la ventaja de contar con este recurso es que permite que la propuesta gráfica se realice con conocimiento de causa.

Aunque existen situaciones de este tipo que podríamos describir como controladas, existen muchas otras donde no se tiene la posibilidad de echar mano de estos recursos, factores como presupuestos, variabilidad de públicos, localización, tiempo, jerarquías de poder, entre otros, son los responsables de establecer las condiciones de trabajo, es por esto que el diseñador deberá buscar y plantear sus propias estrategias para conocer a su consumidor final y su opinión.

El diseñador tiene un papel fundamental en la construcción de un discurso, aunque hemos insistido que su participación es a nivel visual, no siempre se reduce solo a ello, ya que la versatilidad de la propuesta puede incluir la participación de otros sentidos, es por esto que el conocer ¿qué y para quién se trabaja?, así como reflexionar sobre la funcionalidad de su propuesta, tendrá una repercusión significativa no solamente en la propuesta realizada, sino en el desarrollo de intervenciones posteriores. Un constante ejercicio de reflexión y análisis permite la generación de nuevo conocimiento sobre la práctica del diseñador.

El diseño y la comunicación visual, a diferencia de otras disciplinas, son prácticas profesionales que tienen utilidad y encuentran fuente de trabajo en otras áreas del conocimiento humano, caso específico que nos interesa es su participación en el diseño de exposiciones. Más allá de recordar la aparición de este tipo de recursos en la exposición, lo que revisaremos son las diversas estrategias de investigación que se han planteado para analizar el nivel de funcionalidad que tienen estos recursos o soportes, el interés de hacerlo es consecuencia de pensar al soporte gráfico como un elemento mediador entre los contenidos expositivos y el visitante, entre ambos existe un intercambio de información (*ver imagen 33*), contraponiéndose a la opinión de que son simples e insignificantes elementos, que proyecto tras proyecto se elaboran y pocas veces se cuestionan.

Respecto a esto último necesitamos resaltar que evaluar tiene que hacerse desde un sentido crítico, es innegable que existen una serie de ejemplos en donde la opinión del visitante es la fuente de información, lo cual permite posteriormente la creación de conclusiones o nuevos conocimientos, sin embargo, aquel que dedique su tiempo a evaluar, tendrá que tomar en cuenta todo tipo de opiniones, es decir, aquellas que provengan de montajes exitosos que por lo regular serán opiniones positivas, pero también se deberán considerar las que se encuentran en el extremo opuesto. La finalidad es contar con informes integrales y veraces.



Imagen 33
Exposición Jasper Johns.
Gallery Courtauld Londres, 2014.
Ingrid García

Pensar en la evaluación como una técnica que nos permite observar, analizar, comparar o repensar, cualquier proceso o actividad humana ha sido una de las alternativas que los estudiosos de exposiciones han retomado existe quien define la evaluación como una forma de autoconocimiento de la propia exposición (Santacana, 2010). A la evaluación se le pueden dar diversos enfoques y sobra mencionar que su uso es relativamente joven en comparación a otras prácticas presentes en el proceso museístico, sin embargo, al paso del tiempo el interés sobre establecer nuevos métodos de trabajo e investigación, así como nuevas áreas de conocimiento. La importante es que se reconozca y que se apueste por su uso y especialización.

Algunos de los principales países que han puesto mayor interés en el desarrollo de esta categoría de estudio, son: Estados Unidos de América, Gran Bretaña y no hace mucho tiempo España, entre otros países europeos, lo cual se ve reflejado en su bibliografía, y en el desarrollo de algunas de sus prácticas actuales, sin embargo, no podemos negar el desinterés y resistencia que existe por parte de algunos equipamientos culturales sobre lo que implica esta práctica. Como lo menciona Hooper-Greenhill (1998, p.100) *"...contemplando estas ideas con desconfianza, como algo que en el mejor de los casos es una pérdida de tiempo y, en el peor, que refleja una falta de profesionalismo y de competencia."* (1998, p. 100).

Otra especialista en el tema de evaluación y programas culturales que se ha dado a la tarea de describir la práctica evaluativa es Randi Korn, quien estableció que la evaluación de museos y programas culturales es *"... la recogida sistemática de datos y de información sobre las características, actividades y resultados de una exposición o programa público (sesión educativa o de ocio, actividad) útil a la hora de adoptar decisiones acerca de la continuidad o mejora del programa."* (Hooper-Greenhill, 1998, p. 99).

Randi Korn insiste en diferenciar la evaluación de la investigación, ya que persiguen finalidades distintas, sin embargo, continuamente se les confunde gracias a que ambas utilizan instrumentos y tecnologías de estudio similares. Hooper-Greenhill y Korn concuerdan que lo que la evaluación pretende es recolectar información específica para emprender una acción a corto plazo, mientras que la investigación lo que pretende es obtener nuevos conocimientos, contrastar hipótesis y lograr con esto la elaboración de teorías.

Como ya mencioné, el uso de algunas de las estrategias de investigación que utiliza la evaluación le han valido para una serie de confusiones, es por esto que debemos centrar nuestra atención en los elementos, recursos o núcleos que desean ser estudiados en cada proyecto, para así poder establecer límites de estudio y lograr llevar a cabo el estudio y análisis de información deseado.

De la misma manera es necesario plantear la diferenciación que existen entre los **estudios de público** con relación a la **evaluación de exposiciones**. Ambas prácticas también comparten estrategias de estudio similares y en conjunto se complementan y contribuyen a la actividad museística, además constantemente son los visitantes su principal fuente de información, sin embargo, sus intenciones no son las mismas.

Un **estudio de público**, permite conocer la valoración que los visitantes tienen de los museos o centros culturales, entendiendo esto como sus necesidades; Santacana (2010., p. 615) lo define como, *"... fuente de datos para el análisis de comunicación entre museos y visitantes y para la planificación de acciones relacionadas con el público actual y potencial de los museos"*.

Para lograr los estudios de público como ya ha sido planteado se presta atención en el visitante y su entorno, *"su perfil sociodemográfico –edad, sexo, residencia, estudios, trabajo-, sus preferencias y opiniones"* (García Blanco, 1999, p. 180), así como el tiempo que emplea en realizar su recorrido, la dinámica que sigue dentro de las salas de exposición, el tiempo gastado frente a las colecciones, entre otras características. Un ejemplo que nos permite señalar su función es que gracias a este tipo de estudios se propusieron tipologías de visitantes y se establecieron algunos conceptos y teorías como la *fatiga museal* y el efecto que sufren los visitantes una vez que están próximos a la salida, entre muchos otros.

Los estudios de público son los antecedentes de la evaluación, para entenderlo García Blanco (1999) afirma que es en la década de 1940 donde el interés pasa al estudio de la propia exposición, el análisis se realiza desde la opinión del visitante, al mismo tiempo comienza a figurar el concepto de comunicación dentro de la exposición, se presta atención a la idea, al argumento a la transmisión y a la codificación de un mensaje.

Fueron las diversas iniciativas y desarrollo de los estudios lo que permitió poner la atención en otros factores determinantes de la exposición, los estudiosos no solo se limitaron a analizar el funcionamiento de las colecciones, se abrió el panorama frente al señalamiento de que Cummings, director del Buffalo Museum of Science, fue el primero en reconocer la necesidad de generar un guion expositivo para la optimización de la visita. (Santacana, Martín, 2010, p. 615) Planteamientos de este tipo resultaron tan determinantes que hasta la actualidad siguen siendo utilizados.

Enseguida, desde la perspectiva del marco museístico recorreremos parte de la historia de la evaluación, contar con este panorama creado para una actividad tan compleja como lo es el diseño de exposiciones, a los diseñadores y comunicadores visuales nos proporciona un conocimiento que puede ser adaptado y mejorado en la búsqueda de un método de evaluación de nuestro propio trabajo.

Por tanto, es indispensable revisar brevemente algunas de las aportaciones más representativas de esta actividad, así como las diversas modificaciones que ha tenido en el mundo de los museos. El interés de otras disciplinas como la sociología, la antropología, la etnología, entre otras, así como la creación de los grandes museos europeos contribuyeron significativamente en la generación de metodologías de estudio más complejas. Se le pide al lector que para complementar confronte la recapitulación de algunos de los eventos más importantes que aparecen en el ANEXO II. Eventos significativos sobre la evaluación de diseño de exposiciones.

Antes de empezar es oportuno señalar que el desarrollo de la evaluación en museos es consecuencia de la participación de muchas disciplinas que contribuyeron y hasta la actualidad continúan participando en el desarrollo y aplicación de metodologías evaluativas, por tanto se hace una invitación a los diseñadores y comunicadores visuales a practicarla, con el afán de fortalecer la profesión, sus procesos y resultados.

Una de las características más importantes de la evaluación es que aunque tiene la particularidad de dirigir su atención a objetivos específicos, no se condiciona a un área particular del conocimiento, por el contrario es flexible; sin duda dependerá de los fines que se deseen alcanzar, las adaptaciones tanto de contenido como de aplicación que se deban hacer.

Ahora bien, aunque no tenemos la certeza de cuál fue el primer evento que marcó el inicio de la evaluación de exposiciones, los registros y publicaciones muestran que fueron los museos de Estados Unidos de América y de Gran Bretaña los responsables de comenzar a desarrollar estrategias de estudio, para lograrlo retomaron técnicas y conceptos principalmente de la psicología conductual, así como de modelos desarrollados en los centros de investigación de algunas universidades americanas. (García, 1999)

Inicialmente la actividad centró su atención en evaluar la eficacia de los objetos expuestos, es decir, determinar qué tan significativa era la colección y qué tanto los públicos aprendían de ella; los métodos implementados desde sus inicios tomaron como fuente de información a los visitantes, se estableció un acercamiento con ellos, a quienes posteriormente se les observó y se les entrevistó a través de distintas estrategias y recursos.

Posteriormente la importancia que se le dio a la pedagogía en el desarrollo de exposiciones originó que en 1970 se estableciera lo que ha sido señalado por Miles y Tout (citado por Hooper-Greenhill, 1998, p. 102) como una teoría acerca del diseño de exposiciones de ciencias, logrando con su aplicación poder alcanzar los resultados deseados. Ésta consistiría en:

- Tener objetivos concretos,
- Prestar atención al orden del material expuesto,
- El material debía estructurarse en etapas del tamaño adecuado,
- Debían preverse distintos niveles de capacidad, conocimientos e intereses,
- Debían ofrecerse a los visitantes la oportunidad de responder activamente a la exposición y de obtener información de retorno.

Cómo se señaló fueron Harris Shettel y Chanler G. Screven los responsables de gran parte del estudio y planteamientos que se han realizado en torno a la evaluación de exposiciones. Shettel (1994) estableció que la exposición representa un gran esfuerzo económico y humano, por tanto es imprescindible asegurar su eficacia (García Blanco, 1999, p. 182). Por su parte Screven (1988) partió de una visión mayormente pedagógica de la exposición al proponer el establecimiento de trabajar bajo objetivos que posteriormente puedan ser observables y verificados puntualmente.

Una de las grandes aportaciones de Screven es su propuesta de utilizar la evaluación como un elemento útil del diseño de exposiciones, es así como formula tres categorías de evaluación, cada una de éstas se adapta a las diversas etapas de desarrollo de un proyecto expositivo. Su propuesta consiste en considerar las posibilidades y ventajas que ofrece realizar un ejercicio de evaluación previamente, durante y posteriormente al montaje expositivo.

Estas etapas de estudio propongo sean pensadas como focos informativos que aportan datos y evidencian situaciones, que al ser analizadas con empeño tendrán una importante repercusión en las propuestas finales de las exposiciones y montajes posteriores. La propuesta de estudio de Screven podemos retomarla y adoptarla para realizar el análisis del proceso de creación de un soporte gráfico.

Para el diseño de un soporte gráfico generado para una exposición siempre existe una etapa de planeación, una de producción y finalmente una de consumo debido a que cada una de éstas se conforma por otra serie de acontecimientos menores que en suma debieran dar resultados positivos, sin embargo, no siempre sucede así por ello prestar atención y analizar a detalle el rumbo que sigue cada una de estas etapas nos permite tomar decisiones apropiadas a las situaciones que van surgiendo.

Enseguida profundizo en las tres etapas que proponen para llevar a cabo una evaluación de exposiciones, empezando por la *evaluación preliminar*, la cual consiste en analizar todo aquello que se suscita al inicio de cada proyecto, puede ir desde el análisis de los contenidos e ideas que se pretenden incluir, el cuestionamiento de cómo serán expuestos los objetos, hasta el estudio de los públicos, ésta es determinante para la toma de decisiones. Santacana (2010, p. 623) afirma *"Sus resultados informan la proyección de la exposición y permiten que los posibles errores de su concepción puedan ser solventados antes del desarrollo definitivo de la muestra"*.

Por su parte, la *evaluación formativa* toma lugar una vez que se han establecido los objetivos de la exposición y se inicia el desarrollo de los contenidos y creación de los soportes o materiales que serán requeridos en la exposición, lo que se pretende en esta etapa es poner a prueba las propuestas que se están realizando. Si alguna vez hemos tenido contacto con este proceso, sabremos que en la mayoría de los casos se realizan pruebas de legibilidad, durabilidad, entre otras, pero el problema viene cuando concluimos que los responsables de dar los vistos buenos son los mismos productores o especialista, por tanto, la opinión se vuelve muy limitada.

Me gustaría mencionar que aunque el presente proyecto dirige mayormente su atención a la evaluación de la propuesta gráfica en un montaje museográfico, difícilmente se puede aislar del resto de los elementos presentes en una exposición, y de la misma forma que se han realizado una serie de propuestas para la mejora de los discursos expositivos, los esfuerzos aquí, señalan la urgente necesidad de cuestionar la función de los soportes gráficos y medios encargados de presentar los contenidos frente a públicos reales.

La autora Hooper-Grennhill (1998) afirma que la evaluación formativa resulta sumamente útil en la redacción de los textos, así como en el desarrollo de exposiciones interactivas, a este planteamiento añadido que es sumamente importante poner a prueba todos aquellos soportes gráficos que serán utilizados, esto nos permite verificar que la selección y diseño que se ha hecho de éstos sea la más adecuada; un sencillo ejemplo sería que antes de tomar la decisión de un soporte en relación a otro, se pensara en sus posibilidades, no es lo mismo un soporte gráfico impreso y uno digital.

Por último tenemos *la evaluación final o sumativa* que, como su nombre lo describe, tiene lugar una vez finalizado el montaje, aunque en gran medida se piensa que la información que se obtiene servirá hasta la realización de una exposición futura, la realidad es que si se realiza durante el periodo de exhibición, se pueden detectar fallas que pueden ser solucionadas en el mismo periodo. También como lo señala Urgell y Pou (Santacana, 2010, p. 623) permite reconocer indicadores en relación a costes, efectos actitudinales o de comportamiento; además, permite la valoración de los materiales empleados, así como la eficacia de los mensajes transmitidos.

Algunos de los autores que reconocen la función de la evaluación preliminar, formativa y final o sumativa son Hooper-Grennhill (1998) y Korn (1989), esta última tiene a su cargo en la actualidad un despacho relacionado con la gestión, planeación, investigación y evaluación de organizaciones culturales, dicho despacho retoma las categorías de evaluación para llevar a cabo su tarea.

Existe otra propuesta señalada por García Blanco (1998) la *"evaluación de respuesta"*, que consiste en pensar la exposición desde una visión global, partiendo de los intereses y motivaciones del visitante, observarlo y analizar su interacción con la exposición, *"...procedimiento flexible de obtener información [...] se prefieren las preguntas abiertas y la observación participante"*. Este tipo de aproximaciones le permiten a la exposición plantearse como una actividad que tiene una finalidad comunicativa, lo que permite prestar atención a las eventualidades que se presentan en la comprensión y transmisión del mensaje.

Como ya hemos visto se han planteado diversas propuestas para la evaluación de exposiciones, aunque el trabajo de algunos de los investigadores sea mucho más representativo respecto a

otros, puntualizar en los enfoques que cada uno de estos ha perseguido, nos muestra que han sido sus propias expectativas y necesidades, las que han determinado su propuesta de modelo y funcionamiento.

Por tanto, esto nos impulsa a proponer nuevas metodologías de evaluación a partir de las propias necesidades de cada disciplina, en el caso del diseño gráfico es innegable el grado de participación que ha alcanzado en el diseño de exposiciones, sabemos que es responsable de la generación de múltiples recursos que interactúan con el visitante.

Entonces el plantear la evaluación de la propuesta gráfica no solo se debe hacer a partir de la configuración de los soportes gráficos, sino también a partir de la convivencia con otros elementos, como lo pueden ser la arquitectura, la colección, el mobiliarios, entre otros.

De la misma forma que hemos de considerar los factores materiales que contienen una exposición, también tenemos que atender los afectivos y físicos que se encuentran relacionados con el visitante. Recordemos que la visita al museo es una experiencia multifacética, no consiste exclusivamente en la apreciación de objetos y la obtención de conocimientos.

La evaluación también debe ser planteada desde esta perspectiva, prestando atención a este tipo de situaciones que tienen lugar en el espacio expositivo, así como considerar y tomar en cuenta la opinión que tienen los públicos a partir de sus propios entornos sociales, los cuales determinan la apreciación que tienen de su visita y de los contenidos u objetos.

“...el análisis del aprendizaje en el museo se incorpora así al análisis de la comunicación global que se da en la experiencia museográfica, a la definición de un fenómeno plural de incorporación de información de todo tipo, entre la que se encuentra la interpretación cognitiva de la imagen” (Santacana, 2010, p. 624).

La utilidad que estos métodos han tenido se ven reflejadas en el incremento de su utilización. La participación de otras disciplinas para llevar a cabo el estudio de la exposición se ha visto reflejada en la utilización e incorporación de métodos de investigación, ejemplo de esto lo tenemos con la preferencia de optar por las técnicas que propone la investigación cualitativa, son consecuencia de pensar en la exposición desde una perspectiva global, en donde la relación exposición –visitante – sociedad es íntegra. El evaluador tiene un contacto directo con el evaluado y muchas veces en el campo de estudio.

Sobre las técnicas podemos resaltar que Harper (1998) afirma

“La documentación, las entrevistas detalladas y el estudio de casos permite obtener registros narrativos en los que se citan las respuestas de los entrevistados y que ofrecen densas descripciones. El aspecto de tales descripciones resulta bastante diferente de los informes que se obtienen de los métodos “científicos”, que suelen contener gran cantidad de cifras basadas en análisis estadísticos”.

2.1.1 Un método de evaluación para la propuesta gráfica en exposiciones

Los organismos creados durante el desarrollo del siglo XX enfocados al estudio del museo han justificado su existencia a través de diversas funciones como: educar, exhibir, resguardar, investigar, entre muchas otras, aunque éstas han sido señaladas con ímpetu, son muchos los casos donde dichas funciones han dejado de ser parciales o una prioridad, por tanto los esfuerzos de acción son poco críticos y como lo menciona Américo Castilla (2010) los intereses de las administraciones en curso suelen ser las responsables del desarrollo de una buena o mala implementación de estrategias para mejorar.

Independientemente del enfoque que se le dé al museo dentro de una sociedad, debemos resaltar que su principal potencial es que ofrece colecciones únicas que son testimonio de la historia de la humanidad y reflejo de un pasado, de un presente y una proyección para el futuro. Este tipo de equipamientos lo que permiten es circular contenidos culturales “ *La cultura tiene como materia propia la producción y trasmisión social de identidades y significados [...] es tanto el medio como el mensaje, y está lejos de ser esa imagen vulgarizada y decorativa a la que, según algunos, la sociedad podría recurrir una vez que ha resuelto sus necesidades básicas*”. (Castilla, 2010, p. 15)

A pesar de que el desarrollo de una exposición se conduce a través de una serie de lineamientos, esto con el fin de lograr una serie de objetivos en función de un visitante y para lograrlo, se requiere de la convivencia de diversos elementos y la participación de disciplinas, aunque resulte increíble de creer como lo afirman los autores Urgell y Pou (Santacana, 2010, p. 614) son pocos los casos donde se evalúa la consecución de los mismos.

Ante la resistencia al cambio, los responsables de la gestión de equipamientos culturales, creación y presentación de contenidos debemos estar dispuestos a modificar modelos de trabajo, porque estos van en función de un destinatario, la propuesta que se ha realizado en torno al museo y que contempla combatir la indiferencia de los gestores hacia los públicos consiste en la necesidad que Santacana (2010 p.627) ha planteado “...*escuchar a sus públicos (internos y externos) para mantener y en ocasiones recuperar su valor social y su efectividad cultural*”.

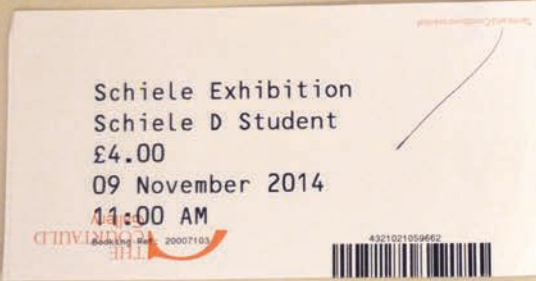
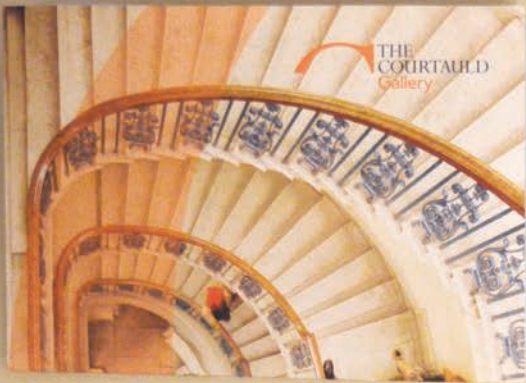
Poner a prueba las propuestas desarrolladas por parte de los diseñadores, analizando cada uno de los elementos que participación en la configuración de un soporte gráfico donde el estudio detallado de las diversas formas de presentación e interacción es una actividad poco atendida; esto podemos comprobarlo al comparar diversos soportes como los que se ilustran (ver imágenes 34 y 35), se observa como las posibilidades del lenguaje visual se ven poco trabajadas y, por el contrario, son relativamente menores las veces que se experimenta con la forma y configuración de las propuestas gráficas.

Imagen 34 (Arriba p.78)

Boletos y folletos de mano impresos
Londres, 2014.
Ingrid García

Imagen 35 (Abajo p.78)

Boletos y folletos de mano impresos
España, 2014.
Ingrid García



La aportación que tiene el lenguaje visual en el diseño de una exposición debiera ser igualmente atendida y reflexionada, como se hace con el resto de recursos presentes en el discurso expositivo. Es por esto que desarrollar una metodología de evaluación para un montaje expositivo persigue ser una herramienta que permita conocer el funcionamiento de las propuestas realizadas.

Implementar una tarea de este tipo, permite sacar a la luz información nueva sobre las necesidades del visitante, pero a la vez remarcar otro tipo de datos que no han sido atendidos. Respecto a esto, el desarrollo tecnológico es un aspecto que ha afectado la actividad del diseño gráfico, pensar en la utilización de los nuevos equipos, programas o medios para el desarrollo y presentación de contenidos es información que puede ser atendida gracias a la evaluación de las propuestas.

Diseñadores de exposiciones deben prestar más atención al proceso de diseño, ya que de ello dependerá la selección de medios electrónicos, mobiliario, luminarias, y otros elementos necesarios, debido a que éstos tienen gran repercusión en el discurso expositivo, por lo que se recomienda recurrir a la realización de pruebas tempranas que nos alejen del error.

Estos tienen una gran influencia sobre la conveniencia, es probable que sea al azar y sin sentido, o activa la atención y enfocada. Hay maneras económicas que permiten la prueba temprana y corrección de tales problemas. Metodologías como la evaluación formativa proporcionan al personal del museo procedimientos sencillos y de bajo costo para la realización de maquetas de componentes para exposiciones potenciales, tales como texto, imágenes, colocación y formatos interactivos (Screven, 1994).

La cantidad de elementos que se configuran para la creación de una propuesta gráfica nos muestra su complejidad, por lo que se vuelve necesario enfocar la atención en cada uno de los aspectos que la conforman, no solamente es texto, color y forma; lo que puede obtener a partir de las intenciones del discurso inicial se logrará por la selección adecuada de forma, color, técnica, composición, entre otros elementos que en conjunto contribuyen a la construcción de un mensaje, lo que obtendremos con esto es que los mensajes sean más asequibles a los públicos.

Hemos mencionado repetidamente que la exposición se conforma bajo una serie de objetivos previamente establecidos, pero si estos no se revisan con detenimiento no se puede asegurar que se cumplan de la mejor manera; es entonces cuando la función de la evaluación toma importancia, debido a que permite ordenar y constatar si las propuestas han funcionado.

2.2 Propuesta metodológica de evaluación

2.2.1 Argumentación de método de investigación

Partiendo de los planteamientos de autores como Juan Luis Álvarez, Fewan Urgell, Cristina Pou y Luz del Carmen Vilchis, así como las investigaciones realizadas por el grupo de investigación DIGEHS, podemos establecer que la investigación cualitativa se caracteriza por ser flexible, es decir, brinda la posibilidad de utilizar métodos y recursos que se adaptan a partir de las interrogantes que hayan sido planteadas, además en algunas ocasiones permite el replanteamiento de éstas, por lo

que se dice que el modelo se construye y continuamente se reconstruye. Para abordar los objetos de estudio ya sean personas, escenarios u otros, suelen ser tomados en cuenta muchos de los referentes del pasado y del contexto más próximo, *"...para la perspectiva fenomenológica y, por lo tanto, para la investigación cualitativa resulta esencial experimentar la realidad tal como otros la experimentan."* (Álvarez, 2003, p. 25).

Aunque se considera esencial que el investigador sea empático con el objeto de estudio, su opinión debe ser lo más objetiva, es decir, tratar de ver al objeto de estudio sin prejuicios, evitando la realización de cualquier tipo de suposición en la interpretación de datos y en el desarrollo de la investigación.

Una característica importante de la investigación cualitativa es que el entorno donde se realiza la investigación posee las condiciones reales del ambiente, no es propio de esta categoría recrear entornos, por tanto la información que se recoge proviene del mismo momento del cual participa el objeto de estudio. Así mismo los instrumentos y técnicas utilizadas están diseñados para llevar a cabo el análisis objetivo de la información.

El tratamiento que se da a la información obtenida a partir de la investigación cualitativa parte de la visión de que cualquier tipo de opinión o fuente informativa es de sumo valor y merece ser tomada en cuenta. Una de las posibilidades de la investigación es que nos permite obtener información que desde otro enfoque sería imposible conocer, *"...el investigador cualitativo obtiene un conocimiento directo de la vida social, no filtrada por conceptos, definiciones operacionales ni escalas clasificatorias."* (Álvarez, 2003, p. 26).

Joan Santacana (2014) ha planteado que cuando utilizamos métodos cuantitativos la información obtenida suele estar enmarcada en determinados referentes o conceptos preestablecidos que anulan la posibilidad de conocer otras perspectivas sobre un tema, sin embargo, los métodos cualitativos permiten conocer al objeto de estudio en lo individual enmarcado dentro de un contexto social, que le permite dar respuestas que tienen que ver consigo mismo. El objetivo de la investigación cualitativa es conocer la subjetividad, por tanto pensar en generalizarse sería ir en contra de su propia naturaleza.

Antes mencioné la flexibilidad que posee la investigación cualitativa, afirmé esto en el sentido de que los métodos que se implementan para realizar este tipo de investigación no suelen ser homogeneizados, por el contrario existe la posibilidad de construir herramientas propias de estudio, que si bien algunas veces se retoman de otros modelos, se busca que el nuevo instrumento que se está proponiendo se ajuste y cumpla mayormente con las expectativas que buscan ser estudiadas.

Respecto a la validez, confiabilidad y muestra de la investigación, se recurre a lo que se ha planteado como triangulación (Álvarez, 2003) ya sea de métodos o investigadores. Lo que se busca es la confrontación y verificación de los resultados obtenidos; aunque algunos de los autores revisados apoyan esta propuesta, también existen los que están en desacuerdo, ya que lo encuentran más cercanos a los métodos cuantitativos, sin embargo, lo que se obtiene de esto en investigación cualitativa es el enriquecimiento de la información y resultados.

La validez, se relaciona con la observación de la realidad que se desea conocer; sobre la confiabilidad, la investigación cualitativa lo aborda distinto a la cuantitativa, no se pretende obtener estrictas mediciones que sean comparables entre sí, por tanto su equivalente es la interpretación de los datos; y finalmente, la muestra es el factor que permite obtener los resultados. La muestra, en investigación cualitativa no es determinante, la representatividad de la muestra será igual de valiosa que un grupo pequeño o uno extenso, así con un solo estudio de caso o varios.

2.2.2 Análisis exploratorio para la propuesta de comunicación gráfica de exposiciones de arte moderno y contemporáneo

En el desarrollo de la presente investigación, que se enmarca dentro de la investigación cualitativa, se eligió hacer uso de esta categoría por su condición de búsqueda de la subjetividad, para con su uso poder explicar y comprender los significados que el ser humano y/o los grupos sociales construyen en torno a los montajes expositivos. En este caso específico aquellos significados que están relacionados a la propuesta de comunicación gráfica, que se realiza para un proyecto expositivo de arte moderno y contemporáneo.

Enseguida describo el marco de referencia que me permitió interpretar el objeto de estudio partiendo del fenómeno en si mismo, la investigación se enmarca en el contexto de los equipamientos culturales de arte moderno y contemporáneo, que tienen la condición de generar propuestas gráficas para sus exposiciones.

Los factores que se tomaron en cuenta fueron la temporalidad en la que está ocurriendo el evento, en tal caso la exposición; la espacialidad, la interacción con el espacio, el visitante y todo lo referente al equipamiento y sala de exposición; la corporalidad, lo que se ha descrito como el cuerpo vivido, es decir, de quien realiza la visita y finalmente la relación con el mundo de quien ha vivido la experiencia. La visión fenomenológica presta mucha atención a la experiencia que se vive, una vez que se tiene contacto con algún objeto, persona, evento o circunstancia.

Desde la perspectiva de Álvarez (2009) es propio tomar en cuenta todo lo relativo al contexto de quien se estudia, no solo presta atención a la experiencia del presente inmediato sino que suma a esto la referencia de lo vivido, por lo tanto los contextos son determinantes para la comprensión de algo, los comportamientos y opiniones de lo que se estudia siempre estarán en estricta relación del contexto.

Si relacionamos esta condición con la práctica del diseño y la comunicación visual, evaluar una propuesta gráfica, desde la experiencia, tendrá la intención de explorar la memoria y conocer el significado que existe y se construye con relación a la propuesta gráfica que se está consumiendo, elaborar herramientas que nos permitan indagar en los referentes que influyen y determinan las experiencias vividas es la posibilidad de conocer como determinada persona se relaciona con un fenómeno y la pertinencia de éste.

A pesar de que la intención del investigador debe ser imparcial y debe evitar condicionar de alguna manera la búsqueda de información, no se puede ignorar el hecho de que en repetidas ocasiones el inicio de un proyecto de investigación proviene del interés o experiencia personal del investigador, sin embargo, para ser congruentes y objetivos, lo que el investigador debe procurar es dirigir los cuestionamientos a terceras personas que se encuentran relacionados con el objeto de estudio. Lo que explico busca conocer el significado de lo que representa la experiencia vivida de quienes producen y consumen una propuesta gráfica.

La interpretación de la información que se obtuvo, consistió en realizar la lectura, reflexión y transcripción de los datos, posteriormente el investigador seleccionó los comentarios, opiniones y datos para ser organizados por categorías de semejanza, lo que permitió llegar a las conclusiones.

2.2.3 Planteamiento del método

Los instrumentos o técnicas de la investigación: Observación, Grupo de discusión y Entrevista.

La metodología que se planteó para llevar a cabo el análisis exploratorio en términos generales está conformada por distintos métodos de estudio que pretenden ser contrastados en conjunto para posteriormente obtener resultados finales. Los tres métodos fueron la observación, haciendo uso de dos fichas de evaluación, la realización de un grupo de discusión y finalmente una entrevista a los gestores del proyecto, esta última etapa no fue posible llevarla a cabo por motivos de tiempo.

2.2.4 Desarrollo de la propuesta metodológica de evaluación

Primera etapa del proyecto. Metodología A

Antes de comenzar a desarrollar cada uno de los métodos utilizados y su proceso de trabajo, resulta indispensable hablar del antecedente que he venido utilizando hasta antes del ajuste final de metodología. Hablar de esto es un ejemplo de las necesidades que continuamente presentan los proyectos de investigación, es decir, la urgencia de replantear los instrumentos de trabajo con el objetivo de obtener información objetiva que permita el acercamiento y estudio de un fenómeno.

El presente proyecto ha sido formulado por una primera propuesta de método, la cual se describirá a continuación, y una segunda propuesta que le permitió mejorar en función de los objetivos que se habían planteado. Enseguida se presentan las características generales de los respectivos métodos, para una mayor comprensión del desarrollo del proyecto y de las técnicas de investigación denominaremos Metodología A, a la primera propuesta, y Metodología B, a la propuesta final, donde esta última, tuvo distintas etapas de mejoramiento.

Es importante resaltar que ambas metodologías fueron implementadas en contextos distintos, por tanto el grado de desarrollo de una con respecto a otra se vio condicionada por la accesibilidad que existe de desarrollar investigación en México en relación con otras ciudades fuera del país. Sin embargo, la Metodología B, busca ser universal con el fin de ser implementada y adaptada a los condicionamientos de cualquier espacio, entre ellos los espacios culturales de México.

Desde un inicio el proyecto se hizo desde la visión de la investigación cualitativa, sin embargo, la única técnica que se estaba utilizando para el desarrollo del proyecto era la observación mediante el registro fotográfico; con el archivo gráfico se vaciaba la información en tablas comparativas que permitieron reconocer similitudes y diferencias entre materiales, así como en técnicas compositivas y de producción de las propuestas gráficas. A pesar de que la información recolectada es valiosa en términos de registro, no era considerada un instrumento lo suficientemente útil para conocer el funcionamiento y la interpretación que se realizan los visitantes de exposiciones de estos mensajes gráficos.

En la búsqueda de la opinión de los visitantes para la Metodología A se creyó pertinente realizar pequeñas encuestas fuera de los espacios culturales estudiados, el documento constaba de ocho preguntas que dirigían la atención meramente a los soportes gráficos que el visitante había encontrado dentro de la sala, para conocer su opinión sobre éstos. En un intento de ir de lo general a lo particular las preguntas se desarrollaron de la siguiente manera (ver imagen 35).

Maestría en Diseño y Comunicación Visual, FAD -UNAM

Edad: _____ **Sexo:** _____
Ocupación: _____

Estudiando
Expo
Expo
Expo
 exposiciones

► **INSTRUCCIONES:** Marca con una X tus respuestas

1. ¿Tu visita a los museos es?

Muy frecuente Frecuente Poco frecuente Nula

2. ¿Cuál (es) exposiciones visitaste?

3. ¿A través de que medio te enteraste de la exposición (es)?

Comercial en tv o radio Periodico Sitio web del museo Publicidad al exterior del museo
 Redes sociales Revista Folleto Otro ¿cuál?







4. Los soportes gráficos apoyaron tu visita a la exposición (es)*

Sí No

¿Por qué?

* NOTA: Los soportes gráficos (apoyos visuales) son objetos que contienen algún tipo de información, casi siempre son imágenes y textos que son distribuidos en distintos puntos dentro y fuera del museo; tienen como fin apoyarte en tu visita.

5. Tacha el o los soportes gráficos que te apoyaron en tu visita

sitio web folleto cartel señalización textos informativos interactivos

6. ¿Cómo consideras que es la propuesta visual de los soportes gráficos?

Atractiva Poco atractiva
 Legible No legible

7. Los soportes gráficos están:

Bien iluminados Mal iluminados
 Bien ubicados Mal ubicados

Imagen 36
 Cuestionario de Metodología A
 México, 2014.
 Ingrid García

Las dificultades que este instrumento de investigación enfrentó y mostró fueron de varios tipos: la poca disponibilidad de visitantes en los centros culturales para realizar las encuestas, la poca disponibilidad de la institución de brindar el apoyo a la investigación, por tanto cuando se hace uso de este tipo de instrumentos la representatividad de la muestra sí es determinante, ya que a partir de esto se puede afirmar que el estudio tiene validez y en una ciudad como el Distrito Federal, con gran cantidad de habitantes, la información que pudo ser recolectada no resultó lo suficientemente significativa.

En segundo nivel, y considero mucho más importante que el aspecto anterior, consistía en que la opinión del visitante que se obtenía a través de estas preguntas nuevamente fue muy escasa y limitada para el estudio y conocimiento de lo que la comunicación gráfica representa y significa a los visitantes. Bajo los condicionamientos de públicos pequeños y con poca disponibilidad de tiempo la realización de preguntas abiertas fue descartada, por tanto la información que se obtuvo fue solo un acercamiento.

La información recolectada fue valiosa, sin embargo, no fue un instrumento lo suficientemente útil para analizar el funcionamiento e interpretación que realizan los visitantes de los mensajes gráficos, los gestores culturales y diseñadores de exposiciones. *Se recomienda revisar el ANEXO III. Proceso del trabajo, Metodología A.*

Toda esta primera etapa y la implementación de la Metodología A en México, representaron el antecedente que permitió el reconocimiento de deficiencias del método y sirvió de guía para la elaboración de los instrumentos para la Metodología B. Un aspecto que debe ser señalado como un error de la visión subjetiva del investigador fue que en la Metodología A en el afán de profundizar en la propuesta de los soportes gráficos, éstos fueron aislados y estudiados como elementos independientes, por tanto se perdió de vista el contexto que los contenía, pues se estaba realizando el estudio en contra de la propia naturaleza del quehacer museográfico.

Cuando afirmo que se estaba yendo en contra de las características de la propia disciplina museográfica, me refiero que ésta construye su discurso con la participación de otras disciplinas y elementos compositivos, como es la colección, la arquitectura, la iluminación, el mobiliario, la disposición espacial, la difusión, el discurso didáctico, entre otros, por ello, no se puede realizar un estudio individualizado si se busca una interpretación íntegra de la exposición. En la Metodología B el enfoque siguió siendo la propuesta de comunicación gráfica, sin embargo, los instrumentos diseñados también dirigieron su atención a la relación que tiene la propuesta gráfica con el resto de los lenguajes y elementos que están participando.

Al buscar que los objetivos del proyecto se cumplan, y que los resultados que se obtengan sean significativos más allá de una mera descripción y apreciación estética de propuestas visuales, se dirigió el estudio desde el planteamiento del soporte gráfico como medio responsable de contener y transmitir un mensaje. Es cierto que en comunicación gráfica el tema del gusto y placer visual es determinante, sin embargo, cuando una propuesta se realiza como recurso de mediación entre un contenido y un visitante, las categorías de estudio deben ir más allá de sus posibilidades estéticas.

Hasta el momento se han mencionado dos momentos significativos en los cuales se ha desarrollado la investigación, sin embargo, resulta necesario adentrarnos un poco en las características y el contexto de estas dos etapas. La investigación se inicia en la Ciudad de México a finales del año 2013, teniendo como principales centros de estudio los museos: Museo de Arte Carrillo Gil, Museo Universitario del Chopo y, finalmente, el Centro Cultural de España en México.

Haber seleccionado estos tres espacios y trabajarlos a partir de un método comparativo, principalmente se debió a que son equipamientos que tienen un punto de coincidencia, es decir, exponen o albergan colecciones temporales de arte, pertenecientes al período moderno y contemporáneo. Sin embargo, a pesar de esta similitud, son espacios que día a día, por sus actividades y desenvolvimiento en la sociedad, tienen características que los hacen distintos entre sí.

Enseguida se describe el perfil de cada uno de estos equipamientos, así como la interpretación de datos que se obtuvo tras la implementación de la Metodología A.

EQUIPAMIENTO 1. México, Ciudad de México

NOMBRE DEL EQUIPAMIENTO	CARÁCTER DE LA INSTITUCIÓN	TIPOLOGÍA	SERVICIOS	DATOS IMPORTANTES
<p>Museo de Arte Carrillo Gil, MACG</p> <p>Av. Revolución 1608, esquina Altavista, Col. San Ángel Delegación Álvaro Obregón, México, Ciudad de México.</p>	<p>Adscrito al Instituto Nacional de Bellas Artes, INBA.</p> <p>Acceso con pago. * Entrada libre para estudiantes y profesores con credencial vigente, niños menores de 12 años y personas afiliadas al INAPAM. Domingo, entrada libre para todo público.</p>	<p>Museo de arte moderno y contemporáneo.</p> <p>Colección exhibida: Pintura, grabado, litografía, serigrafía, collage, dibujo, fotografía, instalación, arte objeto, libro de artista, escultura y video.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exposiciones temporales, • Biblioteca especializada en arte contemporáneo, • Centro de documentación, • Área de producción, grabación y proyección de video, • Servicios educativos, • Guardarropa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Edificio diseñado para ser un museo, • Inaugurado en el año de 1974 • La Colección consta de 1,775 piezas, • 1,417 pertenecientes al acervo privado del Dr. Carrillo Gil, • 358 forman la colección de arte contemporáneo, • Sitio para la investigación y experimentación, • Programa Bancomer-MACG.

RESUMEN de actividades realizadas en el equipamiento

1. Visita y seguimiento de las exposiciones temporales del equipamiento a partir del mes de octubre del año 2013 al mes de agosto del 2014.
2. Levantamiento fotográfico de seis exposiciones:
 - 8 DERIVAS POR LA CIUDAD LIMINAL
 - NOTAS CONTRA NOTAS. UNA EXPOSICIÓN EN TORNTO A JOSÉ CLEMENTE OROZCO
 - LOS EFECTOS A LARGO PLAZO AÚN SON DESCONOCIDOS. BENJAMÍN TORRES
 - LA VOLUNTAD DE LA PIEDRA
 - TRAVESÍAS. LOS VIAJES DE LAS OBRAS MÁS REPRESENTATIVAS DE LA COLECCIÓN
 - SEMBLANZA. CARLOS MÉRIDA, EDUARDO ABAROA, GIACOMO BALLA, JOSEP GUINOVART
3. Encuentro y entrevista con la responsable de Servicios Educativos
4. Realización de encuestas en el mes de julio-agosto.

Nota: La realización de las encuestas corresponde al mismo período de exhibición de las exposiciones Travesías y Semblanza.

EQUIPAMIENTO 2. México, Ciudad de México

NOMBRE DEL EQUIPAMIENTO	CARÁCTER DE LA INSTITUCIÓN	TIPOLOGÍA	SERVICIOS	DATOS IMPORTANTES
<p>Museo Universitario del Chopo</p> <p>Dr. Enrique González Martínez no. 10, Col. Santa María la Ribera Delegación Cuauhtémoc, Ciudad de México.</p>	<p>Adscrito a la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)</p> <p>Acceso con pago, *Descuento del %50 para estudiantes con credencial vigente e INAPAM. Martes y miércoles, entrada libre para todo público.</p> <p>(Museo Universitario del Chopo, 2013).</p>	<p>Museo de arte moderno y contemporáneo</p> <p>Colección exhibida: Pintura, grabado, litografía, serigrafía, collage, dibujo, fotografía, instalación, performance, arte objeto, libro de artista, fanzine, escultura y video.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exposiciones temporales, • Artes escénicas, • Literatura expandida, • Centro de información, • Mediateca, • Cinematógrafo, • Talleres, • Servicios educativos, • Guardarropa, • Tienda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Edificio adaptado para ser museo, • Inaugurado en el año de 1913 como el Museo de Historia Natural, • 1929 queda bajo el resguardo de la UNAM, • 1975 se inaugura con el nombre del Museo del Chopo • Dirigido a albergar expresiones jóvenes y experimentales en torno al Arte de vanguardia, • 2007 - 2006, período de remodelación, al servicio de los nuevos requerimientos de las colecciones contemporáneas.

RESUMEN de actividades realizadas en el equipamiento

1. Visita y seguimiento de las exposiciones temporales del equipamiento a partir del mes de Marzo del año 2014 al mes de agosto del 2014.
2. Levantamiento fotográfico de exposiciones:
 - BODY BLEND TRADE CULTURE. DEBORA DELMAR CORP.
 - JARDÍN NUCLEAR. JOSÉ MARÍA RUBIO
 - SEXO, DROGAS, ROCK & ROLL. ARTE Y CULTURA DE MASAS EN MÉXICO, 1971 – 1963
 - EN EL UMBRAL (y sólo a unos pasos de la dimensión sublime de la belleza).
3. Realización de encuestas en el mes de julio-agosto.

Nota: La realización de las encuestas corresponde al mismo periodo de exhibición de la exposición: En el umbral

EQUIPAMIENTO 3. México, Ciudad de México

NOMBRE DEL EQUIPAMIENTO	CARÁCTER DE LA INSTITUCIÓN	TIPOLOGÍA	SERVICIOS	DATOS IMPORTANTES
<p>Centro Cultural de España en México</p> <p>Pasaje cultural Guatemala -18Donceles 97 Colonia Centro Delegación Cuauhtémoc México, Ciudad de México.</p>	<p>Adscrito a la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)</p> <p>Acceso sin pago.</p>	<p>Centro cultural enfocado a la producción artística y cultural iberoamericana</p> <p>Colección exhibida: Pintura, grabado, litografía, serigrafía, collage, dibujo, fotografía, instalación, performance, arte objeto, libro de artista, fanzine, ilustración, escultura y video.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exposiciones temporales, • Museo de sitio, • Mediateca, • Lab/Radio-Tv, • Sala de lecturas, • Prácticas educativas informales (talleres, clínicas, revisión de portafolios, seminarios, laboratorios, etc.), • Cafetería y restaurantes, • Guardarropa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Edificio adaptado para funcionar como centro cultural, • Inaugurado en el año 2002, • Cuenta con una galería cerrada y tres espacios abiertos para exhibición, • Cooperación cultural con instituciones públicas, organizaciones privadas, organizaciones no gubernamentales, actores culturales independientes y sociedad civil, • Cooperación para la gestión sostenible y divulgación del patrimonio material e inmaterial, especialmente de la memoria común de México y España.

RESUMEN de actividades realizadas en el equipamiento

1. Visita y seguimiento de las exposiciones temporales del equipamiento a partir del mes de abril del año 2014 al mes de agosto del 2014.
2. Levantamiento fotográfico de cuatro exposiciones:
 - BECA ADIDAS BORDER. TERCERA EDICIÓN
 - MEMORIAS VIVAS. BRIGADAS INTERNACIONALES, DE ADRIÁN BODEK
 - FINI. FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN
 - "INFANCIA" DE ISABEL MUÑOZ
3. Realización de encuestas en el mes de julio-agosto.

Nota: La realización de las encuestas corresponde al mismo período de exhibición de las exposiciones FINI e Infancia.

Interpretación de resultados

INTERPRETACIÓN DE DATOS DE CUESTIONARIOS REALIZADOS EN EL MUSEO DE ARTE CARRILLO GIL.

Condiciones de la muestra: Cuestionarios realizados el fin de semana del 22 y 23 de septiembre del año 2014, en el horario de 13 a 16 horas.

Número de participantes: 15 adultos

Tablas de resultados, cuestionario de adultos

RANGO DE EDAD	RESULTADOS
15,20	8
20,30	4
30,40	2
40,50	1
50 y más...	-

SEXO	RESULTADOS
Femenino	7
Masculino	8

OCUPACIÓN	RESULTADOS
Estudiante	7
Profesionista	5
Oficio	-
Otro	1
No informa	2

¿Tu visita al museo es frecuente?	RESULTADOS
Muy frecuente	4
Frecuente	8
Poco frecuente	3
Nula	-

Nombre de exposición	RESULTADOS
Expo 1 SEMBLANZA. CARLOS MÉRIDA, EDUARDO ABAROA, GIACOMO BALLA, JOSEP GUINOVRT	1
Expo 2 TRAVESÍAS. LOS VIAJES DE LAS OBRAS MÁS REPRESENTATIVAS DE LA COLECCIÓN	6
AMBAS	9

¿A través de qué medio te enteraste de la (s) exposición (es)?	RESULTADOS
Comercial tv o radio?	-
Redes sociales	1
Periódico	-
Revista	-
Sitio web del equipamiento	1
Folleto	1
Publicidad al exterior del museo	3
Otro ¿cuál? * VER EN CONCLUSIONES	8

Los soportes gráficos apoyaron tu visita a la (s) exposición (es).	RESULTADOS
Sí	12
No	3

* Reinterpretación del ¿por qué? Mediante categorías del mensaje	RESULTADOS
Informativo	8
Ilustrativo	1
Didáctico	1
Interpretativo	-
Difusión	3

Selecciona el o los soportes gráficos que te apoyaron en tu visita	RESULTADOS
Sitio web	1
Folleto	8
Cartel	3
Señalización	3
Cedularios	11
Interactivos	1

¿Cómo calificarías la propuesta visual de los soportes gráficos?	RESULTADOS
Atractiva	10
Poco atractiva	5

¿Cómo consideras que es la propuesta visual de los soportes gráficos?	RESULTADOS
Atractiva	12
Poco atractiva	3

Los soportes gráficos están:	RESULTADOS
Atractiva	8
Poco atractiva	7

Los soportes gráficos están:	RESULTADOS
Atractiva	12
Poco atractiva	3

CONCLUSIONES

Sobre el medio de difusión...

Lo que las respuestas señalan en relación al medio de difusión de la exposición, la gran mayoría ha seleccionado la opción otro, y al pedir que definan ¿cuál? las respuestas que más se señalaron fueron: escuela, visitante frecuente, recomendación de amigos, estamos hablando así de la presencia del boca a boca y del visitante cautivo con el que cuenta el Museo de Arte Carrillo Gil.

Sobre el soporte gráfico...

Cuando se le pidió al visitante que explicara ¿por qué? los soportes gráficos le habían sido útiles o no en su visita a la (s) exposición (es); las respuestas dejan ver que se consideran a estos soportes como recursos explicativos y complementarios de la exposición. Y en menor medida se mencionó que estos soportes fueron de poca ayuda o poco atractivos.

Se le da gran importancia a la presencia de la señalización como recurso de orientación, en esta pequeña muestra se evidencia, la inclinación del visitante a realizar la lectura de los textos informativos y de la folletería proporcionada por el equipamiento.

En conclusión podemos afirmar que el MACG es mayormente visitado por un público especializado, en su mayoría jóvenes estudiantes y profesionistas interesados en las muestras, sin embargo, también se ejemplifica la poca funcionalidad de los medios de difusión que el museo ofrece a sus públicos.

Comentarios proporcionados por los visitantes sobre los soportes gráficos: interactivos, explicativos, medios ilustrativos, atractivos, de poca ayuda, poco intuitivos, causan interés.

INTERPRETACIÓN DE DATOS DE CUESTIONARIOS REALIZADOS EN EL MUSEO UNIVERSITARIO DEL CHOPO

Condiciones de la muestra: Cuestionarios realizados el fin de semana 15 y 16 de septiembre del año 2014, en el horario de entre 13 y 14 a 17 horas.

Número de participantes: 11 adultos

Tablas de resultados, cuestionario de adultos

RANGO DE EDAD	RESULTADOS
15,20	3
20,30	7
30,40	-
40,50	1
50 y más...	-

SEXO	RESULTADOS
Femenino	6
Masculino	5

OCUPACIÓN	RESULTADOS
Estudiante	3
Profesionista	5
Oficio	-
Otro	1
No informa	2

¿Tu visita al museo es frecuente?	RESULTADOS
Muy frecuente	2
Frecuente	4
Poco frecuente	4
Nula	1

Nombre de exposición	RESULTADOS
Expo 1 EN EL UMBRAL	11
NO APLICA	0
AMBAS NO APLICA	0

¿A través de qué medio te enteraste de la (s) exposición (es)?	RESULTADOS
Comercial tv o radio?	-
Redes sociales	1
Periódico	1
Revista	-
Sitio web del equipamiento	2
Folleto	2
Publicidad al exterior del museo	1
Otro ¿cuál? * VER EN CONCLUSIONES	5

Los soportes gráficos apoyaron tu visita a la (s) exposición (es).	RESULTADOS
Sí	10
No	1

* Reinterpretación del ¿por qué? Mediante categorías del mensaje	RESULTADOS
Informativo	8
Ilustrativo	1
Didáctico	1
Interpretativo	-
Difusión	3

Selecciona el o los soportes gráficos que te apoyaron en tu visita	RESULTADOS
Sitio web	2
Folleto	6
Cartel	3
Señalización	8
Cedularios	6
Interactivos	-

¿Cómo calificarías la propuesta visual de los soportes gráficos?	RESULTADOS
Atractiva	4
Poco atractiva	7

¿Cómo consideras que es la propuesta visual de los soportes gráficos?	RESULTADOS
Atractiva	9
Poco atractiva	2

Los soportes gráficos están:	RESULTADOS
Atractiva	7
Poco atractiva	4

Los soportes gráficos están:	RESULTADOS
Atractiva	9
Poco atractiva	2

CONCLUSIONES

Sobre el medio de difusión...

Lo que las respuestas señalaron en relación al medio de difusión de la exposición, fueron que la gran mayoría seleccionó la opción otro, y al pedir que definan ¿cuál? las respuestas que más se señalaron fueron: escuela, recomendación de amigos, estamos hablando así de la presencia del boca a boca principalmente por actividad educativa o social, aunque la diferencia no es abismal en relación con el MACG, los usuarios han mencionado otros medios de comunicación.

Sobre el soporte gráfico...

Cuando se le pidió al visitante que explicara ¿por qué? los soportes gráficos le habían sido útiles o no en su visita a la exposición (es) las respuestas dejan ver que se consideran a estos soportes como recursos complementarios de la exposición, el detalle es que utilizan las expresiones “guías” y “breves explicaciones”.

Nuevamente se le da importancia a la presencia de la señalización como recurso de orientación, en esta ocasión se muestra mayor diversificación en el uso de los soportes gráficos, otorgándole mayor valor a la presencia de la señalización.

En conclusión podemos afirmar que el Museo Universitario del Chopo es mayormente visitado por un público en su mayoría jóvenes-adultos asistentes a las muestras por algún tipo de recomendación, quienes requieren la utilización de más recursos para complementar su visita en el equipamiento, sobra mencionar la poca funcionalidad de los medios de difusión que el museo ofrece a sus públicos. En este muestreo predomina un público frecuente y poco frecuente a realizar visitas a museos.

Comentarios proporcionados por los visitantes sobre los soportes gráficos: complementa los significados de las obras, ilustran, guías, explicativos, señalización a través del folleto, muestran nuevos conceptos, explicaciones breves.

INTERPRETACIÓN DE DATOS DE CUESTIONARIOS REALIZADOS EN EL CCEM
(Centro Cultural de España en México)

Condiciones de la muestra: Cuestionarios realizados el fin de semana 8 y 9 de septiembre del año 2014, en el horario de 12 a 15 horas.

Número de participantes: 6 adultos y 3 niños

Tablas de resultados, cuestionario de adultos

RANGO DE EDAD	RESULTADOS
15,20	-
20,30	1
30,40	4
40,50	-
50 y más...	1

SEXO	RESULTADOS
Femenino	3
Masculino	3

OCUPACIÓN	RESULTADOS
Estudiante	1
Profesionista	3
Oficio	-
Otro	1
No informa	1

¿Tu visita al museo es frecuente?	RESULTADOS
Muy frecuente	'
Frecuente	2
Poco frecuente	3
Nula	-

Nombre de exposición	RESULTADOS
Expo 1 FINI. FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN	1
Expo 2"INFANCIA" DE ISABEL MUÑOZ	3
AMBAS	2

¿A través de qué medio te enteraste de la (s) exposición (es)?	RESULTADOS
Comercial tv o radio?	1
Redes sociales	-
Periódico	-
Revista	-
Sitio web del equipamiento	1
Folleto	-
Publicidad al exterior del museo	1
Otro ¿cuál? * VER EN CONCLUSIONES	3

Los soportes gráficos apoyaron tu visita a la (s) exposición (es).	RESULTADOS
Sí	6
No	-

* Reinterpretación del ¿por qué? Mediante categorías del mensaje	RESULTADOS
Informativo	5
Ilustrativo	-
Didáctico	-
Interpretativo	-
Difusión	1

Selecciona el o los soportes gráficos que te apoyaron en tu visita	RESULTADOS
Sitio web	-
Folleto	2
Cartel	3
Señalización	1
Cedularios	2
Interactivos	-

¿Cómo calificarías la propuesta visual de los soportes gráficos?	RESULTADOS
Atractiva	5
Poco atractiva	1

¿Cómo consideras que es la propuesta visual de los soportes gráficos?	RESULTADOS
Atractiva	4
Poco atractiva	2

Los soportes gráficos están:	RESULTADOS
Atractiva	5
Poco atractiva	1

Los soportes gráficos están:	RESULTADOS
Atractiva	6
Poco atractiva	-

CONCLUSIONES

Sobre el medio de difusión...

Al ser una muestra pequeña la información puede ser cuestionada, sin embargo, a través de este ejercicio se evidenció la asistencia de niños, lo que nos habla que el equipamiento al ofrecer otro tipo de actividades diferentes a la exposición permite la asistencia de diversos públicos, provocando que los visitantes no expertos recorran las galerías, aunque en algunos de los casos no haya sido la propuesta artística la razón principal de la visita al centro cultural.

Lo que las respuestas dejan ver en relación al medio de difusión de la exposición, es que la gran mayoría han seleccionado la opción otro, y al pedir que definan ¿cuál? las respuestas que más se señalaron fueron: recomendaciones por amigos, escuela, o casualidad, una vez más estamos hablando de la presencia del boca a boca.

Sobre el soporte gráfico...

Cuando se le pidió al visitante que explicara ¿por qué? los soportes gráficos le habían sido útiles o no en su visita a la (s) exposición (es) las respuestas dejan ver que necesitan y consideran a estos soportes gráficos como recursos complementarios para el entendimiento de la exposición. El uso que se hace de los recursos gráficos, no predominan los textos informativos, el uso se encuentra diversificado, lo que nos habla de un público no acostumbrado a leer dentro del equipamiento que visitan, sin embargo, los reconocen y utilizan.

En conclusión podemos afirmar que el Centro Cultural de España en México es mayormente visitado por un público de jóvenes-adultos asistentes a las muestras por algún tipo de recomendación, que requieren hacer uso de más de uno de los recursos proporcionados por el equipamiento para realizar su visita.

Comentarios proporcionados por los visitantes sobre los soportes gráficos: complementos, breves explicaciones, panorama sobre los contenidos, indican lo que está expuesto, ayuda para la comprensión de los contenidos.

2.2.5 Metodología B. Ciudad de Barcelona

Como ya se describió antes la Metodología A se utilizaron los métodos de la observación y el registro fotográfico, los cuales permitieron ir llenando las tablas comparativas; información que posteriormente necesito ser confrontada. A lo largo de este ejercicio que aproximadamente se realizó por un periodo de 8 a 10 meses, la cantidad de material reunido fue vasto, lo que dificultó su análisis.

Aunque resultó ser un método práctico para los objetivos que se perseguían, la Metodología A, al ser un antecedente brindó información que permitió guiar y mejorar los nuevos acercamientos al campo de la investigación. Ejemplo de esto es que se retomaron muchas de las categorías planteadas para el análisis del lenguaje visual, las cuales previamente fueron contempladas al momento de realizar la categorización y registro de las propuestas gráficas en México.

La importancia de mencionar este antecedente, es señalar que las investigaciones que se realizan en comunicación visual en muchas ocasiones no logran atravesar los límites de estudio que les hemos impuesto a los contenidos visuales, reduciendo su estudio a una mera descripción gráfica, poniendo solamente a discusión el criterio estético, negándole al producto de diseño la posibilidad de ser estudiado como un medio de comunicación que está provisto de significado, el cual tiene repercusión en quien lo consume.

Por otro lado, tener en consideración el contexto social en el que estamos desarrollando la investigación no solo impactará en el tipo de materia que estamos estudiando, sino que también condiciona las vías de estudio. En este caso particular el haber cambiado de entorno permitió que la investigación madurara y, por tanto, mejoró.

Esta segunda etapa siempre tuvo la intención de generar una metodología de evaluación que pudiera ser implementada en cualquier contexto y condición social. Fue entonces, bajo estos nuevos planteamientos, que se inició la segunda etapa de la investigación, la cual se desarrolló durante cinco meses en la ciudad de Barcelona durante el año 2014.

Esta nueva etapa, implicó que los objetivos del proyecto se revisaran, lo que desencadenó una serie de modificaciones, como ya se mencionó se propuso el replanteamiento del método de investigación y plan de trabajo. Enseguida se muestra la nueva propuesta metodológica.

1. TÍTULO

Análisis exploratorio de la propuesta de diseño y comunicación visual en exposiciones temporales de arte moderno y contemporáneo en la ciudad de Barcelona, España.
Estudios de caso

2. OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Hallar una metodología adecuada para evaluar el diseño de exposiciones de arte moderno y contemporáneo.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

Elegir equipamientos significativos,
Documentar estrategias de diseño implementadas en las exposiciones visitadas,
Reconocer tendencias de diseño,
Valorar la incidencia de las propuestas del extranjero en exposiciones de la Ciudad de México,
Complementar apartados del índice del documento final (tesis),
Consultar bibliografía no disponible en México

3. METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

- 3.1 Estado del arte
- 3.2 Metodología de observación
 - Mediante check list*
- 3.3 Metodología evaluativo cualitativo
 - Grupo de discusión*
 - Entrevista*

4. TRABAJO DE CAMPO

- 4.1 Realización de cronograma
- 4.2 Evaluación del equipamiento 1
- 4.3 Evaluación del equipamiento 2
- 4.4 Evaluación del equipamiento 3
- 4.5 Grupo de discusión
- 4.6 Entrevista

5. RESULTADOS

- 5.1 Redacción de conclusiones finales

A partir de este plan de trabajo, se logró establecer un método para llevar a cabo un análisis exploratorio; éste consistiría en la triangulación de diversas técnicas de investigación para obtener datos y, posteriormente, interpretarlos. Al igual que en la Metodología A, la observación sigue siendo una herramienta indispensable, sin embargo, esta vez se desarrolló y añadió un instrumento que le permitió ser más sistemática y propositiva. En concreto se diseñaron dos tipos de fichas de evaluación que funcionaron como guías para orientar la observación, más adelante describo su pertinencia y uso.

Para la implementación de la Metodología B, el tipo de observación seleccionada fue la no participante, el objetivo sería entonces observar al fenómeno en su funcionamiento normal, a través de este recurso se estudiaría tanto al equipamiento como a la propuesta de comunicación gráfica.

La utilización de esta técnica se planteó para ubicar al investigador de forma externa al fenómeno estudiado, los niveles de integración que se previeron en relación a la investigación fueron de gestión para la obtención de la información.

Por tanto, para guiar la observación se generaron los formatos o fichas de evaluación, éstas retomaron del instrumento de estudio llamado check list u hoja de verificación sus principales planteamientos de configuración, pero ¿Por qué, este formato? El *check list* es una herramienta que brinda la posibilidad de reunir datos de un proceso de forma sistemática y ordenada con el objetivo de detectar tendencias positivas o deficientes sobre un producto o servicio, además de que la recopilación de datos brinda la posibilidad de crear registros que pueden ser analizados y/o comparados en un tiempo futuro.

La primera propuesta generada de *check list* toma como referencia una propuesta realizada con anterioridad para llevar a cabo la evaluación de las salas bingo.⁶ Del formato ya establecido se retomaron los criterios de organización y algunos conceptos de evaluación. La pertinencia de retomarlo se debió al nivel de detalle y sistematización del instrumento, éste permite adentrarse y evaluar puntualmente el funcionamiento de cada uno de los elementos que participan en este tipo de servicios, quienes apuestan por la realización de estos análisis pretenden conocer los niveles de calidad y funcionamiento prestando atención al mínimo detalle y lograr con esto un conocimiento global del servicio.

Partiendo de la referencia del check list se construyeron dos nuevos instrumentos de investigación, la *Ficha Universal de Evaluación de Equipamientos Culturales* (FUEEC) y la *Ficha de Análisis para Soportes Gráficos*. Lo que se lograría con la aplicación de estas dos fichas sería tener un panorama mucho más integral sobre el fenómeno estudiado, debido a que un equipamiento está conformado a través de la interconexión de muchos elementos, por tanto, el diseño y la comunicación visual son variables dependientes del resto de los elementos presentes en un equipamiento, estudiarlos de forma aislada sería ir en contra de la propia naturaleza del espacio expositivo.

Entonces, para la primera ficha se incluyeron todos los elementos que conviven en este tipo de espacios expositivos, y que en conjunto contribuyen a la experiencia del visitante, como ya se mencionó fue necesario tomar en cuenta las diversas variables que rodean a un montaje museográfico, por mencionar algunos, el edificio, la zona de admisión, los servicios generales, la difusión, entre otros. Fue necesario señalar cada de uno de los elementos para poder identificar cómo es su funcionamiento, a través de la valoración.

Ahora bien para la segunda ficha, se concentró toda la información necesaria para evaluar un soporte gráfico, en ésta se incluyeron todos los elementos que participan y configuran una propuesta visual; es necesario mencionar que esta última ficha para ser estructurada tomó en cuenta conceptos utilizados por los estudiosos del lenguaje visual como María Acaso (2012), y así mismo

⁶ La técnica del check list es usada normalmente por las agencias de evaluación de servicios e instalaciones comerciales y se aplica a hoteles, complejos residenciales, salas de fiesta, bingos y otros espacios públicos de carácter lúdico, comercial o residencial. La idea de utilizar un modelo de check list usado por los analistas de bingos fue a causa de que en estas instalaciones se intenta evaluar la totalidad de los servicios sin excluir nada, y por ello podía ser reaplicado en nuestro caso con algunas correcciones adaptativas, el modelo de check list nos fue proporcionado por el departamento de psicología de la Universidad de Barcelona y corresponde al modelo en uso a lo largo de la anualidad 2014.

retomó de la semiótica las categorías de estudio de la semántica, la sintáctica y la pragmática. Permitiendo con esto el análisis del mensaje contenido en cada soporte gráfico.

Una vez estructuradas las fichas de evaluación se pasó a hacer uso de ellas, respecto a la utilización de las fichas, una vez seleccionado el equipamiento se debe implementar la FUEEC y posteriormente generar una *Ficha de Análisis para Soportes Gráficos* por cada uno de los soportes existentes en la propuesta expositiva. Lo que se pretendió fue que el formato se implementara por especialistas del diseño y la comunicación visual, sin embargo, para su fácil comprensión, se establecieron criterios sencillos de reconocimiento –si y no– así, como valores de opinión –excelente, bueno y malo–. Y en caso de ser necesario, los formatos permiten incluir comentarios u observaciones sobre cada uno los conceptos registrados.

Como ya se mencionó anteriormente, la evaluación de la propuesta de comunicación gráfica en equipamientos culturales parte del enfoque de pensar la propuesta gráfica en estrecha relación con los otros elementos que construyen el discurso de una exposición y que en conjunto determinan la experiencia del visitante; por tanto planteé un instrumento que sirviera de esquema visual y de complemento a las fichas de evaluación.

La generación de estos instrumentos tiene el objetivo de guiar la observación, prestando interés a cada uno de los elementos que la investigación busca analizar, pero también estos instrumentos nos permiten identificar aquellos conceptos que requieren ser analizados y ser puestos en discusión. Es decir, el método de investigación B, permite que la observación dé lugar a la segunda etapa de indagación, es decir, la generación de un grupo de discusión, para así poder confrontar y validar la información obtenida.

Para la realización de esta segunda etapa retomamos el planteamiento de Jesús Gutiérrez (2008) sobre lo qué es y cómo se lleva a cabo un grupo de discusión. Dicho grupo es una técnica de investigación cualitativa, categorizada en España, como la que permite el intercambio de preguntas y respuestas abiertas sobre un tema planteado previamente, se caracteriza por ser una herramienta que no limita el habla del sujeto, sino por el contrario permite obtener respuestas a profundidad y conocer la subjetividad del individuo al no dar opciones cerradas de respuesta.

Esta técnica retoma gran parte de su dinámica de trabajo de los *grupos de discusión*, herramienta comúnmente utilizada en el marketing, sin embargo, se señala que la perspectiva de varios autores existe una gran diferencia entre ambas técnicas, mientras que el grupo de discusión se genera con la intención de lograr uno o varios objetivos específicos, refiriéndonos con esto a que la dinámica se enfoca en manipular y encaminar la situación, por supuesto el grupo toma en cuenta lo produce por sí solo, es decir, pretende la exploración, contempla y aprovecha las eventualidades que se van dando dentro de la dinámica.

Bajo estas condiciones reafirmo que si nuestra búsqueda pretendía encontrar la subjetividad y estudio de la comunicación gráfica en exposiciones de arte, estamos hablando de la exposición como un fenómeno social, entonces para este proyecto fue preciso partir del enfoque del grupo de discusión. La dinámica de trabajo del grupo consistió en convocar un número limitado de participantes, en promedio de 6 a 12 individuos, cuya finalidad fue hablar sobre el tema de

investigación; se contó con la presencia del investigado, este último cumplió con las funciones de ser el moderador, evita toda actitud dominadora y manipulada para la obtención de la información.

El grupo de discusión es un espacio de integración, donde la individualidad de cada participante es el reflejo de su contexto social, al interactuar juntos desde distintas perspectivas en conjunto reconstruyen el grupo social al que pertenecen. El grupo de discusión invita a tomar en cuenta todas las resistencias e impedimentos de los integrantes, no privilegia ni subestima ningún aspecto de los que se ponen en juego, por ello podemos afirmar que todo es susceptible de ser observado y analizado.

Hasta aquí hemos hablado sobre el desarrollo del método y de las características generales de los instrumentos y técnicas propuestas para la realización de la presente investigación, lo que continúa entonces, es describir cómo se desarrolló e implementó el método de investigación, además de exponer las diversas conclusiones a las que este método permitió llegar con relación a la comunicación gráfica en museos.

Desarrollo del método de investigación

Una vez establecido el nuevo plan de trabajo, fue necesario plantear un cronograma que buscaría ir direccionando el tiempo y el orden de las actividades, a la vez que se trabajaba en este documento fue necesario comenzar la exploración de los espacios que serían estudiados, para lograrlo fue necesario revisar listas de museos de la ciudad y comenzar a visitar los equipamientos y, posteriormente, hacer la selección.

A) Selección de estudios de caso

La selección de estos nuevos espacios se vio influenciada por los criterios previamente establecidos en la Ciudad de México, es decir, museos o centros de arte moderno–contemporáneo, que principalmente exhiban exposiciones temporales; este último criterio es muy importante en esta investigación, ya que en todo momento se ha centrado la atención en esta tipología, el porqué de esto, se debe a que el tiempo de planeación, duración e impacto que una exposición de este tipo tiene es relativamente menor a una exposición permanente y en muchos de los casos es gracias y mediante este tipo de exposiciones que los equipamientos culturales se mantienen vigentes en la sociedad (*ver imágenes 37,38*).

En las exposiciones temporales, en mayor o menor medida, las condiciones de trabajo siempre se ven modificadas por la importancia que tiene el proyecto, principalmente por el tipo de colección y presupuesto, entre otros factores, por tanto las propuestas finales tienden a reflejar estos factores; podemos encontrar en un mismo equipamiento cultural una propuesta extraordinaria, que posteriormente albergue una propuesta menos dichosa, entonces es este tipo de versatilidad de propuestas se propone evaluar.

Retomado lo anteriormente dicho, se mencionó que fue necesario realizar algunas visitas para la selección de los equipamientos, y de la misma forma, una vez que estos estaban definidos fue necesario hacer la selección de las salas de exposiciones que serían estudiadas. La característica

de estos equipamientos es la de presentar dos o más exposiciones temporales, por tanto, fue necesario investigar y determinar cuál de ellas sería trabajada.

Enseguida se engloba en forma tabla los condicionamientos generales que condicionaron las visitas. Resaltar algunos aspectos de los espacios como horarios, costos de entradas o número de exposiciones temporales albergadas durante ese periodo de exploración, tiene la intención de ir ejemplificando cómo estas mismas condicionantes fueron las que nos orillaron a elegir un equipamiento y no otro. En el caso de la selección de salas, sucedió lo mismo.



Imagen 37
Museo MACBA,
Primer estudio de caso
Barcelona, 2014.
Ingrid García



Imagen 38
Centro Cultura CCCB
Segundo estudio de caso
Barcelona, 2014.
Ingrid García

Descripción de visitas para la selección de equipamientos

Equipamiento cultural visitado	Visita en SITIO WEB	Visita EN SITU	Características generales de los equipamientos visitados
CENTRO DE LA IMAGEN LA VIRREINA	3	1	<ul style="list-style-type: none"> • Visita realizada en septiembre 2014, • Acceso con entrada libre, • Exhibiendo 3 exposiciones temporales, • Permitido el registro fotográfico, • Horario de servicio, martes a domingo de 12 a 20 h.
Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona, MACBA	3	1	<ul style="list-style-type: none"> • Visita realizada en septiembre 2014, • Acceso con pago, costo 10 euros, • Exhibiendo exposiciones temporales, • Permitido el registro fotográfico, • Horario de servicio, lunes, miércoles, jueves y viernes, de 11 h a 19:30 h. Martes no festivos, cerrado; sábados, de 10 a 21 h; domingos y festivos, de 10 a 15 h.
MUSEO PICASSO BARCELONA	2	1	<ul style="list-style-type: none"> • Visita realizada en septiembre 2014, • Acceso con pago, costo 14 euros, • Exhibiendo en ese entonces exclusivamente una exposición permanente, • Permitido el registro fotográfico, • Horario de servicio, de martes a domingo de 9 a 19 h y jueves de 9 a 21:30h* (entrada gratuita).
Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona, CCCB	2	1	<ul style="list-style-type: none"> • Visita realizada en septiembre 2014, • Acceso con pago, costo 6 euros, exhibiendo en ese entonces exclusivamente una exposición temporal, • Permitido el registro fotográfico, • Horario de servicio, de martes a domingo: de 9 a 19 h y jueves de 9 a 21.30h* (entrada gratuita).
CAIXA FORUM	3	1	<ul style="list-style-type: none"> • Visita realizada en septiembre 2014, • Acceso con pago, costo 6 euros, exhibiendo en ese entonces exclusivamente una exposición temporal, • Permitido el registro fotográfico, • Horario de servicio, de martes a domingo: de 9 a 19 h y jueves de 9 a 21.30h* (entrada gratuita).
ARTS SANTA MÓNICA	3	1	<ul style="list-style-type: none"> • Visita realizada en septiembre 2014, • Acceso sin pago, • Exhibiendo en ese entonces tres exposiciones temporales, • Permitido el registro fotográfico, • Horario de servicio: de martes a sábado de 11h a 21h Domingos y festivos de 11 a 17 h.

EQUIPAMIENTO 4. España, Barcelona

NOMBRE DEL EQUIPAMIENTO	CARÁCTER DE LA INSTITUCIÓN	TIPOLOGÍA	SERVICIOS	DATOS IMPORTANTES
<p>Museo de arte contemporáneo de Barcelona, MACBA.</p> <p>Plaça dels Àngels Barcelona, España.</p>	<p>Adscrito al Ayuntamiento de Barcelona, Generalitat de Catalunya y Fundación MACBA.</p> <p>Acceso con pago * Descuento en pago para passi Macba, amigos Macba y estudiantes.</p>	<p>Museo de arte moderno y contemporáneo</p> <p>Colección conformada por: Obras de artistas locales, nacionales e internacionales, Sudamericanas y de los países del Este. Recientemente, incorpora también obras del Norte de África, de Oriente Medio y del mundo árabe.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exposiciones temporales, • Archivo, • Biblioteca especializada en arte contemporáneo, • Prácticas educativas informales (talleres, clínicas, revisión de portafolios, seminarios, laboratorios, etc.), • Internet, wifi, • Zonas de descanso, • Librería, • Guardarropa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Edificio construido para ser museo, • Inaugurado en el año 1995, • En el año 2007 se crea el Centro de Estudios y Documentación MACBA, • Cuenta con elementos de comunicación sin barreras en todos los ámbitos de la señalización, • Cuenta con una app de realidad aumentada, • Programa de actividades de iniciación y familiarización con el arte contemporáneo, • Espacios de meditación para personas con capacidades diferentes.

RESUMEN de actividades realizadas en el equipamiento

1. Visita y seguimiento de las exposiciones temporales del equipamiento a partir del mes de septiembre al mes de noviembre del 2014.
2. Levantamiento fotográfico de tres exposiciones:
 - LA HERENCIA INMATERIAL. ENSAYANDO DESDE LA COLECCIÓN
 - OSKAR HANSEN. FORMA ABIERTA
 - ART & LANGUAGE INCOMPLETO. COLECCIÓN PHILIPPE MÉAILLE
3. Evaluación de propuesta expositiva, Art & Language incompleto. Colección Philippe Méaille, septiembre 2014 -abril 2015
Mediante al uso de Ficha Universal de Evaluación de Equipamientos Culturales y Fichas de Evaluación de Soportes Gráficos.

EQUIPAMIENTO 5. España, Barcelona

NOMBRE DEL EQUIPAMIENTO	CARÁCTER DE LA INSTITUCIÓN	TIPOLOGÍA	SERVICIOS	DATOS IMPORTANTES
<p>Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona, CCCB</p> <p>Calle Montealegre 5, Barcelona, España.</p>	<p>Consortio público creado por la Diputación de Barcelona y el Ayuntamiento de Barcelona</p> <p>Acceso con pago * Descuento para jubilados, menores de 25 años, familias numerosas, familias monoparentales y visitas en grupo (mínimo 15 personas). Domingo de 15 a 20 h., entrada libre. (CCCB, 2014).</p>	<p>Centro cultural que impulsa la experimentación de diversos lenguajes y códigos artísticos.</p> <p>Líneas de interés en torno a la innovación, nuevas tecnologías, internet, ciencia, cine, literatura, arte, instalaciones, fotografía, cómic, festivales, debate y reflexión. (CCCB, 2014).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exposiciones temporales, • CCCB Educación, • Archivo CCCB, • Archivo Xcentric, de cine experimental, • Prensa, • Prácticas educativas informales (talleres, clínicas, revisión de portafolios, seminarios, laboratorios, etc.), • Librería, • Mirador, • Renta de espacios, • Bar y restaurante. 	<ul style="list-style-type: none"> • Parte del edificio fue habilitado para el centro cultural, mientras que otra parte se construyó siguiendo este fin, • Inaugurado en el año 1994, • Impulsa la creación a partir de las nuevas tecnologías y lenguajes, • Exporta sus producciones a otros centros culturales, museos y entidades de ámbito nacional e internacional, • Estrecha relación con MACBA.

RESUMEN de actividades realizadas en el equipamiento

1. Visita y seguimiento de exposición temporal. Big Bang Data de septiembre a noviembre 2014.
2. Levantamiento fotográfico de exposición temporal:
 - BIG BANG DATA
3. Evaluación de propuesta expositiva, mediante al uso de FUEEC y Fichas de Evaluación de Soportes Gráficos.

EQUIPAMIENTO 6. España, Barcelona

NOMBRE DEL EQUIPAMIENTO	CARÁCTER DE LA INSTITUCIÓN	TIPOLOGÍA	SERVICIOS	DATOS IMPORTANTES
<p>Arts. Santa Mónica</p> <p>La Rambla 7 Barcelona, España.</p>	<p>Adscrito al Departamento de Cultura de la Generalitat de Catalunya</p> <p>Acceso sin pago.</p>	<p>Centro de creatividad multidisciplinario.</p> <p>Líneas de interés: las artes visuales, las artes escénicas, la música, el audiovisual, los nuevos formatos digitales, la literatura, la ciencia, el pensamiento, el diseño, la arquitectura, la moda y la gastronomía.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exposiciones temporales, • Prácticas educativas informales (talleres, clínicas, revisión de portafolios, seminarios, laboratorios, etc.), • Servicio de visita guiada gratis, • Rampa y ascensor para las personas con problemas de movilidad, • Proyecciones, • Espacio sonoro, • Prensa, • Proyecto online, • Publicaciones, • Conciertos y presentaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Edificio adaptado, antiguamente Convento de Santa Mónica, • Inaugurado en el año 1988 como Centre d'Art Santa Mónica, • 2009, nueva etapa de rehabilitación, adquiere el nombre de Arts Santa Mónica, • Impulsa el talento del país, difusión de la creatividad catalana, la innovación, el riesgo y la reflexión, • En estrecha relación con los nuevos canales digitales de comunicación.

RESUMEN de actividades realizadas en el equipamiento

IMPLEMENTACIÓN DE METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

1. Visita y seguimiento de exposición temporal, TRAC. El dibujo como herramienta de conocimiento, de octubre a diciembre del 2014
2. Levantamiento fotográfico de exposición temporal:
 - TRAC. El dibujo como herramienta de conocimiento
3. Evaluación de propuesta expositiva, mediante al uso de Ficha Universal de Evaluación de Equipamientos Culturales y Fichas de Evaluación de Soportes Gráficos,
4. Vinculación con la institución,
5. Planeación de grupo de discusión en torno a la exposición,
6. Interpretación de datos.

Selección de sala de exposición

Equipamiento cultural visitado	Exposiciones temporales	Visitas para la selección	Exposición estudiada
Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona, MACBA	3	2	ART & LANGUAGE Incompleto Colección Philippe Méaille 19 sep. 2014 al 12 abr. 2015
Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona, CCCB	1	1	Big Bang Data 9 mayo 2014 al 16 noviembre 2014
Arts Santa Mónica	2	1	El Traç. El dibuix com a eina de coneixement 7 de octubre al 7 de diciembre 2014

B) Desarrollo de instrumentos

Instrumento 1 de observación

Ficha Universal de Evaluación para Equipamientos Culturales (FUEEC)

Una vez realizada la selección se comenzó a trabajar en los formatos y fichas de evaluación; el proceso de desarrollo implicó varias revisiones, ya que se buscaba claridad y estructuración de los conceptos. Las diversas adaptaciones y cambios que sufrieron las fichas de evaluación tuvieron la finalidad de establecer una lógica de igual entendimiento y universalidad.

También se consideró necesario integrar la opinión de quien está realizando el ejercicio de observación, por tanto las fichas cuentan con apartados destinados a contener la interpretación de quien realiza la evaluación y permite incluir una breve descripción sobre la fecha y duración de la misma.

En un inicio, para llevar a cabo la etapa de observación se trabajó exclusivamente con la ficha universal de evaluación para equipamientos culturales, la cual tiene una estructura que va de

los conceptos más generales del inmueble hasta llegar a analizar los elementos compositivos de la exposición y su respectiva propuesta museográfica.

En detalle, para la organización de los conceptos fue necesario hacer la división entre la información referente al edificio, seguido de lo referente a la exposición y, finalmente, el resto de los servicios. Es importante mencionar que la división de categorías aunque pretende ser muy objetiva, en determinados casos los objetos estudiados pueden tener pertinencia en más de un apartado de los tres antes mencionados, ejemplo de esto es la difusión que, en muchos casos, se utiliza para dar a conocer el equipamiento, sus servicios y las exposiciones culturales.

Teniendo en consideración este tipo de situaciones, el instrumento no busca ser rígido, por el contrario busca ser mejorado y puesto en funcionamiento. Si bien en esta propuesta se prestó mayor interés en la exposición temporal, la ficha de evaluación tiene la flexibilidad de ser reordenada y/o ampliada para con ello cubrir los objetivos y necesidades que se requieran.

Mencionar y mostrar como fue el desarrollo de las fichas es importante ya que el instrumento fue mejorando a la par de las visitas; estos primeros ejercicios exploratorios permitieron la identificación de conceptos antes ignorados o mal planteados, por tanto se ponía de manifiesto la poca o mucha eficacia que el instrumento estaba brindado, enseguida al igual que en los contenidos fue necesario prestar atención a la propuesta editorial del documento brindados. Además se muestran las diversas versiones del documento.

Para una mayor comprensión se recomienda revisar el ANEXO III. Proceso del trabajo, Metodología B.

Instrumento 2 de observación

Desarrollo de ficha de análisis para soportes gráficos

Durante el proceso de desarrollo y revisión de esta primera ficha universal de evaluación, se trabajó en el resto de los instrumentos que servirían para guiar la observación. Recordando el objetivo primordial del proyecto de investigación, la evaluación va dirigida a la comunicación gráfica o visual, por tanto como ya se mencionó fue pertinente desarrollar otra ficha que sirviera para analizar cada uno de los soportes gráficos que se estuvieran proponiendo en los montajes expositivos que serían estudiados.

Al igual que la ficha FUEEC, esta nueva se encuentra dividida por apartados y niveles de estudio, el primer apartado únicamente sirve para definir la tipología del soporte y su localización, y posteriormente, el documento presenta una división en tres niveles de estudio:

Nivel A Descriptivo, ANÁLISIS SEMÁNTICO

- A.1 análisis semántico del SOPORTE GRÁFICO
- A.2 análisis semántico del CONTENIDO

Nivel B Asociativo, ANÁLISIS SINTÁCTICO

- B.1 análisis sintáctico del SOPORTE GRÁFICO
- B.2 análisis sintáctico del CONTENIDO

Nivel C Interpretativo, ANÁLISIS PRAGMÁTICO

- C.1 análisis pragmático de SOPORTE GRÁFICO Y CONTENIDO

Para hacer uso y aplicación de este segundo instrumento, fue necesario generar un glosario, el cual establece desde qué perspectiva se están abordando los términos categorizados en la ficha de análisis para soportes gráficos, los cuales son empleados usualmente por el lenguaje visual. Parte de las definiciones incluidas en este anexo del instrumento son retomadas en el Libro lenguaje visual de la autora María Acaso (2012).

Se recomienda revisar el ANEXO VI. Glosario de terminología para la aplicación de fichas de evaluación.

Instrumento 3 de observación

Esquemas gráficos de síntesis

La intención de generar estos esquemas fue brindar un registro y apoyo visual, que permitiera ver reflejada la interacción que tiene cada uno de los elementos participantes en un montaje museográfico. Esta división de los elementos como la iluminación, el mobiliario, la colección, la propuesta gráfica, entre otros, corroboran la información contenida en la ficha universal de evaluación de equipamientos culturales y la ficha de soportes gráficos, permitiendo así la confrontación de información que solo había quedado descrita en los instrumentos 1 y 2.

La pertinencia de hacer uso de este tercer instrumento, además de que permite corroborar la información previamente descrita, ayuda a identificar estrategias de diseño y comunicación, así como evidenciar propuestas convencionales o innovadoras en el diseño de exposiciones; la ventaja de este tipo de registros en comparación a los anteriores es que el análisis de la comunicación gráfica se encuentra integrado con el resto de los elementos del montaje expositivo.

Podemos definir el instrumento como un esquema de análisis, la técnica para llevarlo a cabo, es realizar un registro fotográfico minucioso con tomas abiertas de cada uno de los espacios del montaje, para posteriormente hacer una selección de fotografías que nos permitan señalar en cada una de ellas los elementos que están siendo descritos y evaluados. Lo que obtenemos de esto es contar con una perspectiva detallada de cada espacio.

C) Grupo de discusión

Plantear la realización de un grupo de discusión debe ir en función de cada proyecto, en este caso para la formulación de las preguntas se tuvieron en cuenta los objetivos de la investigación y la información recolectada en las fichas de evaluación, fueron estas fuentes las que permitieron plantear una serie de preguntas que tuvieron que ser revisadas, adaptadas y encaminadas a despertar la opinión de los participantes.

La planeación del grupo de discusión se complementó de diferentes etapas, primeramente fue necesario contar con un número de participantes que fueron convocados previamente y a los que en esta ocasión se les solicitaría realizar una actividad previa, es decir, los participantes tendrían que visitar un montaje expositivo de uno de los estudios de caso, esto con el fin de tener un contexto previo a la discusión.

Durante la planeación se realizó un guion que serviría como el instrumento que guiaría la discusión, el responsable de llevar esto a cabo es un moderador⁵, en determinadas ocasiones puede ser un sujeto ajeno a la investigación, quien se ha capacitado previamente, pero de no poder ser así, será el propio investigador quien realice la dinámica; sea cual fuese el caso, el moderador debe evitar dar opiniones respecto a lo que se está desarrollando en la dinámica, la intención de una postura neutral permite que no se invalide las opiniones de los participantes, también se evita dar muestra de alguna postura frente al tema.

En el guion se incluye una breve presentación de los objetivos del proyecto, el cual da la pauta para la presentación de cada uno de los integrantes, esto último es muy importante ya que en gran medida son estos diferentes perfiles los que permiten conocer formas diversas de pensamiento. El grupo de discusión plantea el anonimato de los mismos, por tanto solo será necesario solicitarles información básica, como lo son sus datos personales, principales actividades e intereses.

El grado de versatilidad que los grupos pueden alcanzar dependerá mayormente de las condiciones bajo las cuales fueron convocados como la disponibilidad de tiempo, nivel económico e interés por la dinámica, sin embargo, al lanzar una convocatoria de participación se recomienda que existan ciertos puntos de coincidencia entre los integrantes, sin embargo, se debe evitar alcanzar la homogeneización de los grupos, esto último en ocasiones resulta poco posible, pero a pesar de eso sigue siendo recomendable.

Respecto al cómo se deben abordar los temas en este tipo de dinámicas, el grupo de discusión recomienda establecer el tema yendo de las condiciones más generales hasta llegar a los temas particulares. Esta técnica busca incentivar que los participantes amplíen sus experiencias sutilmente y dar pie al desarrollo de la discusión, aunque se debe tener cierto control sobre el tiempo destinado para la generación de preguntas, la flexibilidad de la técnica permite ir adaptando las condiciones de tiempo y ritmo de la discusión.

Para la investigación cualitativa resulta significativo utilizar esta técnica, ya que el grupo de discusión prioriza lo que el grupo produce por sí mismo, además de que realiza el reconocimiento a todo lo conversado. Para guiar el rumbo de la discusión se retoman los argumentos e ideas generadas por el grupo, estas opiniones son recursos de investigación que permiten indagar en aspectos que se obviaron al momento de proponer los cuestionamientos.

En términos generales las diversas etapas del grupo de discusión consisten en la planeación y desarrollo del grupo y de una última etapa de verificación de resultados. Anteriormente hemos descrito las condiciones generales de funcionamiento, ahora bien, respecto a la última etapa, es decir, el análisis de los resultados es una fase que requiere la exploración y planteamiento de categorías que nos permiten presentar la información de una manera más ordenada y sencilla para su posterior consulta.

⁵ Responsable de conducir el grupo de discusión, por las condiciones de trabajo en esta ocasión el moderador fue el propio investigador responsable del proyecto, situación que lejos de ser desventajosa permitió que en la dinámica se formularan nuevas interrogantes en torno al tema inicial.

Para la etapa de análisis, es necesario contar con la grabación del evento, este registro visual y sonoro nos permite realizar una transcripción, "... su finalidad es la de traducir y transformar el audio de la conversación registrada en texto escrito para su correspondiente análisis." (Gutiérrez, 2008, p. 27). Este material nos servirá para estudiar los resultados y posteriormente reconocer los comentarios de cada una de las categorías de estudio.

Cuando se lleve a cabo la interpretación de la información se debe procurar que sea de la manera más cuidadosa e impersonal, ya que gracias a los comentarios de los informantes logramos obtener las conclusiones de la investigación, es decir, estas opiniones son utilizadas para la verificación de lo que el investigador ha planteado y de los diversos hallazgos reflejados y planteados con anterioridad.

Implementación de metodología de evaluación

Una vez seleccionados los equipamientos y salas de exposición fue necesario volver a visitar los espacios expositivos para la implementación de las fichas de evaluación. Dichas fichas fueron realizadas por parte del investigador, este proceso fue sumamente enriquecedor para los instrumentos creados, ya que se pudieron identificar errores y cuestiones que una vez en sitio no resultaban funcionales para realizar la evaluación. Respecto a esto último se realizaron algunas anotaciones sobre los propios formatos, mismas que supieron aprovecharse posteriormente dando por resultado una versión final corregida.

Enseguida se describen las fechas y número de visitas realizadas a cada equipamiento para la implementación de las fichas. Como bien se podrá identificar se realizaron más visitas en determinados espacio, los motivos fueron diversos, como las propias condiciones de accesibilidad que los espacios brindan al visitante, el dominio del instrumento, la viabilidad de tiempo y objetivos de la investigación.

La visita a MACBA se realizó en dos días continuos, esto sucedió debido a que fue el primer espacio donde se implementaron las fichas, por tanto fue en este ejercicio donde se reconocieron los primeros errores del instrumento; el control del instrumento con relación al tiempo era desconocido por lo que se debió volver al siguiente día y terminar la evaluación.

En el caso del CCCB, la implementación de la fichas de evaluación se realizó al cabo de un día, en este caso no fue necesario regresar. Posteriormente a estas dos primeras visitas se decidió que por tiempo y condiciones requeridas para la realización de los grupos de discusión, estudiar los tres espacios resultaría una tarea abrumadora, ya que la información recaudada en cada espacio era abundante, por tanto se tomó la decisión de continuar trabajando con un solo espacio y finalizar la implementación de la metodología planteada.

Al revisar la información recolectada y las condiciones que establecían los espacios para la implementación y visita al equipamiento, se determinó que ARTS SANTA MÓNICA era el espacio que más convenía estudiar, las razones principales fueron el acceso gratuito, un horario de 11 a 21 h., buena ubicación, actividades gratuitas en torno a la exposición, entre otras. Además, otra de las variables que se tomó en cuenta fue el diálogo que brinda el comité administrativo del espacio con sus visitantes.

Finalmente, debemos recordar que la segunda etapa consistiría en la realización de un grupo de discusión a partir de voluntarios, por tanto las condiciones para que ellos pudieran participar debían ser las más favorables. Es así como la evaluación requirió de una visita para la implementación de las fichas y posteriormente dos visitas más para el registro fotográfico y corroboración de datos.

Enseguida se muestra el resumen de visitas realizadas para la implementación de la metodología de evaluación, así mismo se incluye el guion realizado para dirigir el grupo de discusión, y parte del registro fotográfico (ver imágenes 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45)

Registro fotográfico



Imagen 39
Cédula introductoria
Arts Santa Mónica,
Barcelona, 2014.
Ingrid García



Imagen 40
Cédula temàtica
Arts Santa Mònica,
Barcelona, 2014.
Ingrid García



Imagen 41
Il·luminació
Arts Santa Mònica,
Barcelona, 2014.
Ingrid García



Imagen 42 (p.115)
Núcleo Temático
Arts Santa Mónica,
Barcelona, 2014.
Ingrid García



Imagen 43
Visitantes en Núcleo 1
Arts Santa Mónica,
Barcelona, 2014.
Ingrid García



Imagen 44
Detalle de Vitrina
Arts Santa Mónica,
Barcelona, 2014.
Ingrid García



Imagen 45
Fachada de Arts Santa Mónica,
Barcelona, 2014.
Ingrid García

Resumen de visitas para selección e implementación de fichas de evaluación

Equipamiento cultural visitado	Número de visitas	Exposición estudiada	Fecha de las visitas
Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona, MACBA	2	ART & LANGUAGE Incompleto Colección Philippe Méaille 19 sep. 2014 al 12 abr. 2015	23 y 24 de octubre 2014 Jueves y viernes abr. 2015
Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona, CCCB	1	Big Bang Data 9 mayo 2014 al 16 noviembre 2014	26 de octubre 2014 Domingo
Arts Santa Mónica	4	El Traç. El dibuix com a eina de coneixement 7 de octubre al 7 de diciembre 2014	14 de octubre, 25 de octubre, 4 de noviembre, y 17 de diciembre Martes, sábado, martes, miércoles (respectivamente) diciembre 2014

GUIÓN propuesto para la realización del grupo de discusión.

Para una mayor comprensión se recomienda revisar el ANEXO V. Transcripción del grupo de discusión

Presentación personal

Nuevamente me presento soy Ingrid de la Ciudad de México y actualmente me encuentro realizando la Maestría en Diseño y Comunicación Visual, el proyecto que yo decidí realizar tiene que ver con análisis exploratorios que me permitan establecer una metodología de EVALUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA EN EXPOSICIONES DE ARTE MODERNO-CONTEMPORÁNEO.

Esta inquietud surge de algunos cuestionamientos que como profesional y visitante de exposiciones de arte moderno contemporáneo fui generando; en términos generales como diseñadora gráfica me resulta indispensable el estudio permanente de las posibilidades y límites de la comunicación gráfica en este caso específico cuando interviene en una propuesta museográfica.

Ahora bien a ustedes se les entregaron previamente unas fichas de evaluación, éstas son los instrumentos que generamos con la intención de guiar la observación y prestar atención a cada uno de los elementos que conviven con una propuesta gráfica en un espacio expositivo. En relación a lo observado y contenido hemos planteado una serie de temas que serán presentados y discutidos por ustedes.

Presentación de la dinámica de trabajo

Bueno, al momento les hemos asignado un número que servirá como un elemento identificador que posteriormente cuando se esté realizando el análisis de resultados nos resultara útil para el reconocimiento de las opiniones, por el momento y siguiendo el planteamiento de anonimato de esta técnica de investigación no es necesario la presentación de sus nombres, sin embargo, les solicito una breve presentación sobre su profesión, su edad y las actividades a las que se dedican, posteriormente a estas presentaciones comenzaremos la dinámica de discusión.

En esta ocasión, mi papel será la de moderador y trataré de ir de los planteamientos más generales hasta llegar a lo más particulares, me sobra decir que todos los comentarios que ustedes realicen son de sumo valor para la investigación y todos son tomados en cuenta, una de las grandes ventajas de la técnica del grupo de discusión es que privilegia el habla, por tanto, aprovechémosla, lo único que se les pido es el respeto por la opinión del resto de los integrantes y tratemos que todo lo expresado vaya en la medida de lo posible en función de los temas discutidos.

Para comentar tendrán que pedir la palabra y una vez antes de opinar, les solicito mencionen el número que les ha sido asignado y enseguida expresen sus comentarios. El objetivo de esto es tener las condiciones necesarias para el análisis de la información.

La dinámica consistirá en ir proponiendo temas y preguntas que se irán desarrollando a través de los comentarios que cada uno aporte, el nivel de participación depende exclusivamente de ustedes, nadie los obligará a responder a los cuestionamientos, pensemos esta dinámica como una gran discusión de grupo. Bueno pues sin más comencemos:

Preguntas

1. ¿Qué entendemos por comunicación gráfica en una exposición de arte? ¿Qué debería incluir según ustedes?
2. Las exposiciones de arte contemporáneo ¿suelen tener una comunicación gráfica que les ayuda a entender el arte que exponen? ¿Son del parecer ustedes que el arte ya se expresa por sí solo y por lo tanto no requiere demasiada comunicación gráfica?
3. ¿Hasta qué punto una buena o una mala comunicación gráfica influye en su opinión sobre lo expuesto? ¿Hay personas a las que no les afecta mucho y lo que les importa dicen que es lo que se expone, no cómo se expone. ¿Qué opinan al respecto?

4. Hay muchas estrategias posibles de comunicación gráfica: campañas de difusión en cartelera, internet, etc, generar catálogos, proyecciones audiovisuales en el interior de la exposición, interactivos, paneles de texto en la propia exposición, módulos informáticos de participación al final del recorrido, experiencias de visita guiada, actividades paralelas, talleres, etc. ¿Cuáles de éstas estrategias les han resultado más útiles?

5. La comunicación gráfica a veces es simplemente informativa; otras veces es interpretativa, en ocasiones simplemente pretende difundir un mensaje y en ocasiones quiere tener funciones didácticas o pedagógicas. ¿En una exposición de arte contemporáneo, cuáles de estas funciones priorizarías?

6. ¿Puedes comentar alguno de los defectos que más odias de algunos ejemplos de comunicación gráfica? ¿Qué es lo que más aprecias?

Re direccionar la discusión al caso concreto de Arts Santa Mónica

1. Después de este debate, ¿Qué opinan de la comunicación gráfica del centro santa mónica? ¿Es funcional? ¿De qué tipo creen que es? ¿Es simplemente informativa; es interpretativa, es simplemente para difundir un mensaje o quiere tener funciones didácticas?

2. ¿Qué estrategias de comunicación son las que dominan en esta exposición? ¿Les parecen adecuadas? ¿Son útiles? ¿Contribuyen a aclarar el discurso de la exposición?

3. ¿Cuál es su opinión sobre la convivencia y correspondencia entre la propuesta gráfica con el resto de elementos, tales como arquitectura, mobiliario, colección, audios, etc?

4. Para finalizar, al realizar su visita tuvieron contacto con otro tipo de servicios como los lavabos, el personal, el guardabultos, etc., en su experiencia ¿En qué medida éstos condicionaron positivamente o negativamente su visita?

Realización de grupo de discusión, 18 de diciembre 2014 (ver imágenes 46,47, 48,49).

Imagen 46 (Arriba p.121)
*Presentación del
Grupo de discusión*
UB,
Barcelona, 2014.
Irina Gretsova

Imagen 47 (Abajo p.121)
Entrega de material
UB,
Barcelona, 2014.
Irina Gretsova

Imagen 48 (Arriba p.122)
*Desarrollo de
Grupo de discusión*
UB,
Barcelona, 2014.
Irina Gretsova

Imagen 49 (Abajo p.122)
*Desarrollo de
Grupo de discusión*
UB,
Barcelona, 2014.
Irina Gretsova





Interpretación de datos de grupo de discusión

Datos generales

Fecha: 18 DE DICIEMBRE 2014

Hora: 20:00 horas

Ubicación: Universidad de Barcelona, Barcelona, España

Participantes: Cinco voluntarios del Máster en Gestión del Patrimonio Cultural.

Duración: 00:57:27

Contenido del guion: 10 cuestionamientos

Objetivo general

ANALIZAR, la opinión de un grupo de visitantes sobre la propuesta de comunicación visual implementada por los museos de arte moderno y contemporáneo.

Además de complementar la discusión tras dirigir la atención al estudio de caso de la exposición: *Trazo, el dibujo como fuente de conocimiento, presentada en el Arts Santa Mónica de Barcelona, 2014.*

Participantes

Perfil de participante N1.

Edad: + de 30 años aprox.

Formación: Artista visual

Actividades e intereses: 15 o 20 años vinculada con el mundo del arte, antropología, museos de todo tipo, estudiante del Máster de Gestión del Patrimonio Cultural.

Perfil de participante N2.

Edad: 22 años

Formación: Historia del arte

Actividades e intereses: gestión, patrimonio, arte, museología, estudiante del Máster de Gestión del Patrimonio Cultural.

Perfil de participante N3.

Edad: 22 años

Formación: Bellas artes

Actividades e intereses: imagen, museos, educación,
Estudiante del Máster de Gestión del Patrimonio Cultural.

Perfil de participante N4.

Edad: 24 años

Formación: Historia

Actividades e intereses: Didáctica, educación, divulgación y difusión del conocimiento, trabajo en campamentos de verano, estudiante del Máster de Gestión del Patrimonio Cultural.

Perfil de participante N5.

Edad: 25 años

Formación: Bellas artes

Actividades e intereses: Conservación, restauración, patrimonio arquitectónico popular, difusión, activismo, colectivos, estudiante del Máster de Gestión del Patrimonio Cultural.

Notas para una mejor interpretación de la información:

1. Texto **EN BOLD** es un añadido para poder interpretar y enlazar los comentarios de los voluntarios.
2. Textos de opinión en color **AZUL**, son comentarios coincidentes que se complementan y validan entre sí.
3. Textos en **ROJO** son los cuestionamientos originados en el propio desarrollo del grupo de discusión.

Pregunta N. 1

OBJETIVO ESPECÍFICO	MEGACATEGORÍAS	CATEGORÍAS	INSTRUMENTO
Explorar el concepto de comunicación gráfica y su relación con la exposición de arte.	COMUNICACIÓN GRÁFICA	- Comunicación - Gráfica - Servicio - Necesidades	¿Qué entendemos por comunicación gráfica en una exposición de arte?

OPINIÓN

N1 -----
 N2...la combinación de tipografías y textos...
 N3...todos los recursos que utilizan para mostrar algo.
 N4 -----
 N5...la marca y la identidad que se genera en la exposición...
 ...comunicación hacia afuera para atraer a la gente...

OBJETIVO ESPECÍFICO	MEGACATEGORÍAS	CATEGORÍAS	INSTRUMENTO
Exposición de arte	COMUNICACIÓN GRÁFICA	Exposición Arte moderno y contemporáneo	¿Qué debería incluir según ustedes?

OPINIÓN

N1...echo en falta los "por qué"...
 ...los procesos por los cuáles uno llega a hacer una exposición de lo que sea: de un artista, de un marco natural...
 N2 -----
 N3 -----
 N4... tengo dudas, realmente, sobre qué incluiría en un gráfico, en un soporte gráfico y qué no. ¿Sería texto en un gráfico o un audiovisual?...
 N5 -----

Pregunta N. 2

OBJETIVO ESPECÍFICO	MEGACATEGORÍAS	CATEGORÍAS	INSTRUMENTO
Analizar la presentación de contenidos de la exposición de arte moderno – contemporáneo desde la propuesta gráfica.	ENTENDIMIENTO DEL ARTE	Propuesta gráfica como una herramienta para la exposición	Las exposiciones de arte contemporáneo ¿Suelen tener una comunicación gráfica que les ayuda a entender el arte que exponen?

OPINIÓN

N1... **Existe** una falta muy grande... el arte contemporáneo es todo un proceso de investigación... si esto no se enseña educativamente en la escuela... de alguna manera a la gente se le tiene que explicar...
 ...la gente no entiende que es ¿por qué una obra de arte cuesta tanto dinero?...
 Entonces se tiene que hacer pedagogía, información, gráfica...
 N2 El arte contemporáneo es contemporaneidad... entonces es muy difícil poner un contexto a este arte...
 ... lo que quiere es explicarse por sí mismo...
 ... cuesta mucho hacer una perspectiva histórica aun es más difícil exponerlo y explicarlo gráficamente...
 ... es muy difícil enseñarlo desde las escuelas cuando es un arte en sí que a veces hasta para los experimentados es complicado...
 N3... los museos de arte contemporáneo son, justamente, los que menos explican con recursos gráficos...
 ... el problema viene de que un artista contemporáneo hoy en día cree que la obra se explica por sí misma y no quiere que se explique...
 ... el problema está en la relación entre el museo y el artista...
 N4 -----
 N5... No... en **recursos museográficos** a nivel de texto... se quedan en la introducción, y a lo mejor por ámbitos y ya está.
 ... exponer el cuadro y la ficha técnica...

OBJETIVO ESPECÍFICO	MEGACATEGORÍAS	CATEGORÍAS	INSTRUMENTO
	ARTE	Arte por sí mismo Arte y conocimiento	¿Son del parecer ustedes que el arte ya se expresa por sí solo y por lo tanto no requiere demasiada comunicación gráfica?

OPINIÓN

N1... hay un décalage (desajuste) entre los procesos de investigación del arte, el arte que se expresa por sí mismo... y esto se tiene que explicar también...
 ...¿por qué esta dimensión que se inserta en el mundo contemporáneo? ¿por qué todo esto?...
 En las escuelas se tiene que enseñar que ... no todo se tiene que entender...
 N2 -----
 N3... el arte sí que se explica por sí mismo...
 El problema ... la sociedad nos ha metido en la cabeza que el arte contemporáneo es difícil de entender y que si no lo has estudiado no vas a entenderlo...
 ... la gente se empeña en querer entender lo que el artista quería decir, y a veces no es tan importante eso como que a ti te transmita algo aunque no sea lo que el artista quería decir...
 N4... el arte es, que no se explica, produce una sensación o una emoción...
 N5 -----

Pregunta N. 3

OBJETIVO ESPECÍFICO	MEGACATEGORÍAS	CATEGORÍAS	INSTRUMENTO
<p>Questionar la propuesta de comunicación gráfica generada para exposiciones de arte moderno y contemporáneo.</p>	<p>ARTE Y CONTENIDOS</p>	<p>Propuestas favorables o NO favorables</p> <p>Contenido vs. Forma</p>	<p>¿Hasta qué punto una buena o una mala comunicación gráfica influye en su opinión sobre lo expuesto?</p> <p>Hay personas a las que no les afecta mucho y lo que les importa dicen qué es lo que se expone, no cómo se expone. ¿qué opinan al respecto?</p>

OPINIÓN

NI... la comunicación gráfica ... puede tener muchas formas...
 Es como que te quiere ayudar y al final te está desayudando...
 N2... Yo creo que influye mucho...
 ... porque a través de la comunicación gráfica se transcribe el discurso que lleva la exposición.
 Si esta comunicación gráfica no explica bien o no deja claro ese discurso o lo dificulta, el espectador o el visitante ya quizás entienden otro mensaje...
 N3 -----
 N4 -----
 N5... Cuando hay un discurso ... creo que la comunicación es básica para ayudar a entender que es lo que has querido explicar y la temática de la exposición...

Pregunta N. 4

OBJETIVO ESPECÍFICO	MEGACATEGORÍAS	CATEGORÍAS	INSTRUMENTO
<p>Analizar las diferentes estrategias y medios que utiliza la comunicación gráfica.</p>	<p>FUNCIONALIDAD DE LAS ESTRATEGIAS</p>	<p>Usos frecuentes tipologías: campañas de difusión, internet, redes sociales, carteles, comerciales, actividades paralelas, audiovisuales, etc.</p>	<p>Hay muchas estrategias posibles de comunicación gráfica: campañas de difusión en cartelera, internet, etc, generar catálogos, proyecciones audiovisuales en el interior de la exposición, interactivos, paneles de texto en la propia exposición, módulos infomaticos de participación al final del recorrido, experiencias de visita guiada, actividades paralelas, talleres, etc. ¿Cuáles de estas estrategias les han resultado más útiles?</p> <p>Y por ejemplo cuando hablas de las comunicaciones en el exterior desde tu experiencia, ¿Estas comunicaciones gráficas han sido en el área del equipamiento o en espacios más alejados?</p> <p>Y en su experiencia algo que recuerden que digan: "esto siempre ha funcionado, siempre capta la atención..." ¿Pueden recordar algo?</p> <p>Medios de comunicación ¿sería radio, televisión?</p>

OPINIÓN

N1... depende del lugar, de la cantidad de población y del tipo de público y de cómo te sitúes tú, ¿no?
Yo creo que todas las comunicaciones son muy efectivas porque... no sé, es muy variopinto, ¿no? igual que las personas y pienso que todo influye

N2 -----

N3 -----

N4... para saber que existe una exposición o algo yo creo que se hace con carteles en el espacio público...
En ocasiones en televisión, pero no mucho...

Creo que en espacios más alejados sí que hay. También depende del lugar donde se hace o está la exposición.

N5 -----

N1... Sí, el cartel

...Yo creo que depende de cómo te sitúas como público, ¿eh? como decía antes. A veces a una población pequeña funciona más un tipo de difusión o no...

N2 Redes sociales, webs y críticas.

N3 Recomendaciones de revistas... y redes sociales...

... el cartel muchas veces se me olvida...

N4... la radio para algún tipo de público específico...

... al cartel también lo que le ha ido bien ha sido internet...

N5... Las redes sociales y las opiniones que se generan en las mismas, cómo responde la institución con el visitante.

El cartel depende de la cercanía y el radio depende mucho del presupuesto

... los flyers que se reparten, repartiendo en diferentes sitios, pocas cantidades pero diferentes...

Pregunta N. 5

OBJETIVO ESPECÍFICO	MEGACATEGORÍAS	CATEGORÍAS	INSTRUMENTO
Analizar las diversas funciones que pueden tener el mensaje y su relación con la comunicación gráfica.	TIPOLOGÍAS DEL MENSAJE	Informativo Ilustrativo Interpretativo Educativo Difusión Exposición de arte, moderno y contemporáneo Priorización de funciones	La comunicación gráfica a veces es simplemente informativa; otras veces es interpretativa, en ocasiones simplemente pretende difundir un mensaje y en ocasiones quiere tener funciones didácticas o pedagógicas. ¿en una exposición de arte contemporáneo, cuáles de estas funciones priorizarías? ¿Cómo te gustaría que fuera la idea de los soportes gráficos? ¿Qué me podrías decir que te gustaría? ¿Otras formas de presentar los contenidos?

OPINIÓN

N1...me gustaría encontrar otro tipo de difusión que no fuera gráfica.

N2 -----

N3... Sobre todo informativa pero también hay una parte de educación pero sin dar una interpretación directa...
... dejarla abierta a que cada uno saque su propia interpretación y que no hay solo una válida.

N4 -----

N5 La informativa, la educativa.

N1... yo sacaría las obras de arte de los museos y las pondría en medio de la calle para que todo el mundo las pudiera ver...
... sacaría un poco la idea de la obra de arte fetiche.... Es la idea de si Mahoma no va a la montaña, la montaña va a Mahoma, o algo así, ¿no?

N2... yo creo que más que sacar las obras sería sacar réplicas buscar algún medio para que la gente tuviera la necesidad de ir a un museo.

... tampoco hay que pasarse unas barreras, o sea, la obra sigue siendo una obra que se ha de proteger...

... yo sacaría... que no fuera algo textual que fuera algo más sinestésico, más visual...

N3 -----

N4 -----

N5 -----

N1... Sí, utilizar actores, utilizar... esto sinestésico de... por qué no los sentidos, ¿no? ...

...buscar otros campos de comunicación que no fuera propiamente el gráfico...

N2...es distinto porque en sí la obra de Rodin quiere que esté en un medio natural... la obra ya está hecha para que la gente la toque si quiere. Es como Chillida con el Peine del Viento lo que quiere es que el viento le dé, que el impacto de la naturaleza llegue a esa obra, o sea que no es lo mismo.

N4... Yo recuerdo una exposición que se hizo en la Rambla Catalunya que organizó La Caixa, y sí que eran obras, eran esculturas. "Arte en la calle de Auguste" Rodin, 2010.

Pregunta N. 6

OBJETIVO ESPECÍFICO	MEGACATEGORÍAS	CATEGORÍAS	INSTRUMENTO
Indagar en las experiencias de consumo, de propuestas gráficas en exposiciones de arte, de los voluntarios.	DEFICIENCIAS Y EFICIENCIAS	¿Qué odias más? ¿Qué aprecias más?	¿Puedes comentar alguno de los defectos que más odias de algunos ejemplos de comunicación gráfica? ¿qué es lo que más aprecias?

OPINIÓN

N1... ir a ver el cartelito al lado de la obra, pequeñito, que no sé dónde está, y estoy cansada y... no quiero ver ni el título, ¿sabes?...

Sí, pero todo y así pienso que... me molesta mucho. Se ha de buscar, y estas cansado, y tener que ir allí...
... los recursos de audio son... te están aislando, te aíslan muchísimo... y puede funcionar, ¿eh? sobre todo por ejemplo con discapacitados...

N2... que el cartel esté apartado de la obra ya es para forzar el interés, porque en el MACBA por ejemplo, está muy lejos de la obra y es porque no quieren que ese cartel vaya a ser mirado quieren que sea la obra por la obra directamente... el título no es importante. *

... lo que yo más odio no es el medio, sino la cantidad. Por ejemplo a veces ese exceso del recurso gráfico es demasiado texto y ya no te paras a leerlo...

...Pienso que es adecuarlo... que realmente sea utilizable...

...un recurso sinestésico donde fuera una experiencia ir al museo...

N3... me molesta ... que cada vez que vas a una sala de un museo te encuentras con toda una pared de texto. ¿No pueden sustituirlo por otra cosa?
... más de imágenes o algunas cosas que yo pueda tocar...

N4 -----

N5 -----

Pregunta N. 7

OBJETIVO ESPECÍFICO	MEGACATEGORÍAS	CATEGORÍAS	INSTRUMENTO
<p>Comentar la visita a la exposición Trazo, el dibujo como fuente de conocimiento. <i>Arts Santa Mónica</i> Barcelona, 2014.</p>	MULTIFUNCIONALIDAD DEL MENSAJE	<p>Tipologías de los mensajes presentados en la exposición:</p> <p>Informativo Ilustrativo Interpretativo Educativo Difusión</p>	<p>Despues de este debate, ¿Qué opinan de la comunicación gráfica del centro santa mónica? ¿Es funcional? ¿De qué tipo creen que es? ¿Es simplemente informativa; es interpretativa, es simplemente para difundir un mensaje o quiere tener funciones didácticas?</p>

OPINIÓN

N1... A mí me gustó mucho porque... había muchos dibujos que me recordaban a mí hace 20 años atrás... me gustó que... solamente gráficamente me explicaran que la grafía se utiliza en muchas disciplinas diferentes...

... me gustó mucho que eran los carteles que estaban en cada sala, habían tres o cuatro salas, que eran realmente soportes que yo utilizaba y que estaban sucios... que utilizaran [este recurso así como grabado](#), ¿no? me encantó... y que no hubiera mucha letra ni nada, ¿no?

N2... [está muy bien escenificado](#), pero a mí el texto... yo no lo pude leer porque no se entendía nada, no se distinguía del fondo... a no ser que el texto fuera lo menos importante... no era excesivo, era para ser leído y yo no pude leerlo. Si lo pude leer fue por la hoja de fondo y los folletos.

N3... la función que tenía el texto creo que era totalmente explicativa y se servían de los dibujos como ejemplos... [al estar grabado en la madera era difícil de leer](#), quizás si hubiera estado colocado e iluminado de otra forma... porque la iluminación era horrible.

N4... coincido con ellas en lo referente al texto explicativo pero, [yo no recuerdo que me diera esa sensación](#), de que el texto fuera complicado de leer.

N5 -----

Pregunta N. 8

OBJETIVO ESPECÍFICO	MEGACATEGORÍAS	CATEGORÍAS	INSTRUMENTO
<p>Analizar las estrategias implementadas en la exposición Trazo, el dibujo como fuente de conocimiento. Arts Santa Mónica Barcelona, 2014.</p>	<p>COHERENCIA VISUAL ENTRE PROPUESTA GRÁFICA Y CONTENIDO</p>	<p>Soportes gráficos: Textos informativos, Cartel, Difusión Catálogo Redes sociales Otros</p> <p>Arq. De Equipamiento Servicios</p>	<p>¿Que estrategias de comunicación son las que dominan en esta exposición? ¿Les parecen adecuadas? ¿Son útiles? ¿Contribuyen a aclarar el discurso de la exposición?</p>

OPINIÓN

N1... **Difusión** ... yo porque me dijiste que fuera a ver la exposición porque yo no tenía ni idea...
... a la entrada la persona que tiene que estar allí para darte información creo que no daba información.

N2... precisamente lo que pone en el libro son los mismos plafones, el problema es que el librito a mí me costó conseguirlo... tienes que insistir para que te den ese medio de difusión.
Pero es curioso porque solo es en esta exposición, ¿no? porque en la otra exposición que estaba allí en la entrada y podías cogerlo y también es del mismo centro **cultural**.

N3... **Folleto de mano** ... sí que nos dio información pero porque nos confundieron y desde el principio explicábamos de dónde veníamos y a qué veníamos...
... precisamente ese librito nos lo daba pero porque sabía a lo que íbamos pero no lo daban.

N4 -----

N5... la tengo vista a nivel de web y redes sociales, y como estrategia de comunicación sin haberla visto, yo creo que este librito explica muy bien...

Pregunta N. 9

OBJETIVO ESPECÍFICO	MEGACATEGORÍAS	CATEGORÍAS	INSTRUMENTO
Analizar la experiencia del visitante con el resto de los servicios del equipamiento.	SERVICIOS DEL EQUIPAMIENTO	Equipamiento: Trato personal Mobiliario Mostrador Lavabos Guardabultos Otros	Para finalizar, al realizar su visita tuvieron contacto con otro tipo de servicios como los lavabos, el personal, el guardabultos, etc., en su experiencia ¿en qué medida estos condicionaron positivamente o negativamente su visita? ¿Y eso influyó negativamente o positivamente en su experiencia?

OPINIÓN

N1... no hay servicio de sala ni... personal, no hay personal, es como si no hubiera personal prácticamente.

N2 -----

N3... no nos encontramos a prácticamente nadie más del museo, los que están en el mostrador no se mueven de allí, tampoco hay personal de seguridad en las distintas salas... o sea, puedes entrar perfectamente tú solo, recorrerlo, e irte sin mediar palabra con nadie del museo.

N4 -----

N5 -----

N1 -----

N2 Precisamente quien nos dijo el itinerario realmente, era otro visitante, porque no había nadie más que nos informara sobre eso...

N3 Quizás...

...no sabíamos por dónde empezar y, quizás, si hubiera habido alguien le hubiéramos preguntado: "oye, ¿por qué lado empezamos?" porque era como que estaban los créditos y la explicación en un lado pero parecía que teníamos que entrar por el otro...

O sea, el recorrido era... tenías que hacer ese sí o sí pero no te decía por dónde empezar, y en realidad tiene un sentido.

N4 -----

N5 -----

Pregunta N. 10

OBJETIVO ESPECÍFICO	MEGACATEGORÍAS	CATEGORÍAS	INSTRUMENTO
<p>Analizar la correspondencia de la propuesta gráfica con el resto de los elementos generados para la exposición</p> <p>Trazo, el dibujo como fuente de conocimiento.</p> <p>Arts Santa Mónica Barcelona, 2014.</p>	<p>COHERENCIA DE LA PROPUESTA GRÁFICA CON EL RESTO DE LOS ELEMENTOS</p>	<p>Propuesta: Arquitectura - Espacial Mobiliario Iluminación</p>	<p>¿Cuál es su opinión sobre la convivencia y correspondencia entre la propuesta gráfica con el resto de elementos, tales como arquitectura, mobiliario, colección, audios, etc?</p> <p>¿Y la iluminación fue uno de los recursos que determinó o condicionó la apreciación de la exposición? Como los textos informativos, o...</p>

OPINIÓN

N1... Es que a mí no me pasó todo esto. *Coincido con vosotros cuando decís lo de la iluminación*, es verdad, la iluminación no es la correcta...
 ... insisto en que yo conecté... una parte de la historia de mi vida y, a lo mejor, esto me hizo acercarme de otra manera.
 ... yo pude ver la exposición y me gustó... estuvo bien, pero coincido en que la iluminación no era la correcta, es verdad. Y yo entendí el discurso...

N2... *Coincido con ella porque además era como difícil de entender porque en algunos ámbitos la luz...*
 ... los dibujos son complementarios, explican ese texto, si el texto no lo lees tú ves una cantidad de obras ahí y ya está, es como que pierdes el mensaje.

N3... Yo creo que no...
 ... *cada ámbito tenía un tipo de luz diferente y ninguno creo que fuera el más adecuado* para lo que estaban mostrando, todos hacían reflejos que no te permitían ver bien.
 ... los dibujos que estaban apoyados en la pared tenías que verlos desde lejos, no podías desde cerca porque te encontrabas con todos los cables de las lámparas... y aparte, nadie te había dicho que no podías pasar por allí, tú podías pasar perfectamente porque la cortina te dejaba...

N4 -----
 N5 -----

N1... *no soy tan fetiche con las exposiciones y a lo mejor un día me encontraréis allí que me vendrán a buscar, pero... yo no tuve problema, no sé... es un cristal...*

N2... *querían conseguir como un valor artístico o estético de una iluminación pero, en sí ha condicionado mucho la visualización de esas obras, y ha perjudicado...*

N3... *Sí yo creo que sí, porque primero donde había texto no tenía una iluminación buena porque si está arriba y está grabado y lo aplanas y no se aprecia el relieve no puedes leer bien...*

N4 -----
 N5 -----

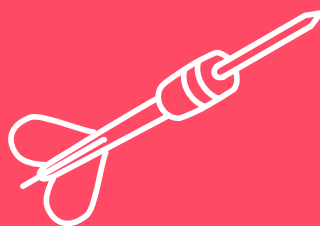
OBJETIVO ESPECÍFICO	MEGACATEGORÍAS	CATEGORÍAS	INSTRUMENTO
	COHERENCIA DE LA PROPUESTA GRÁFICA CON EL RESTO DE LOS ELEMENTOS	Propuesta: Arquitectura - Espacial Mobiliario Iluminación	Me han dado su opinión respecto al contenido y la funcionalidad, y a nivel estético ¿Qué correspondencia creéis que tienen estos elementos con la propuesta gráfica que se hizo? Y para finalizar de los recursos que no estaban dentro de la sala como las venecianas u otras estrategias, ¿qué experiencia tuvieron?

OPINIÓN

N1... al final el mensaje que me dieron fue este, y lo digo tal cual: "¡ay mira estos de Sant Lluç mira que han hecho! Ha llegado aquí una persona, les ha hecho aquí una exposición han tenido una idea, han cogido de Sant Lluç... y han hecho aquí una exposición y más o menos ha funcionado"
... repito yo tuve el efecto sorpresa entonces me gustó, pero creo que se podría haber trabajado un poquito más ... estéticamente, ya lo he comentado, que sí que me funcionó.
... entiendo que otro tipo de público no pueda conectar, pero sí que lo que has dicho número 4, el grafismo mismo ya tiene su lenguaje no necesita de explicación. El grafismo... de dibujo, letras... la exposición hablaba por sí sola, ¿no?
... yo conecté muchísimo, entendí muy bien el discurso de que... claro, a lo mejor tiene que ver con mi formación, claro.
N2... ese discurso no se entiende. O sea, tú entiendes la obra y la grafía pero estaba organizado por temas, y si tú no especificas en alguna cartela los temas podías llegar a alguna conclusión pero era difícil.
N3... intentaron poner los paneles de madera en la pared para que se integrara un poco pero... todo muy de madera, muy cálido, las paredes muy blancas, y en realidad no... yo no le veo mucha relación.
N4... A mí también me gustó el mensaje, el discurso, pero sí que querría volver a una cosa de funcionalidad. ... las cartelas con el nombre y que indican las obras... yo lo miraba y pensaba: "pero esto que es, esto de aquí, esto de aquí, o aquello de ahí..." que hasta pensé que podría no haberlas, que podrían ser solo los objetos, solo las piezas, con el texto del principio...
... los audiovisuales que había en alguna ocasión como que me despistaba, ¿no? estaba ahí mirando pero escuchaba al señor diciendo las teorías de Einstein y...
N5 -----
N1 -----
N2... Coincido con ella en que la información que te dan siempre es la misma, porque en todas partes te aparece el mismo texto.
N3... apenas he visto otros soportes, de hecho los he buscado expresamente y la información que aporta es muy básica, te explican quién ha colaborado, los autores de todos los dibujos, pero la explicación es muy breve, y en todas las webs que hablan prácticamente es lo mismo.
... no funciona su aplicación, y en las redes yo creo que no tienen demasiada información.
N4 -----
N5 -----

Capítulo 3

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS
Y VALORACIÓN DE LA PROPUESTA
METODOLÓGICA "B" DE EVALUACIÓN



PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y VALORACIÓN DE LA PROPUESTA METODOLÓGICA "B" DE EVALUACIÓN

3.1 Presentación de resultados

En el presente apartado se revisará el camino que siguió la investigación tras haber implementado la Metodología B, tanto las fichas de observación como el grupo de discusión arrojaron una vasta información, la cual requirió ser analizada e interpretada. Habrá que describir la propuesta que se planteó para el análisis de datos, también dar a conocer cómo se desarrolló, para posteriormente señalar los hallazgos de la evaluación y finalmente dirigiremos nuestra atención a señalar el impacto de esta primera implementación de evaluación a las disciplinas del diseño y la comunicación visual, así como al quehacer museográfico. *Se recomienda revisar el ANEXO IV para confrontar la información recolectada en las fichas de evaluación.*

Antes de volcar la atención hacia el análisis de la información puntualizaré las condiciones que podemos identificar en esta propuesta de Metodología B de evaluación, para esto habrá que recordar las diversas etapas que puede abarcar la evaluación de un programa cultural o exposición, es decir, la evaluación preliminar, formativa y sumativa.

He hecho un énfasis en la evaluación sumativa, ya que podemos afirmar que la propuesta desarrollada en el presente proyecto de maestría, únicamente se enfocó en el estudio de esta última etapa de la exposición, aunque se planteó abarcar las tres etapas que atraviesa una propuesta gráfica, las condiciones de tiempo y disponibilidad de los equipos que laboran en los equipamientos culturales no fueron las más favorables. El acceso no condicionado y permanencia de las exposiciones ya montadas permitió trabajar con más detalle sobre esta última etapa.

Ahora daré lugar a la descripción de los recursos necesarios para llevar a cabo la interpretación de datos, ya que fueron estas mismas características de la evaluación sumativa y de los instrumentos retomados de la investigación cualitativa, las que contribuyeron al desarrollo y planteamiento de los recursos de análisis de datos, es decir, las tablas, códigos, imágenes, esquemas, citas, entre otros.

La evaluación sumativa tiene la condición de que los resultados obtenidos no solo impactarán al presente proyecto que se esté estudiando, en este caso la propuesta gráfica de la exposición de arte, sino que estos podrán servir o ser tomados en cuenta para proyectos futuros. Por tanto, el análisis que se realiza de los resultados debe ser minucioso, la información que se recolecta en la última etapa de cualquier proyecto suele ser muy abundante “*La evaluación sumativa a menudo plantea el reto más difícil de traducción*” (Diamond, Luke, Uttal, 2009, p. 120), por lo que todo tipo de información debe ser entendida con la misma importancia.

También la información que se obtiene tras el uso de herramientas planteadas por la investigación cualitativa, requiere de un tratamiento distinto del que utilizaríamos si hubiéramos trabajado con las técnicas y planteamientos de la investigación cuantitativa, esto se debe a que la extensión y características de los datos dependen en gran medida de las condiciones en que se haya suscitado el desarrollo del trabajo de campo, son situaciones menos controladas, y el tipo de datos que se recolectan suele ser textos, imágenes y/o videos que mayormente registran opiniones subjetivas, apreciaciones a detalle, silencios, actitudes, entre otros, por lo que podemos establecer que no existe ninguna fórmula o seguimiento estricto para llevar a cabo la interpretación de los datos.

A pesar de esta condición tan singular de la investigación cualitativa, existen diversas recomendaciones que pueden ser tomadas en cuenta, y adaptarse según las necesidades de los datos y las finalidades que se pretendan dar a conocer. Es importante que previamente a establecer un método de análisis se revisen ejemplos realizados en otras investigaciones o áreas de estudio similares, este tipo de referencias nos ayudan a identificar cuáles instrumentos y herramientas pueden ser más útiles.

Siguiendo esta idea fue que se llevó a cabo la revisión de bibliografía y se atendieron las recomendaciones de los investigadores la Dra. Tania Martínez y el Dr. Joan Santacana, quienes cuentan con amplia experiencia en el tema; otra estrategia importante fue hacer la revisión de investigaciones ya publicadas, las cuales resultaron ser excelentes fuentes referenciales; enseguida menciono cuáles de estas se retomaron y cómo se adaptaron para la interpretación de datos de esta investigación.

La propuesta que se desarrolló para el análisis tiene un poco el carácter empírico, donde la prueba y error permitió ir mejorando algunos de los planteamientos iniciales, éstas mejoras se dieron a la par del desarrollo del análisis, las mismas características de la información fueron sugiriendo nuevas vías de interpretación. Fue durante este recorrido que se encontraron las recomendaciones de los autores Matthew B. Miles y A. Michael Huberman (1994) quienes realizaron una propuesta para el análisis de información cualitativa (Qualitative Data Analysis), proceso que consiste de tres etapas. (Diamond, Luke, Uttal, 2009, p. 104)

1. **Reducción de datos** (*data reduction*)
2. **Exhibidor de datos** (*data displays*)
3. **Cuadros de conclusiones y verificaciones** (*conclusion drawing and verification*)

La etapa de reducción de datos básicamente consiste en hacer una selección minuciosa de la información con la que contamos, tratar de centrar la atención en los datos que sean relevantes e importantes y discriminar aquellos que no lo sean, se toman decisiones importantes respecto al orden y categorías de estudio que se plantearán. El objetivo es simplificar, para posteriormente traducir o interpretar la información que será presentada en los reportes finales.

Es en esta etapa donde el uso y planteamiento de códigos resulta muy útil a la hora de categorizar la información, es una herramienta muy práctica para el investigador, los códigos pueden hacerse mediante etiquetas con características específicas que busquen corresponder a frases, conceptos, ideas, fechas y párrafos. La finalidad es tener un certero y mayor control de la información, ya que una de las condiciones es que al ser opiniones subjetivas cada participante opina de distinta manera. Hacer uso de códigos puede resultar muy apropiado ya que la *“Codificación es el proceso de clasificación de las respuestas o comentarios de los encuestados. La gente puede decir cosas similares en diferentes formas... El objetivo del proceso de codificación es identificar este tipo de similitudes y tratarlos como similares en el análisis de datos.”* (Diamond, Luke, Uttal, 2009, p. 104).

Para llevar a cabo esta primera etapa del análisis de la información, se tomó en cuenta el contexto social, sumado a las condiciones que se presentaron en el desarrollo de la evaluación; fue importante reconocer que inicialmente se estableció que se llevaría a cabo la Metodología B en los tres equipamientos de la ciudad de Barcelona, pero posteriormente por cuestiones del tiempo la accesibilidad a los equipamientos culturales, en términos de costo y horarios, así como la disponibilidad de los voluntarios, contribuyeron a que la metodología completa solamente se implementara en un espacio.

Sin embargo, la aplicación de los instrumentos 2 ,1 y 3 de observación sí fue posible llevarlo a cabo en los tres equipamientos, por tanto contamos con dicha información. A pesar de esta situación, para el análisis de resultados en la presente investigación se tomó en cuenta la información del instrumento 1, aplicado en los tres equipamientos con la finalidad de tener una mejor referencia sobre el equipamiento del Arts Santa Mónica.

Lamentablemente, aunque se cuenta con los registros de los instrumentos 2 y 3 de los tres equipamientos se decidió no presentar la información, ya que al no contar con el grupo de discusión de los tres espacios que se enfocan más en la propuesta gráfica de la exposición, el ejercicio de análisis quedaría incompleto, por tanto, se consideró una actividad innecesaria. Entonces, el seguimiento que se le dio a la información tras la implementación de la Metodología B, consistió en enfocar toda la atención a todos los datos relacionados con el Arts. Santa Mónica y su montaje expositivo: *“El trazo, como forma de conocimiento”*.

Se inició el proceso de análisis con las fichas de observación, para lograrlo fue necesario leer a detalle cada una de las fichas, transcribirlas al formato digital, corroborar la información, seleccionar las fotografías para la realización de los esquemas, e incluso volver al lugar y tomar otras fotografías.

Posteriormente, se trasladó la atención al grupo de discusión, contar con el video nos permitió solicitar la transcripción, la cual se leyó en repetidas ocasiones persiguiendo diversos objetivos; se confrontó el guion original con las preguntas realizadas, ya en la sesión surgieron nuevos cuestionamientos y se exploraron otros conceptos, esta condición de la actividad provocó que se tuviera que plantear un formato que favoreciera una lectura y consulta fácil de los resultados.

En la segunda etapa se pensó en qué instrumentos y técnicas de análisis resultarían las más adecuadas para presentar los datos. Fue necesario evaluar las características de unos respecto a otros, la investigación cualitativa suele hacer uso de softwares existentes en el mercado, que son programas que permiten codificar y organizar grandes cantidades de información, como lo señala la Guía para la Evaluación Práctica de la Asociación Americana de Evaluación (AEA), (2015), se cuenta con una sección que ofrece un amplio catálogo de softwares para llevar a cabo el análisis de datos cualitativos. Se puede tener acceso mediante su página de internet en la sección que tiene por nombre *Qualitative Software*.

En esta ocasión no se consideró una buena opción recurrir al uso de un software de este tipo, ya que el número de voluntarios no fue cuantioso y solamente se realizó una sesión de grupo discusión, por lo tanto, se consideraron otro tipo de instrumentos que permitieran clasificar la información por categorías y conceptos. Para establecer cómo quedarían estructuradas, se tomaron en cuenta características de algunos informes ya publicados.

Se identificó que en esta etapa una de las estrategias más recurridas consiste en hacer uso de la descripción que narra a detalle el fenómeno, retomando y resaltando de estas narraciones las opiniones más relevantes que sirven para dar sustento a la investigación, este tipo de señalamientos sirven para evidenciar los hallazgos de la investigación.

Citar las opiniones que los participantes proveen a la investigación permite que se identifiquen patrones similares o contradictorios que ayuden a la interpretación de los contenidos. En el estudio de programas y actividades culturales el uso de citas se reconoce como una poderosa herramienta que permite que se muestren, se destaquen y se aprecien las diferencias individuales de los visitantes en los entornos educativos informales. (Diamond Luke, Uttal, 2009, p. 106) .

Una consideración importante al estar generando el informe es prever lo que implica hacer uso de la paráfrasis con los comentarios, opiniones o respuestas de los visitantes, ya que puede condicionar el sentimiento o actitud original del informante; aunque no se descarta su efectividad, se considera más apropiado hacer uso de las citas directas que se extraen de las grabaciones, videos o textos transcritos.

Atendiendo las consideraciones para presentar la información, se dio paso a la creación de recursos que permitieran presentar la misma, se optó por el uso de tablas, esta preferencia se debe a que son instrumentos que permiten resumir los datos, sin embargo, se pueden incluir en ellas tantas categorías como sean necesarias, también permiten presentar en un solo documento diversos aspectos que facilitan el análisis comparativo de los datos.

Para su planteamiento se requirió esbozarlas de diferente manera para permitir que la organización e identificación de los datos fuera accesible; se establecieron códigos de color y un

orden para insertar los datos, en el caso de la tabla de resultados de las fichas FUECC el código permite se identifique qué valor pertenece a qué equipamiento y a qué concepto, mientras que en el caso de las fichas de soportes gráficos la información se presenta tal cual fue recolectada y solo se destacan las observaciones y opiniones del evaluador con otro color. Y finalmente la tabla de resultados del grupo discusión está clasificada por número de pregunta, que a su vez se divide en objetivo específico, mega categoría, sub categoría, instrumento (pregunta) y opinión (respuesta).

Además cada una de las tablas lleva la información general que les permite ser identificadas; entre los datos incluimos: el nombre, el tipo de información que contiene, concepto, observación, entre otros. Para elaborarla se retomaron de la guía práctica de evaluación (Diamond J., Luke, J., Uttal, A., 2009, p. 99), algunas recomendaciones que deben ser atendidas cuando se plantea el uso de tablas y gráficas:

- No usar colores que puedan causar confusión cuando la impresión del documento es en blanco y negro,
- Evitar una misteriosa y elaborada codificación,
- Que los textos sean planteados de derecha a izquierda, evitar textos que provengan de arriba hacia abajo,
- Mensajes cortos,
- De ser posible evitar el uso excesivo de un código de color,
- Que la tabla o gráfica sea atractiva, que provoque la curiosidad del lector,
- Tipografía clara, precisa y modesta,
- Hacer uso de mayúsculas y minúsculas,
- Preferible usar tipografías serifs

Finalmente se llegó a la tercera etapa correspondiente a las conclusiones y verificaciones, para poder estructurar los informes se recomienda revisar los datos obtenidos una y otra vez, llevar a cabo esta tarea permite revisar que las interpretaciones se estén realizando correctamente. La verificación de los datos puede ser llevada de diferentes formas, considerar vías alternas para hacerlo es una buena estrategia para reconocer vacíos o afirmaciones que no estén quedando claras.

Como se mencionó con anterioridad, la interpretación que el evaluador hace respecto a la información obtenida puede verse influenciada por sus propias expectativas sobre el proyecto, este tipo de situaciones pueden verse reflejadas en las conclusiones, por eso habrá que ser cuidadoso y establecerlas a partir de los datos obtenidos, para ello es recomendable que el evaluador se asuma como un traductor. Se ha recomendado que el análisis de datos sea responsabilidad de más de una persona para así poder examinar las interpretaciones y también establecer los informes finales, lo que permite que las conclusiones de la investigación sean más imparciales.

Las condiciones del presente proyecto de investigación no fueron las más adecuadas para llevar a cabo esta última recomendación, por tanto la alternativa por la que se optó para establecer las conclusiones fue la constante revisión de los datos, verificación de imágenes y notas, todo esto

por parte del evaluador; también se acordaron revisiones con los respectivos tutores y se realizó una presentación de las primeras conclusiones a un grupo de compañeros de seminario, quienes opinaron desde su experiencia y contribuyeron a establecer una mejor manera de generar los resultados.

Las conclusiones de la investigación se presentan en diversos niveles, primero encontramos las de la tabla comparativa de las fichas de observación *FUECC*, enseguida las de las *Fichas de Observación de Soportes Gráficos*, y una serie de resultados sobre el grupo de discusión, todo este conjunto de afirmaciones previas posteriormente fueron confrontadas y verificadas, lo que finalmente nos permitió establecer las conclusiones generales del estudio de caso del equipamiento cultural Arts Santa Mónica.

3.2 Resultados de Ficha FUEEC

Ficha Universal de Evaluación para Equipamientos Culturales

Los datos finales de la ficha FUEEC han sido organizados en una tabla de resultados, donde se incluyen los tres equipamientos y cada uno de los puntos que fueron observados; presentar la información en una misma tabla tiene la intención de realizar un ejercicio comparativo y de reconocimiento.

La observación de los resultados permitió llegar a una serie de conclusiones sobre los aspectos estudiados, para que el lector tenga un mejor entendimiento de éstas, la información se presenta en orden de cada uno de los conceptos enlistados en las fichas, por ejemplo, 1.1 zona de admisión y 1.2 señalización, y utilizaremos el término de equipamiento 1 para referirnos a MACBA, equipamiento 2 para CCCB y equipamiento 3 para el Arts Santa Mónica. E1, E2 y E3

1) OBSERVACIÓN SOBRE EL EQUIPAMIENTO

1.1) Zona de admisión

En los tres equipamientos encontramos la existencia de módulos informativos, para su funcionamiento detectamos personal a su cargo, sin embargo, el trato fue muy diferente. En el equipamiento 1 se proporciona la información necesaria para la realización de la visita, se indica dónde está el mapa para la ubicación de las salas, se informa sobre lo exhibido y de las actividades paralelas, mientras que en los otros dos casos solo se cobra el ticket (E2) o se realiza registro de entrada (E3).

1.2) Señalización

Existe una puntal problemática sobre el uso y aplicación de la señalización, principalmente la carencia de este recurso en los equipamiento o en el interior de la sala, el equipamiento 1 cuenta con un mapa que se ubica en cada uno de los pisos, su problema se debe entonces a que es poco visible, es de color gris muy tenue sobre fondo blanco, por su parte el E2 no tiene ninguna propuesta y el E3 exclusivamente tiene señalado el número del piso.

2) OBSERVACIÓN SOBRE LA EXPOSICIÓN

2.1) Difusión

2.1.1) No ubicada en sitio

Los tres equipamientos ofrecen una plataforma web para publicitar las exposiciones, las cuales se calificaron como buenas ya que ofrecen la información necesaria, sin embargo, son estáticas y convencionales, no ofrecen ninguna visión atractiva, lúdica o educativa al visitante, lo mismo sucede en su propuesta de app, que solamente se localizaron en los equipamientos 1 y 2.

Los tres equipamientos cuentan con redes sociales, pero también solo ofrecen mensajes informativos, siendo el E1 el más activo en relación a los otros dos espacios.

Spots televisivos y de radio no se pudieron localizar, y rótulos en la ciudad se encontraron pendones en perímetros no cercanos del E3, éstos contenían de un lado información del ayuntamiento y por el otro el título y localización de la exposición.

2.1.2) Ubicada en sitio

En los tres equipamientos se encontraron rótulos en torno a la exposición, sin embargo, la distribución, visualización y propuesta gráfica fueron determinantes, ya que hicieron que la publicidad fuera funcional o no.

El E1 tiene tres puntos para colocar publicidad de gran dimensión al exterior del museo y una al interior; el E2 cuenta con cinco puntos de difusión al exterior y dos al interior; mientras que el E3 cuenta con una al exterior y una al interior.

2.2) Recorrido

En los tres equipamientos el discurso proponía una lógica secuencial, la propuesta de montaje del E1 permitía realizar la visita de manera libre ya que los espacios eran abiertos mientras que en los equipamientos 2 y 3 el recorrido fue dirigido, solamente una entrada y una salida; los recorridos de los E1 y E2 eran extensos, por tanto habría resultado positivo introducir espacios de descanso. Finalmente, ninguno de los tres espacios contó con indicación sobre el sentido y señalización.

2.3) Mobiliario

Los tres equipamientos hicieron uso de vitrinas, mientras que el equipamiento 1 utilizó exclusivamente vitrinas tipo estándar (base con capelo con formas regulares y geométricas), los otros dos equipamientos hicieron una propuesta de vitrinas especiales, el E2 utilizó vitrinas transparentes en forma de esfera las cuales estaban suspendidas, los materiales y sistema de sujeción fueron los adecuados; en tanto, la propuesta del E3 presentó vitrinas de corta altura, largas y anchas, que no tenían inclinación al interior, por tanto era complejo observar la colección, además la construcción de los materiales y su estructura de madera y vidrio delgado y de poca calidad provocó que tuviera poca estabilidad.

2.4) Sonorización

En los tres casos encontramos fuentes de sonorización, se evidenció el uso de videos con audio ya sea mediante proyecciones o pantallas Thin Film Transistor (TFT). En el E1 se realizó a través del uso de auriculares y sonorización en zona de proyección, la calidad del sonido fue la adecuada; en el E2 el sonido provino de las pantallas ubicadas en las cédulas temáticas, el problema fue que tenían un volumen excesivamente alto; y en el E3 tenían diversas proyecciones con sonido generalizado, donde el volumen y calidad del audio era bajo lo que impidió la comprensión de los contenidos.

2.5) Propuesta gráfica

La única exposición que contó con una propuesta de identidad gráfica identificable fue la del E2, para las otras dos exposiciones exclusivamente se utilizó un arreglo tipográfico, al cual no podemos definir como identidad, ya que de acuerdo al soporte donde fue plasmado adoptó una forma distinta.

La utilización de cedularios introductorios, temáticos y de objeto se hizo presente en las tres exposiciones, una de las condiciones similares fue la presencia de los textos en castellano, catalán e inglés. Mencionar esta condición resulta importante ya que las consideraciones de espacio y de extensión de los textos se ven reflejadas en la propuesta gráfica de los soportes.

Los equipamientos 1 y 2 para textos introductorios utilizaron la propuesta de vinil gris sobre fondo blanco; el 3 por su parte propuso la técnica del pirograbado sobre la madera, propuesta que estéticamente resulta muy agradable y congruente con los contenidos expuestos, sin embargo, sus posibilidades de lectura son muy reducidas, sobre todo si la extensión de los textos es tan amplia.

Para los cedularios temáticos de los equipamientos 2 y 3 se realizaron propuestas poco convencionales, el 2 propuso el uso de muros completos vestidos con títulos de grandes dimensiones, cuerpos de texto y una pantalla TFT que presentaba la opinión de un experto, la cantidad de información era tan vasta que complicaba la comprensión de la misma. Por su parte el equipamiento 3 retomó la utilización de la madera pirograbada, por su posición totalmente horizontal e iluminación del soporte la lectura se vio fuertemente condicionada.

Los cedularios de objeto en los tres casos respondieron a la fórmula de soporte blanco con tipografía negra, gris o azul comúnmente utilizada.

El diseño de apoyos gráficos fue un recurso utilizado por los equipamientos 1 y 2, en el primero se usó para mostrar acercamientos y fragmentos de algunas de las obras expuestas, se colocó gran cantidad de soportes al interior y al exterior de la sala lo que causó confusión sobre si solamente tenían una función ilustrativa o de qué tipo. En el equipamiento 2 el uso de apoyos gráficos fue de tipo informativo e ilustrativo, la propuesta gráfica era atractiva, pero ésta contenía grandes bloques de información.

Exclusivamente el equipamiento 1 contó con un catálogo de la exposición, éste podía ser consultado durante la visita, así mismo este espacio proporcionó folletos de sala gratis en diversos idiomas, que contienen todos los textos informativos. En este mismo sentido el E3 proporcionó al visitante un folleto y hoja de sala, el primero más completo e ilustrado que el segundo. En todos los casos existió accesibilidad a los soportes, lo

que podemos mencionar es que su propuesta gráfica es demasiado convencional y con grandes extensiones de texto.

Respecto al uso de tipografía las tres propuestas utilizaron una sola fuente San Serif, con variantes de estilo. Por otra parte la gama cromática de las tres propuestas fueron dicromáticas, es decir, blanco con negro, blanco con azul y blanco con gris.

2.6) Medios electrónicos

La utilización de proyectores, audiovisuales en auditorio y el uso de pantallas TFT, son los recursos mayormente utilizados en exposiciones de arte, la información recolectada en la fichas de observación nos permite confirmar esta condición del uso de la tecnología en este tipo de espacios de exhibición.

3) OTROS SERVICIOS

3.1) Cafetería

Solamente el equipamiento 2 cuenta con este servicio, sin embargo, al encontrarse en el perímetro exterior del espacio lo que sucede ahí tiene poca convivencia con las muestras, por tanto no se encontró ningún tipo de recurso gráfico que vinculara los espacios.

3.2) Tienda

Los equipamiento 1 y 2 cuentan con el servicio de librería, ambas pertenecen a franquicias comerciales de librerías de la ciudad (La Centra y Laie), sin embargo, en estas tiendas podemos encontrar material y suvenires de las exposiciones que están siendo exhibidas.

3.3) Lavabos (sanitarios)

Es un servicio presente en los tres equipamientos, sin embargo, la localización, la señalización y limpieza entre los tres es muy distinta, el E1 cuenta con un servicio por piso limpio y ordenado, sin embargo, está poco señalizado. El E2 solo cuenta con un servicio en la planta baja para un edificio de gran altura de tres pisos, su limpieza es regular pero el servicio es insuficiente y poco señalizado. Por último el E3 tiene el servicio dentro de la sala de exhibición, lo cual es poco común, sumado a esto no cuenta con ningún tipo de señalamiento y las condiciones de limpieza y abasto de agua son poco favorables.

3.4) Guarda bultos

Los tres equipamientos cuentan con este servicio que está exento de pago, los encargados del servicio son gente joven o policías, su trato con el visitante es formal y respetuoso; respecto al cuidado de las pertenencias no se presentó ningún tipo de problema.

3.3 Resultados de fichas de observación de soportes gráficos

Tras haber realizado la observación y haber llenado las Fichas de Evaluación para Soportes Gráficos de la exposición *El trazo*, como forma de conocimiento, me di a la tarea de analizar los datos recolectados. Lo primero que se puede establecer son las tipologías de soportes gráficos que se realizaron para este montaje, se identificaron los siguientes soportes gráficos, que es necesario mencionar que suelen ser los más convencionales en el diseño de exposiciones, es decir, hablamos de los textos informativos como: el cedulario introductorio, el temático, el de objeto, un folleto de sala y pendón (veneciana).

Se desconoce la presencia de una propuesta de identidad gráfica (logotipo), porque aunque existe una propuesta tipográfica para el nombre de la exposición ésta no se aplica de la misma manera en los diferentes soportes gráficos; el nombre de la exposición no adoptó una misma tipografía, color y disposición. Esta diferencia se identificó en el tratamiento que se le dio al nombre que se colocó en los soportes gráficos que se ubicaron en el interior de la sala con relación a los soportes que se colocaron en el exterior del equipamiento.

Del **análisis semántico** de la forma de soportes gráficos como objeto y la forma del contenido como el cedulario *introductorio (1)*, *el temático (2)* y *el de objeto (3)* se establece que coinciden en las siguientes características formales: son bidimensionales y estáticos, proponen composiciones geométricas-artificiales y no recurren al uso de imágenes o ilustraciones, por el contrario se configuraron a través de cuerpos de texto que responden a la lógica dicromática, hacen un uso mixto de la luz y de la temperatura, son propuestas saturadas y hay un predominio de la técnica de contraste de color.

En la configuración de los textos se identificó el uso de una misma tipografía, textos alineados a la derecha, uso de mayúsculas y minúsculas, tipografía san serif. Las variantes las encontramos en los puntajes asignados a la tipografía y la técnica de reproducción o impresión, los soportes 1 y 2 utilizan la madera y la técnica del pirograbado para plasmar la información, mientras que el soporte 3 usó la impresión digital sobre vinil adherible.

Respecto al folleto (4) sus dimensiones lo convierten en un recurso bastante accesible para ser portado y manipulado, en él se incluyen todos los textos informativos que encontramos en la sala y se incluye la presentación de imágenes, éstas corresponden a la colección que se exhibe y se distribuyeron a partir de la secuencia temática que plantea el montaje expositivo. Por otro lado encontramos que la extensión del contenido informativo de los soportes 1 y 2 es muy extenso, se reconoce el uso de más de 40 palabras, la creación de párrafos de más de seis líneas y el uso de entre cuatro o más párrafos por cada uno de los soportes.

Del **análisis sintáctico** del contenido del soporte gráfico, es decir, la configuración de los elementos gráficos y textuales, se optó en todos los casos por una composición estática, a partir de utilizar recursos simétricos, constantes y completos. También en los cuatro soportes gráficos existe una jerarquización de lectura, la cual se plasma haciendo uso del tamaño (técnica gráfica), cabe

mencionar que los textos informativos responden a un orden convencional de lectura que sugiere por el planteamiento de un título, un cuerpo de texto, una imagen o complemento.

Respecto al **análisis pragmático** de la forma y contenido de los mensajes se retomó la categoría de estudio que se planteó anteriormente, es decir, mensaje informativo, interpretativo, educativo, ilustrativo y de difusión; se concluye que los mensajes de los soportes 4,3,2,1 son de tipo informativo, sin embargo, el soporte 4 tiene la característica de incluir actividades complementarias que estaba ofreciendo el equipamiento, por lo tanto su mensaje tuvo una doble función, es decir, de tipo informativo y de difusión.

Al analizar a quién se dirigen los mensajes encontramos que los mensajes contenidos en el soporte 1 y 4 van dirigidos tanto al público nacional como a los extranjeros ya que se proporciona la información en los tres idiomas predominantes (catalán, castellano e inglés), pero los mensajes de los soportes 2 y 3 solo los encontramos en catalán. También se concluyó que la información que se proporciona en estos soportes dirige su atención a públicos jóvenes, adultos y adultos mayores no expertos en la temática que presenta, es decir, el dibujo.

Para el análisis del mensaje explícito e implícito de los contenidos, tras haber leído los textos de la cédula introductoria, del folleto y una de las cédulas temáticas, el evaluador pudo concluir en términos generales que el mensaje explícito de estos soportes consiste en que el comisario, responsable de la exposición, resalta las posibilidades que ha tenido el dibujo a través del tiempo en la sociedad y describe cómo ha sido que los seres humanos han aprovechado sus características para satisfacer diversas necesidades.

La opinión del evaluador respecto a los mensajes implícitos que estos soportes proporcionaron al visitante, tiene que ver con la necesidad de reconocer los esfuerzos que permitieron que se realizara la exposición, el hacer consciente al visitante de la importancia que tiene el dibujo en nuestras vidas, además, de proporcionarnos nuevas referencias de procesos, ejemplos y personas que han dedicado su existir a la práctica del dibujo.

Antes de finalizar, me gustaría señalar que la opinión con relación al mensaje implícito que proporcionaron los cedularios de objetos fue meramente informativa, y en ocasiones carente de sentido para una completa interpretación de lo que se observaba, ya que la información contenida solo era el nombre del productor, del artista y de la colección. Por último, en relación al mensaje explícito en la mayoría de los casos el evaluador tuvo problemas de entendimiento ya que los textos no se establecieron en un lenguaje que le fuera posible de comprender. También el evaluador se formuló una serie de cuestionamientos a partir de la jerarquización de la información, es decir, ¿Por qué se inicia la redacción con el nombre del artista? ¿Por qué son importantes? ¿De dónde serán?, entre otras dudas.

3.4 Resultados de grupo de discusión

La sesión del grupo de discusión que se realizó el día 8 de diciembre del año 2014, en torno al tema de la comunicación gráfica dentro de exposiciones de arte moderno-contemporáneo en su análisis arrojó una serie de datos sumamente importantes en torno al tema de diseño de exposiciones. Pero además, lo que se logró fue evidenciar las ventajas de utilizar un método cualitativo, ya que son las mismas condiciones de sus instrumentos las que permiten aproximarse de una forma más real a los fenómenos, permitiendo un verdadero y puntual acercamiento con las fuentes de información.

Lo que se obtiene de este tipo de aproximaciones es realmente conocer una visión pura y subjetiva de quien opina, dejando de lado los supuestos presentes en este tipo de investigaciones. Factores como la falta de recursos o tiempo, no permiten que se planifiquen y se invierta en estrategias más sofisticadas de investigación. Ahora bien en este caso preciso se develó la opinión de un grupo de cinco voluntarios respecto al concepto y propuesta de comunicación gráfica, insistiendo principalmente en su experiencia y consumo de una propuesta realizada para una exposición de arte moderno-contemporáneo.

La información recabada, al ser puesta bajo la lupa, evidencia algunas de las problemáticas que el diseñador gráfico y/o visual ha dejado de lado, minimizando la importancia en muchas de las ocasiones del porqué y el público objetivo de su propuesta. En un primer momento, para iniciar la discusión fue necesario extraer el concepto de comunicación gráfica del resto de los elementos que participan en un montaje museográfico, es decir, tratar de definirla, y categorizarla con el fin de que su estudio fuera más sencillo, el siguiente paso fue discutir sobre sus posibilidades una vez que se encuentra conviviendo con el resto de los elementos museográficos.

A pesar de que esta investigación puntualiza y dirige gran parte de sus esfuerzos al estudio y diseño de la propuesta de comunicación gráfica, en su desarrollo el grupo de discusión deja ver nuevamente otra serie de problemáticas que ya han sido puestas a discusión por otras áreas de estudio en el tema del diseño de exposiciones, principalmente los condicionamientos del término arte, los contenidos, la propuesta arquitectónica, apreciación de colecciones, la mediación ofrecida por el equipamiento cultural, entre otras.

Como se mencionó antes el grupo de discusión se llevó a cabo con la participación de voluntarios, quienes fueron convocados en la Universidad de Barcelona, por tanto, fue necesario hacerles una breve presentación de los objetivos de este tipo de instrumento y de la temática de estudio, aunque en un primer momento la respuesta de participación fue más amplia que la final, se logró realizar la actividad. Los participantes finales, respondiendo a sus propios intereses en su mayoría estaban involucrados con la gestión, producción o estudio del arte.

Aunque no se logró la multiplicidad en los perfiles de los voluntarios, característica esencial del grupo de discusión, sus opiniones no fueron similares, por el contrario resaltan diversas apreciaciones en torno a la exposición de arte, siendo coincidentes sus opiniones con su posición y ejercicio profesional cotidiano, principalmente respecto a la temática del arte moderno y contemporáneo.

Las preguntas y respuestas se categorizaron con la intención de ser confrontadas con la información recolectada en las fichas universales de evaluación, lo que permitió en algunos casos reforzar y en otros resaltar que la apreciación del experto es muchas veces muy distinta de quien consume la propuesta, es decir, del visitante. Es así como el grupo de discusión, permitió generar nuevos cuestionamientos y nuevos hallazgos a los que el evaluador debe prestar atención, antes de dar una opinión. Enseguida se muestran algunas de las conclusiones a las que se pudieron llegar una vez analizada y categorizada la información generada mediante el grupo de discusión.

Igualmente la participación se vio condicionada por el nivel de conocimiento y acercamiento que se tiene con el concepto de propuesta gráfica y arte, el informante N4 en repetidas ocasiones no tuvo una respuesta, posiblemente por su poca relación con el arte moderno y contemporáneo. En este mismo sentido la informante N5 en varias ocasiones no tuvo participación, concluyo que esto se debe a su interés por los espacios independientes y no consagrados, comúnmente utilizados por las propuestas de arte moderno y contemporáneo.

3.4.1 Resultados de grupo de discusión por pregunta

1. ¿Qué entendemos por comunicación gráfica en una exposición de arte?

La discusión comenzó con la exploración del concepto de comunicación gráfica, su función, utilidad y presencia en exposiciones de arte moderno y contemporáneo, lo que las respuestas dejaron ver es que existe poca claridad sobre qué es y en qué consiste una propuesta de diseño y comunicación gráfica, se hizo mención a los textos informativos, identidad gráfica “marca” y sus posibilidades de difusión para atraer a los públicos.

Los informantes N1 y N4 no tuvieron una respuesta para esta pregunta.

¿Qué debería incluir según ustedes?

Para ampliar la pregunta, a los voluntarios se les pidió explicar qué considerarían que una propuesta de este tipo debiera incluir. Se evidenció la confusión entre la propuesta de diseño y los propios contenidos expuestos, es decir, la colección y los contenidos informativos que la acompañan. Cuando se exploró el concepto de soporte gráfico, resultó difícil contestar que incluirían en uno, debido a que las tipologías de estos hace posible utilizar desde un soporte tradicional (impreso) a uno digital (audiovisual).

Los informantes N2, N3 y N5 no tuvieron una respuesta para esta pregunta.

2. Las exposiciones de arte contemporáneo ¿Suelen tener una comunicación gráfica que les ayuda a entender el arte que exponen?

Los informantes, excepto el N4 que no tuvo un comentario, reconocen la complejidad del arte contemporáneo, describen cómo el artista produce su obra, la cual es resultado de un largo proceso de investigación, y es justamente este desarrollo lo que no puede ser presentado una vez que se exhibe, por tanto el voluntario N1 señala la necesidad de explicar a los públicos el proceso de creación del artista en el propio equipamiento, ya que es evidente que no hay una enseñanza de estos conocimientos en la escuela.

Por otro lado, N3 señala una de las aproximaciones que el arte contemporáneo se ha planteado, es decir, explicarse por sí mismo. En este mismo sentido se señala cómo en muchos de los casos son los propios artistas quienes plantean esto, lo cual se ve respaldado por los equipamientos culturales dejando fuera la utilización de elementos mediadores, entre ellos el uso de soportes gráficos. Por tanto, se limitan a dar textos muy generales o en el peor de los casos especializados.

¿Son del parecer que el arte ya se expresa por sí solo y por lo tanto no requiere demasiada comunicación gráfica?

En este sentido es sumamente importante que en la enseñanza del arte contemporáneo también implique dar a conocer a los públicos que no todo se tiene porqué entender. A lo que se suma que han sido los mismos grupos de poder del arte, los que han generado la idea de que el arte es complicado de entender, y solo mediante estudios previos podrías disfrutar de él. Existe la contraparte de hacerlo tan entendible, lo que podría provocar que se anule su dimensión de despertar una opinión subjetiva del espectador, la posibilidad del arte de generar emociones y sensaciones.

Los informantes N2 y N5 no tuvieron ninguna respuesta.

3. ¿Hasta qué punto una buena o una mala comunicación gráfica influye en su opinión sobre lo expuesto? Hay personas a las que no les afecta mucho y lo que les importa dicen que es lo qué se expone, no cómo se expone. ¿Qué opinan al respecto?

Tres de las opiniones reconocen la importancia del uso de la comunicación gráfica en una exposición, además de cómo es que a través de una buena o mala propuesta se puede ver condicionada la transmisión de un contenido o mensaje. Incluso se pueden llegar a interpretar discursos equivocados.

N1 plantea que existen los casos donde la propuesta de diseño y comunicación gráfica puede dejar de ayudarte y por el contrario perjudicar. En una exposición, la comunicación gráfica es un elemento que permite reforzar el discurso de una exposición, será mediante los contenidos que la propuesta adquiera una forma y no otra, coherencia entre contenido y forma.

Los informantes N3 y N4 no dieron una respuesta.

4. Hay muchas estrategias posibles de comunicación gráfica: campañas de difusión en cartelera, internet, etc., generar catálogos, proyecciones audiovisuales en el interior de la exposición, interactivos, paneles de texto en la propia exposición, módulos infomáticos de participación al final del recorrido, experiencias de visita guiada, actividades paralelas, talleres, etc. ¿Cuáles de estas estrategias les han resultado más útiles?

Al hablar de las tipologías y cualidades de cada una de las estrategias utilizadas por los equipamientos culturales, las opiniones coincidieron en que son las condiciones de presupuestos del equipamiento, los públicos, es decir, localización y tipo de población los principales factores que determinan el uso de una estrategia en relación a otra, sin embargo, uno de los informantes señala que todas las categorías son muy efectivas.

Los informantes N2 y N3 no dieron una respuesta.

*** Cuestionamientos originados en el propio desarrollo del grupo de discusión.**

*** Y por ejemplo cuando hablas de las comunicaciones en el exterior desde tu experiencia, ¿Estas comunicaciones gráficas han sido en el área del equipamiento o en espacios más alejados?**

*** Y en su experiencia algo que recuerden que digan: "Esto siempre ha funcionado, siempre capta la atención..." ¿Pueden recordar algo?**

*** Medios de comunicación ¿sería radio, televisión?**

Nuevamente se menciona la dimensión de una población es la que determina en gran medida la función del soporte empleado para realizar la difusión de la exposición. La presencia del soporte impreso, cartel y flyer en perímetros cercanos resulta muy útil, sin embargo, la mayor parte de los informantes resalta la importancia de la inmediatez que la tecnología ofrece, principalmente a través del internet y el uso de redes sociales y blogs de opinión.

En la discusión los medios de comunicación masiva como tv y radio para la difusión de exposiciones quedó prácticamente anulada, únicamente realizando breves comentarios con relación al uso de la radio para la difusión de exposiciones: depende del presupuesto y dirigido a un público específico.

5. La comunicación gráfica a veces es simplemente informativa; otras veces es interpretativa, en ocasiones simplemente pretende difundir un mensaje y en ocasiones quiere tener funciones didácticas o pedagógicas. ¿En una exposición de arte contemporáneo, cuáles de estas funciones priorizarías?

Dos de las opiniones (N3 y N5) priorizan la función informativa, que muchas veces la comunicación gráfica adopta y que es comúnmente utilizada en museos, sin embargo, señalan que no se trata de que ésta contenga una interpretación literal, por tanto reconocen la importancia de incluir la función educativa y didáctica de las propuestas.

Por su parte una de las opiniones prioriza la función de difusión, la cual refiere que la propuesta no debiera siempre únicamente quedarse en la realización de soportes gráficos, sino por el contrario experimentar y buscar otro tipo de estrategias. Para dar continuidad a lo expresado por los voluntarios surgieron tres cuestionamientos más.

Los informantes N2 y N4 no tuvieron una respuesta.

*** ¿Cómo te gustaría que fuera la idea de los soportes gráficos? ¿Qué me podrías decir que te gustaría?**

*** Otras formas de presentar los contenidos**

Hablando de las estrategias no convencionales, se menciona sacar la colección a la calle, a lo que otro voluntario agrega la posibilidad de utilizar réplicas, evidentemente con la intención de conservar las piezas, en resumen la necesidad de desarrollar soportes de carácter sinestésico es explorar otros campos más allá del para estimular los sentidos.

Los informantes N3, N4 y N5 no dieron una respuesta.

***Podríamos decir que depende de la colección se puede desarrollar una estrategia...**

En la discusión solo uno de los voluntarios (N1) menciona una exposición de esculturas al aire libre de Rodin, donde las piezas podían ser manipuladas, para tratar de ejemplificar lo comentado, sin embargo, lo que resulta de esto, es resaltar que hay obra que se piensa o se replica justamente para lograr este objetivo, por tanto cuando se utiliza esta estrategia con otro tipo de obra que jamás fue pensada para esto y hacerla accesible a la manipulación de los públicos, podría ayudar a cambiar la idea de la pieza de museo como reliquia, inaccesible o fetiche.

Los informantes N2, N3, N4 y N5 no dieron una respuesta.

6. ¿Puedes comentar alguno de los defectos que más odias de algunos ejemplos de comunicación gráfica? ¿Qué es lo que más aprecias?

En esta pregunta las respuestas fueron pocas, enfocando la atención mayormente a los defectos que más odian los informantes, principalmente los recursos que más molestia causan son los textos informativos, la opinión se aterrizó en dos sentidos el medio, respecto a esta perspectiva las características formales que caracterizan los cedularios o fichas de objeto, composición, tamaño y ubicación.

Además del medio, los informantes señalan la vasta cantidad de contenidos que se encuentran en los muros de las exposiciones, tales propuestas resultan agotadoras y poco atractivas, surge la pregunta ¿No pueden sustituirlo por otra cosa? , las opiniones nuevamente declinan su preferencia por la imagen y objetos manipulables, es decir, buscar la funcionalidad de otros recursos más sensoriales.

Los informantes N4 y N5 no dieron una respuesta.

DISCUSIÓN ENFOCADA AL MONTAJE DE LA EXPOSICIÓN:

TRAZO, EL DIBUJO COMO HERRAMIENTA DEL CONOCIMIENTO DEL CENTRO CULTURAL ARTS SANTA MÓNICA.

7. Después de este debate, ¿Qué opinan de la comunicación gráfica del centro santa mónica? ¿Es funcional? ¿De qué tipo creen que es? ¿Es simplemente informativa; es interpretativa, es simplemente para difundir un mensaje o quiere tener funciones didácticas?

Las respuestas dejaron ver dos opiniones que se contraponen y que responden a la experiencia que los informantes tuvieron en la exposición, se demuestra que los recursos utilizados por el montaje fueron más significativos para unos que para otros. El informante N1 fue quién más se identificó y disfrutó con la exposición porque ha estado mayormente involucrado con los recursos del montaje, es decir, con la madera, la pintura, la suciedad de la disciplina, entre otras.

Sin embargo, dos opiniones reconocen el nivel escenográficos (N2 y N3) de los recursos, pero cuestionan la funcionalidad que los textos tuvieron al ser tan extensos y estar pirograbados en madera, en esto último coincide N4; no contar con la ubicación e iluminación apropiada. Aunque

la apreciación de los recursos es distinta los cuatro participantes indicaron que la funcionalidad que tiene la comunicación gráfica en este montaje es meramente informativa.

El informante N5, no dio una respuesta.

8. ¿Qué estrategias de comunicación son las que dominan en esta exposición? ¿les parecen adecuadas? ¿son útiles? ¿contribuyen a aclarar el discurso de la exposición?

Las estrategias para la difusión de la exposición son ligeramente mencionadas, pero nadie puntualiza en su funcionalidad, por el contrario los recursos proporcionados en el propio equipamiento como hoja de sala, folleto y textos en plafones son mayormente comentados, para N2 la propuesta del equipamiento se conforman en repetir la información en cada uno de ellos.

A esta problemática se suma el poco o condicionado acceso que se puede tener de los recursos proporcionados por el equipamiento, ya que se menciona que fue difícil obtener el folleto y quienes lograron lo hicieron a través de una presentación de las intenciones de la visita. Señalan la indiferencia y poco interés al visitante en el módulo de recepción.

El informante N4 no dio una respuesta.

9. Para finalizar, al realizar su visita tuvieron contacto con otro tipo de servicios como los lavabos, el personal, el guardabultos, etc., en su experiencia ¿en qué medida éstos condicionaron positivamente o negativamente su visita?

Como se mencionó antes el servicio que más se echó en falta fue la función del personal (en mostrador o en sala) del equipamiento para dar a conocer la información básica u orientación que los visitantes requieren para visitar la exposición. Un par de informantes obtuvieron la orientación por parte de otro visitante.

Los informantes N2, N4 y N5 no dieron una respuesta.

¿Y eso influyó negativamente o positivamente en su experiencia?

Con la respuesta de los visitantes se obvia que esto influye negativamente ya que la carencia de una señalización adecuada para realizar el recorrido puede ser causa de una mala interpretación del discurso, además, una ubicación poco pensada de los recursos gráficos contribuye a la confusión, en este montaje se menciona que el texto informativo introductorio se encontraba enfrentado a los créditos finales de la exposición.

Los informantes N1, N4 y N5 no dieron una respuesta.

10. ¿Cuál es su opinión sobre la convivencia y correspondencia entre la propuesta gráfica con el resto de elementos, tales como arquitectura, mobiliario, colección y audios?

La discusión nuevamente nos mostró que contar con conocimientos previos o una formación estrictamente ligada a la producción de piezas artísticas condiciona positivamente el entendimiento de los contenidos expuestos, sin embargo, opiniones como la del informante N1 señalan que es su propia historia de vida la que le permite conectar sin problemas con la exposición, pero reconoce que existe otro tipo de público que requiera de otro tipo de elementos u estrategias para lograrlo. Los informantes N4 y N5 no dieron una respuesta.

*Me han dado su opinión respecto al contenido y la funcionalidad, y a nivel estético ¿qué correspondencia creéis que tienen estos elementos con la propuesta gráfica que se hizo?

La exposición al estar basada en un guion o discurso museográfico debiera agotar los recursos que le ayuden a traducirlo, sin embargo, el montaje condicionó la funcionalidad de los soportes gráficos y de la colección al querer lograr un efecto meramente estético, el tipo y ubicación de la iluminación por un lado, y por otro la ubicación de las proyecciones, cableado.

Los informantes N4 y N5 no dieron una respuesta.

*Y para finalizar de los recursos que no estaban dentro de la sala como las venecianas u otras estrategias, ¿qué experiencia tuvieron?

Sobre los recursos externos que se generaron para la exposición, uno de los informantes dijo que tuvo que buscarlos expresamente, ya que no era sencillo localizarlos. Por otro lado, los informantes que tuvieron contacto con los medios digitales como página web, redes sociales y app, opinaron que la información que contiene es muy básica y breve, además, de que nuevamente es repetitiva. "... la explicación es muy breve, y en todas las webs que hablan prácticamente es lo mismo".

Los informantes N1, N4 y N5 no tuvieron una respuesta.

3.4.2 Confrontación de resultados de fichas de observación y grupo de discusión

La metodología de análisis propuesta para llevar a cabo la evaluación permitió reunir una serie de resultados obtenidos a partir de observar y verificar cada uno de las categorías o cuestionamientos que se establecieron como objetivos de estudio, como lo pudimos ver existieron determinadas categorías de estudio que lograron ser mayormente abordadas en relación a otras, esto a pesar de que se procuró que todas se cubrieran.

Esto se debió a las condiciones que envolvieron a cada una de las categorías de estudio, y a la propia práctica de evaluación, es decir, los comentarios y observaciones que se muestran a partir de haber implementado las fichas de observación sobre los soportes gráficos por parte del evaluador; en mi caso como profesional del diseño y la comunicación visual son mucho más especializados y detallados, como consecuencia de que se atendieron muchos aspectos a los que un individuo ajeno a esta profesión puede reconocer.

Pero justamente este aspecto es lo que le otorga un sentido imparcial a la muestra, ya que los aspectos que el especialista no pudo reconocer debido a su formación, pudieron ser señalados por los comentarios, quejas, propuestas, necesidades, deseos y/o emociones que los asistentes y consumidores de la muestra pudieron expresar. Ambas perspectivas se complementaron, para que a partir de ellas se pudieran establecer conclusiones generales de este primer intento de metodología de evaluación para propuestas gráficas diseñadas para exposiciones de arte moderno y contemporáneo.

Esta visión de la exposición como resultado de la suma de una serie de elementos que merecen ser atendidos con detenimiento, pero nunca aislaos del resto, contribuyó tanto a que los informantes del grupo de discusión se involucraran y cuestionaran qué y cómo es o debiera ser la comunicación gráfica, como a despertar el interés sobre las formas visuales que adquieren los soportes gráficos, mientras que el evaluador-diseñador-comunicador visual incrementó su atención sobre los contenidos y las diversas funciones que puede adquirir una propuesta de comunicación gráfica. Finalmente se logró conjuntar el contenido y la forma, ambos aspectos se pusieron a discusión y permitieron concluir lo siguiente.

La propuesta de difusión realizada para esta exposición se conformó por la colocación de pendones en el exterior del equipamiento y relativa distribución de éstos en algunas de las avenidas principales de la ciudad de Barcelona, también se difundió la muestra en las redes sociales del equipamiento, así como en su página web; a pesar de haber recurrido al uso de estas estrategias, tanto la propuesta, que en términos formales fue muy indiferente a los contenidos que se exhibían, como el uso disimulado de las plataformas virtuales no benefició a la propagación de la muestra por la ciudad, esto pese a que el equipamiento se ubica en la Rambla principal de la ciudad.

De tal gravedad es esto, que conviene señalar que el primer contacto que el evaluador tuvo con el equipamiento y con la muestra en sí fue en la búsqueda de los equipamientos a estudiar, nunca por alguna campaña de difusión ni mucho menos; posteriormente la mayoría de los informantes mencionaron que ellos desconocían la existencia de la exposición y que la habían visitado gracias a la sugerencia del evaluador y por su participación en el grupo de discusión.

En relación al diseño museográfico, éste se vio condicionado por las características físicas del equipamiento, también por el tipo de obra que se estaba exhibiendo, en este caso específico hubo un predominio de las intenciones estéticas de los materiales y sistemas de impresión por evocar un estudio de artista y ambientes donde se lleva cabo la práctica del dibujo, en la insistencia de querer lograrlo se condicionó la lectura de los textos informativos, la seguridad y accesible apreciación de la colección.

Aunque es evidente la utilización de soportes gráficos, se concluyó que no provocan el interés del visitante para sentirse atraídos por ellos, ni mucho menos tiene la intención de ser recursos interactivos, propuestas convencionales y estáticas, una de las conclusiones más importantes es optar por hacer uso de la sinestesia para proponer los apoyos complementarios de la exposición y no solamente considerar el uso de propuestas visuales, por el contrario, considerar el sonido y el tacto como otras posibilidades creativas.

Hubo un predominio de soportes convencionales que suelen ser utilizados en el interior de las salas de exposición, estos tienen la característica de ser grandes contenedores de texto; en este montaje no solamente hicieron uso de un lenguaje no accesible a todos los públicos, sino que redujeron las funciones del mensaje a un discurso meramente informativo e ilustrativo.

El tratamiento gráfico que se le dio a los pocos soportes gráficos que se realizaron para el interior de las salas fueron propuestas estáticas y carentes de un tratamiento editorial, ya que algunos de los textos eran totalmente ilegibles (por tamaño e inter letrado), además hubo un escaso uso de los elementos del diseño, es decir, la forma, el color, la luz, las figuras retóricas, técnicas de representación y tratamiento gráfico, así como de materiales y sistema de impresión y reproducción.

Aunque se reconoció la existencia del uso de las nuevas tecnologías, como la app, y el uso de medios digitales y virtuales, como las proyecciones simples y la página web, se resaltó su mal aprovechamiento. Se determinó que fueron propuestas de mala calidad a pesar de que las posibilidades y alcances pudieron haber logrado otros objetivos para dar nuevos sentidos al brindar algún beneficio al visitante, sus aspectos de funcionamiento no fueron tomados en cuenta. Incluso algunos de los soportes gráficos impresos y digitales tuvieron el mismo tratamiento y se incluyó en ellos la misma información.

Respecto a los servicios del equipamiento, la carencia de señalización u orientación en el edificio y sala, como un recurso para el visitante, fue añorada, debido a que contribuyó a que la experiencia tanto del evaluador como la de algunos participantes fuera una visita incierta y cautelosa, ya que al no contar con los referentes necesarios para seguir el recorrido se tuvo la duda de si se estaba realizando correctamente.

Para finalizar en este equipamiento, el estudio de otros servicios como la cafetería, tienda y guarda bultos no representó un tema de discusión, ya que no existen; sin embargo, los lavabos si fueron visitados por el evaluador y estos estaban ubicados en el interior de la sala de exposición, mal señalizados y carentes de limpieza y organización.

3.5 El papel y el valor de la muestra

¿Por qué esta muestra o estudio de caso tiene un valor?, para dar una respuesta, Es necesario revisar una serie de factores que a continuación serán planteados, con la intención de reconocer sus aciertos y, por otro lado, sus carencias. Para iniciar, resaltaré que debemos evitar pensar que su valía depende de la cantidad de información que se recolectó, ya que no es uno de los objetivos que persigue la evaluación, ésta no tiene como finalidad la acumulación de grandes cantidades de datos, sino por el contrario, analizarlos con determinación y detenimiento.

Una de las principales condiciones que caracterizan este proyecto de investigación es que retomó los planteamientos y técnicas implementadas por la investigación cualitativa, por tanto permitió tener contacto con información que provenía de opiniones subjetivas, que se encuentran estrechamente condicionadas por el contexto social y físico, donde se encuentra inmerso el observador y el informante. Por ello, la urgencia residió en tratar de comprender e interpretar estas perspectivas particulares, para lograrlo se requirió establecer mecanismos que permitieran llevar a cabo una rigurosa y minuciosa examinación de estos contextos sumado al del objeto de estudio.

Esta condición provocó que la información que se obtuviera fuera más compleja, por lo que se requirió de otras estrategias para poder comprenderla. Lo que obtenemos de estos estudios es mostrar las verdaderas apreciaciones, sentimientos, necesidades, pensamientos, deseos, y más que tienen los informantes sobre el tema que se está estudiando, en este caso la propuesta gráfica de una exposición de arte.

Con esto, una vez más se insiste en la necesidad de reconocer la variabilidad de públicos que asisten a las muestras de arte, lo importante de tener identificados todos estos perfiles es que esta información puede o debiera ser retomada previamente a la planeación de un montaje museográfico, para así poder atender sus verdaderas inquietudes y proponer la aplicación de otros recursos gráficos que sean asequibles para cada uno de los visitantes.

Aunque el número de estudios de caso en los que se logró profundizar no fueron los previamente planteados, fue justo este recorrido paulatino en seis espacios y numerosas exposiciones lo que permitió identificar una serie de elementos que fueron indispensables para estructurar esta primera propuesta de metodología de evaluación. Se identificaron conceptos, situaciones, técnicas y herramientas de trabajo, accesibilidad y condicionamientos de los equipamientos culturales, características de los soportes gráficos, materiales de producción, trato con los informantes, recursos técnicos, entre otros.

Sumado al reconocimiento de estos elementos el haber contado con la oportunidad de replantear esta metodología en otro contexto cultural, le fue significativo al proyecto, ya que se pudieron integrar otras categorías de estudio que deben ser tomadas en cuenta en las propuestas gráficas que se integran a un medio expositivo. También se tomaron en cuenta las actividades y servicios que se desarrollan en los equipamientos culturales, esta nueva perspectiva se conjuntó con lo ya antes planteado en la Ciudad de México, logrando que ambas perspectivas se enriquecieran y dieran origen a una propuesta final.

El haber recuperado conocimiento e información de ambas experiencias, contribuyó al desarrollo de un instrumento “universal” de evaluación de propuesta gráfica, que tiene como miras adaptarse a las necesidades de cualquier montaje expositivo de arte. Un aspecto muy importante fue que se plantearon fichas de observación, donde los conceptos se definen puntualmente a partir de sus características más determinantes, es por esta razón que la observación es mucho más sistemática y requiere que el evaluador tome en consideración los mismos aspectos al estar evaluando propuestas distintas.

La decisión de realizar un grupo de discusión, permitió dar a conocer la opinión de un grupo de informantes, los cuales aportaron perspectivas muy distintas sobre las exposiciones de arte moderno y contemporáneo; como ya se mencionó el número de participantes se vio modificado al final, sin embargo, la información que proporcionaron fue adecuada para poder ser comparada con los datos recolectados mediante las fichas de observación. El guion inicial del grupo de discusión se enriqueció gracias a que el nivel de participación e interés de los informantes ayudó a la profundización de los temas.

La virtud de haber utilizado una técnica de investigación de este tipo residió en que se develaron opiniones sinceras y particulares, que no estaban condicionadas por parámetros cerrados comúnmente utilizados en las encuestas, donde solo hay respuestas positivas o negativas, ya que es poco común designar un espacio a las opiniones que no encajen en algunos de los parámetros que los investigadores establecen. Lo positivo de haber sido un grupo reducido fue que los participantes tuvieron más tiempo para expresar y discutir sus opiniones con el resto.

Aunque hemos mencionado las características más positivas del proyecto, tenemos que incluir en este apartado las expectativas que se tenían sobre la metodología de evaluación que no lograron cumplirse, como se planteó en un inicio la intención era elaborar una instrumento que permitiera abordar con detenimiento cada una de las tres etapas en las que se desarrolla una propuesta gráfica, es decir, la planeación, la producción y el consumo.

Fueron las condiciones de tiempo, accesibilidad a los equipos de trabajo y equipamientos culturales, así como la prueba y búsqueda de técnicas apropiadas de investigación, las que condicionaron el establecimiento de la propuesta completa de metodología de evaluación, permitiéndonos únicamente desarrollar con detenimiento la evaluación en la última etapa que atraviesa un montaje museográfico, es decir, lo que se ha definido como la evaluación sumativa.

Estas mismas condiciones tuvieron una implicación en el análisis de las propuestas gráficas digitales porque aunque se prestó atención sobre su existencia, se centró más en la observación y análisis a las propuestas de los soportes gráficos impresos. A pesar de que contar con las fichas de observación, recursos que guían el análisis, éstas requerían de algunas adaptaciones de los criterios de configuración que plantea el ámbito digital. Esta carencia en la investigación, además de lo mencionado anteriormente, tiene mucho que ver con el poco uso que se tiene de la tecnología en exposiciones de arte, lo que imposibilitó desde un principio que se identificaran y estructuraran las categorías de estudio de los soportes digitales.

La metodología de evaluación que se desarrolló solamente contempló el análisis de los mensajes de una propuesta gráfica desde las perspectivas de la comunicación informativa, ilustrativa y de difusión, pero fue durante el proceso de la investigación donde se reconoció que también existe la necesidad de analizar las propuestas gráficas desde el contenido educativo e interpretativo que éstas promueven; por tanto, para establecer un modelo universal de evaluación habrá que abarcar estas dos áreas que hasta el momento no fueron resueltas, será así como próximamente tanto los criterios de estudio como los instrumentos de investigación tendrá que ser adaptados.

De la misma manera que un montaje museográfico requiere de la participación de muchas disciplinas para lograr sus finalidades, se propone que sean estos mismos equipos multidisciplinarios los que conformen los grupos de evaluación, sobre todo si existe la intención de lograr una metodología que permita generar el análisis de la comunicación a partir de todas sus perspectivas. Desde el marco de la museología crítica el Dr. Joan Santacana y el Dr. Xavier Hernández remarcan que los procesos de comisariado, curaduría, gestión y educación necesitan ser reinventados a partir de estructuras más flexibles y del trabajo en equipo, donde los educadores no solo ocupan un lugar en la solución de la propuesta educativa sino forman parte de todas las etapas de diseño y de evaluación de las exposiciones (Alderoqui, 2011, p. 52).

La proyección que resta en un futuro es generar una metodología completa que permita llevar a cabo las evaluaciones preliminar y formativa de una propuesta gráfica que se genera para un montaje expositivo de arte moderno y contemporáneo. Además de cubrir las carencias del instrumento hasta ahora planteado, se debe incluir en esta nueva propuesta la perspectiva educativa y el uso de las nuevas tecnologías. Entonces tendremos que plantear el proyecto a partir de lo logrado hasta ahora, solicitar el apoyo de alguna institución e investigadores de otras áreas interesados en dar seguimiento al objetivo de esta metodología de evaluación, que pretende ser un modelo.

La pretensión es que sea a través de un proyecto de Doctorado o de especialización, ya que es muy importante seguir llevando a cabo el ejercicio práctico, ya que mediante la constante implementación de la metodología se podrá contribuir al desarrollo de la práctica y al mejoramiento de los elementos y las etapas que incluye la metodología de evaluación como lo son: la función del evaluador, las características de los instrumentos, la organización de las actividades, el planteamiento de los guiones de los grupos de discusión o entrevistas, y finalmente el seguimiento que se le da a los datos, es decir, su organización, interpretación y presentación.

3.5.1 Aportaciones y proyección de la propuesta metodológica

Además de reconocer la importancia que tiene el uso de la didáctica como un recurso indispensable para el aprendizaje y para la interacción de los visitantes con las colecciones, otro de los hallazgos más importantes de haber estado inmersa en el estudio de la exposición y posteriormente en el desarrollado de instrumentos de evaluación fue reconocer las estrategias predominantes de comunicación y diseño que se utilizan en este tipo de exposiciones.

No solo fue significativo para poder identificar las carencias que presentan estos espacios, sino que me permitió voltear a ver otras tipologías de exposición y áreas comerciales, para comprender el uso de otros medios y estrategias de comunicación para proponer la presentación no exclusivamente de los soportes gráficos, sino de los propios contenidos (ver imagen 51, 52 y 53).

Entre los que destaco el uso de las nuevas tecnologías, un tema que ha empezado a tomar fuerza en determinadas áreas del desarrollo humano, sin embargo, su uso para la promoción del patrimonio cultural aún es relativamente menor aunque es evidente que estamos inmersos en la era digital, tanto la manipulación de aparatos digitales como el desarrollo de contenidos o el internet continúan enfocando su atención a la comunicación telefónica o básica entre los usuarios.

Pero lo que sí es real, es que son plataformas que nos brindan múltiples posibilidades y herramientas que pueden ser aprovechadas para el diseño funcional, creativo e interactivo de la comunicación, la presencia de softwares, el abaratamiento de los dispositivos digitales como el teléfono celular (*Smartphone*), computadora, tabletas, proyectores, pantallas digitales, entre otros, lo que permite la manipulación, acumulación y presentación de la información de manera inmediata. Justamente la portabilidad e inmediatez son las características que deben ser consideradas para la presentación del patrimonio.



Imagen 50
Objetos desobedientes.
Museum Victoria and Albert,
Londres, 2014.
Ingrid García

Muchos de estos dispositivos digitales mediante el internet permiten el funcionamiento de muchas actividades entre usuarios, el dominio tanto del dispositivo como el acceso al internet son actividades que tienen empatía con los usuarios, ya que sus mecanismos de funcionamiento son bastante accesibles y universales podríamos decir que existe un gran número de usuarios que cuentan con el conocimiento o interés por hacerlo.

Las nuevas tecnologías nos ofrecen la posibilidad de desarrollar estrategias congruentes con la era digital y amigables con los equipamientos culturales, sin embargo, recurrir a su uso no es de forma aleatoria sino al contrario, como se ha dicho, *“La plataforma 1.0, 2.0 y 3.0⁶ son recursos complementarios que deben emplearse bajo los criterios racionales que justifican su uso”* (Asensio, 2011, p. 88).

El patrimonio cultural puede beneficiarse de las bondades de estos recursos, para que esto resulte benéfico y no lo contrario la selección del recurso y del software debe adaptarse a las peculiaridades y potencialidades que el medio digital seleccionado ofrece, tratar de evitar las falsas innovaciones, qué sentido tiene poner aparatos costosos en las salas de museos con extensos archivos PDF que nuevamente no interesan al usuario y por el contrario lo aíslan del entorno donde se encuentra; siguiendo esto, es que urge que los contenidos del mensaje estén estructurados correctamente y tengan correspondencia con los medios mediante los cuales serán transmitidos.

Algunos de los recursos que se han planteado para llevar a cabo actividades cotidianas de los ciudadanos y que pueden ser aprovechadas para la presentación del patrimonio cultural como las aplicaciones (Apps), que funcionan para llegar a un objetivo que definido, pueden ser meramente informativas hasta llegar a ser aplicaciones interactivas que se enriquecen con la respuesta de los usuarios, su forma de operar puede ser tan compleja o tan sencilla como se desee y suelen ser posibles gracias a dispositivos telefónicos o tabletas a los que la mayoría tenemos acceso.

También, es importante considerar el uso de códigos o codificadores que permiten descargar y presentar otros contenidos complementarios o ilustrativos, por ejemplo optar por la utilización de los códigos QR, que tienen la característica de que su programación es sencilla, los costos de generarlos son bajos y lo más importante es que la mayoría de los dispositivos digitales tienen la posibilidad de leerlos.

6 **Categorías de las plataformas**

- Web 1.0 - Personas conectándose a la Web y la Web como punto de información estática.
- Web 2.0 - Personas conectándose a personas, la inteligencia colectiva como centro de información y la Web es sintáctica.
- Web 3.0 - Aplicaciones Web conectándose a aplicaciones Web, las personas siguen siendo el centro de la información y la Web es semántica.
- Web 4.0 - Personas conectándose con personas y aplicaciones Web de forma ubicua, se añaden tecnologías como la Inteligencia Artificial, la Voz como vehículo de intercomunicación para formar una Web Total.

Por otro lado aunque reconocemos la existencia de las etiquetas NFC Near Field Communications(2014)⁷ de la AR Augmented Reality (2014)⁸ y del Mapping en la actualidad su uso todavía no es el esperado en gran parte del mundo, ya que para su funcionamiento requieren de dispositivos especiales o adicionales para permitir que el usuario tenga acceso a la información,pero bien vale la pena no perderlos de vista, ya que son recursos que ya han sido puestos a prueba y ofrecen soluciones interesantes que pueden ser muy bien aprovechados en la presentación de contenidos.

El uso de cualquiera de estas estrategias, recursos o dispositivos que nos ofrecen las nuevas tecnologías es un responsabilidad compartida, tanto de quien la propone como de quien las resuelve; no se está afirmando que el uso de la tecnología sea la solución a las problemáticas de comunicación de contenido que tienen las exposiciones, por eso al igual que los soportes tradicionales si se opta por la utilización de las nuevas tecnologías, éstas requerirán ser evaluadas tras ser implementadas, a pesar de que resulten ser propuestas muy atractivas que se caracterizan por interactuar con el usuario, se debe corroborar el nivel de funcionamiento y participación que llevan a cabo.

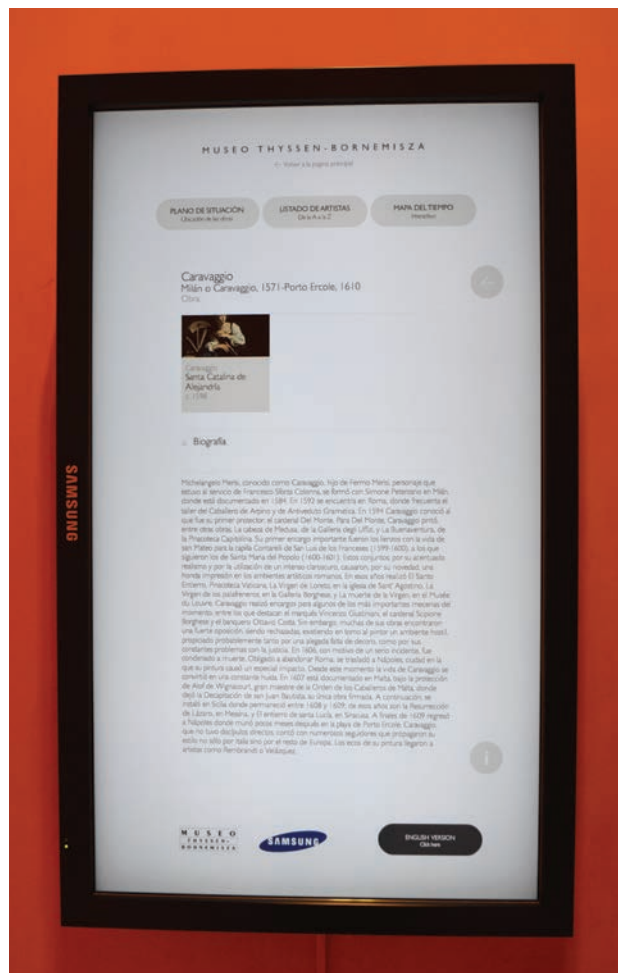


Imagen 51
Pantalla digital,
Museo Thyssen
Bornemisza,
Madrid, 2014.

7 **NFC** es un conjunto de estándares para smartphones y dispositivos similares para establecer comunicación por radio con los demás, tocándolos o poniéndolos en proximidad cercana, por lo general no más de unos pocos centímetros de distancia.

8 La **realidad aumentada (RA, AR en inglés)** término que se usa para definir una visión directa o indirecta de un entorno físico del mundo real, cuyos elementos se combinan con elementos virtuales para la creación de una realidad mixta en tiempo real. Consiste en un conjunto de dispositivos que añaden información virtual a la información física ya existente, es decir, añadir una parte sintética virtual a lo real. Ésta es la principal diferencia con la realidad virtual, puesto que no sustituye la realidad física, sino que sobrepone los datos informáticos al mundo real.



If war was once
a chivalrous duel,
it is now

a dastardly slaughter.

After the Battle of
Austrian general
September 1914.

For the first time, soldiers were exposed
to the deadly power of modern weapons
in a war that reached across Europe.

The armies of 1914 counted on a quick
and glorious campaign.
Some still had colourful uniforms,
lances and swords.

But rifle and machine gun bullets and
shrapnel balls from massed, modern artillery
tore into advancing troops.

Did no-one know how deadly
modern war could be?

Generals understood the
power of modern weapons.
Yet nobody had used them
on this scale before.

When they studied recent, smaller wars,
military leaders drew the lesson
that if troops were fast-moving
and brave enough, they would triumph.
Now they had to think again.

Imagen 52
Cédula de objeto
(con proyección)
Museo de la Guerra
Londres, 2014
Ingrid García

3.5.2 Trasladar los resultados de la evaluación a la práctica

Durante el desarrollo de un proyecto de investigación surgen diversas situaciones convenientes o adversas, sea cual sea el caso, éstas se atienden con la finalidad de que la experiencia del investigador sirva como una referencia para posteriores investigaciones; en ese mismo sentido los resultados de la investigación tienen un aporte a la disciplina o área de estudio en la cual se desempeñó, pero a pesar de lo importante de esto, no siempre la investigación adquiere estos significados. Es por esto que para terminar propongo explorar cómo los resultados de cualquier investigación, en este caso un proyecto de evaluación, pueden ser llevados a la práctica.

Es muy común que la información que se recolecta como los archivos gráficos, los resultados e informes de la investigación se archiven, quedándose como simples documentos que difícilmente serán consultados o retomados, por tanto, lo que se puede hacer es diseñar estrategias para difundir las investigaciones, con esto evitaremos que el destino final de las investigaciones sea de este tipo y, por el contrario, sean puntos de referencia que originen nuevos planteamientos, además de que le faciliten a otros investigadores el trabajo posterior.

Hacer accesible los contenidos de las investigaciones a mayores públicos expertos y no expertos permite que la atención a determinadas problemáticas tenga permanencia. Como se pudo observar lo que se obtiene de proyectos de este tipo son regularmente extensas cantidades de información, que quizás requieran de mucho tiempo, interés y disponibilidad para ser atendidas, sin embargo, optar por presentaciones o publicaciones pequeñas en sitios de interés común o foros especializados de las áreas de estudio implicadas son estrategias que reafirman el valor de las investigaciones y de los proyectos.

Lo más importante de dar a conocer los alcances de un proyecto de investigación es que la información que se recaba y transmite puede ser aplicada en la práctica cotidiana; son los propios investigadores los que debemos contribuir a que se acorte la indiferencia existente entre la investigación y la práctica, esta oposición que ha sido señalada injustamente, ha logrado que se les considere como actividades que nada tienen que ver una con otra, por tanto, pensar en conjuntar su labor es algo innecesario, no práctico y poco importante para el desarrollo de las disciplinas.

Por ello, habrá que insistir en realizar publicaciones en diversos eventos, encuentros, conferencias, portales de internet y otros espacios. La guía práctica de evaluación recomienda dar a conocer los informes a nivel local, nacional e internacional, también es recomendable estimular la reflexión a través de conversatorios, listas de comentarios y dudas u opiniones, respecto a esto último la opinión de colegas, expertos e interesados en el tema es muy importante, pero también es necesario dejar y dar lugar a la opinión o participación de nuevos públicos, por ejemplo hacerles llegar los informes finales a los compañeros o informantes que hayan colaborado en la investigación.

La evaluación es una minuciosa investigación que se vuelve posible gracias a la iniciativa de mucha gente, respecto a lo mencionado no perder de vista esta condición es indispensable para que los proyectos continúen, y cada uno de sus colaboradores comprenda por qué, así como lo valioso de su participación y de la muestra.

“Independientemente de su rol específico, los evaluadores son siempre socios en un proyecto. Trabajan en estrecha colaboración con los participantes en el proyecto, los miembros del público objetivo y las partes interesadas para ayudar a un proyecto a dar cuenta de sus objetivos, a veces encontrar nuevas metas y ocasionalmente realizar oportunidades que nunca se imaginaron durante la planificación”
(Diamond, Luke, Uttal, 2009, p. 121).

Para terminar es importante mencionar que el dar a conocer a detalle las circunstancias que rodearon al objeto de estudio, al investigador-evaluador, los tiempos de trabajo y calendarización, así como las herramientas de estudio, es decir, todo lo relativo al contexto que condicionó el proyecto le da a los lectores una mayor comprensión de cómo fue realizada la investigación y en este caso preciso la evaluación; lo que permite a los lectores reflexionar de una mejor manera sobre cómo y cuándo los resultados obtenidos pueden ser puestos en práctica.

CONCLUSIONES

La información contenida en este documento es el resultado de dos años de investigación, trabajo que desde el inicio persiguió la idea de contribuir al mejoramiento de las disciplinas del diseño, la comunicación visual y el diseño de exposiciones centrando la atención en el desarrollo de las exposiciones de arte moderno y contemporáneo. Haber elegido este marco de referencia es una consecuencia de reconocer el valor de la exposición de arte como una práctica que tiene un impacto positivo y significativo en la sociedad.

El diseño de exposiciones es un quehacer sumamente complejo que requiere de la participación y voluntad de muchas disciplinas y profesionales para adquirir un sentido frente a los espectadores. A partir de tal planteamiento al inicio de este documento se mencionaron algunas inquietudes, que a lo largo de la investigación obtuvieron una respuesta, comprobando la necesidad y efectividad que adquiere realizar una evaluación de la propuesta gráfica.

Con la investigación se identificaron equipos de trabajo como el de Randy Korn que han apostado por la evaluación como un recurso de mejoramiento, que si bien no han enfocado toda su atención al diseño y la comunicación visual, han explorado y trabajado en áreas relacionadas con el desarrollo social y cultural. El hallazgo principal de esta investigación fue el reconocer que existen planteamientos e intereses de algunos autores como García Blanco, Santacana o Hooper-Grenhill en la utilización de instrumentos de evaluación para equipamientos culturales.

Esta pauta nos llevó a adéntranos en autores como Manen y Hughes Philip que han insistido sobre el quehacer artístico y propio del diseño gráfico, haciendo el señalamiento de que es preciso innovar y conocer las herramientas con las que contamos para realizar propuestas pertinentes a los contenidos de las exposiciones.

El seguimiento fotográfico y de análisis que se realizó durante casi año y medio en los equipamientos permitió comprobar determinadas constantes. La más importante es que la exposiciones sí siguen un modelo, en gran medida este estilo depende del lugar que la alberga, es decir, la exposición adquiere el sello de la casa, sin importar si el contenido se adapta o no. En un segundo lugar encontramos que el uso de los soportes gráficos que se utilizan reducen su función a ser contendedores de grandes cantidades de información, y su tratamiento visual es el más básico y estandarizado.

Los equipamientos culturales hacen prevalecer su practicidad, es decir, retoman los recorridos, el mobiliario y la distribución espacial, por lo que concluimos que el montaje expositivo de salas temporales simplemente cambia de vestuario, se reviste con otro cartel, otra obra, pero su ubicación y función continúa siendo la misma.

La innovación que una sala de museo plantea respecto a otras áreas, en determinados casos sí se ve impactada por el recurso económico que se le otorga, esto debido a que puede darse el caso de que no se cuente con un equipo de trabajo propio, o con el material de producción adecuado, ya sea de nuevas tecnologías o de impresión, por tanto, su única alternativa es trabajar con los elementos que ya cuenta y apostar por una buena propuesta, sin embargo, al estar realizando la investigación se identificó que no siempre es el tema económico el que determina la solución museográfica.

Se visitaron museos de gran renombre como el Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona, un espacio que de inicio representa una inversión considerable si se desea visitar, por tanto, en este caso podríamos decir que el tema económico no es inconveniente para proponer montajes más accesibles a sus públicos, por lo anterior podemos concluir que los planteamientos que se han hecho respecto a las colecciones contemporáneas, de presentarse en espacios asépticos libres de cualquier mediación, prevalecen y se refuerzan día a día, es una tradición muy fuerte y que por lo visto continuará.

Es por esto que en la mayoría de los casos la propuesta gráfica que se realiza solo logra uno de sus cometidos, es meramente *atractiva* o *funcional* pero difícilmente logra sus dos cometidos; se reconoció que la presencia de los soportes gráficos es importante solo si contiene la información para el que fue propuesto.

Elegir las tipologías de la exposición de arte moderno y contemporáneo permitió corroborar las consideraciones que se tienen sobre cómo deben ser presentadas las colecciones, así como resaltar las características que tienen estas propuestas respecto a otras. El haber explorado en la historia de este tipo de montaje saca a la luz las posibilidades que representa la reestructuración constante de la exposición. Esta idea parte de retomar la significación que tuvieron algunos de los montajes experimentales y exploratorios del pasado, así como la utilidad de los instrumentos de mediación que se han implementado.

Los ámbitos museológico, museográfico y educativo que atañen propiamente a la exposición han dado numerosas muestras de resultados y también coinciden en la idea de lograr la mejor manera de presentar los contenidos, por tanto, es esta búsqueda la que debe continuar, potencializar y renovarse desde la perspectiva individual y colectiva de cada una de las disciplinas

participantes, con la finalidad de satisfacer las necesidades propias del tiempo y contexto en que se circunscribe la propuesta, al igual que se ha logrado en el pasado.

Lo más importante de haber puesto a dialogar a educadores, curadores, artistas, visitantes y diseñadores, entre otros profesionales, es que podemos afirmar que existe una necesidad urgente de replantear y cambiar el modelo de la exposición, y no solamente de las tipologías de la exposición de arte moderno y arte contemporáneo.

Cuando se planteó el análisis de la comunicación gráfica y el estudio de las propuestas que se realizan para ser presentadas en los montajes museográficos, se partió del supuesto de que era en el ámbito del diseño de exposiciones donde existía una carencia y desinterés por el uso de herramientas de evaluación, situación que se veía reflejada en los montajes museográficos, sin embargo, lo que se encontró fue que ha sido la práctica museística la que ha insistido en el uso y pertinencia de la evaluación, que si bien ha puesto mayor atención en otras de las disciplinas implicadas, la invitación a realizar la práctica se ha mantenido vigente.

La revisión de iniciativas, instituciones e intereses relacionados con la evaluación de programas culturales y actividades como la exposición evidenció que el desarrollo de metodologías de evaluación es un recurso atendido ya por un largo periodo de tiempo e incluso ha sido implementado en algunos de los equipamientos culturales más importantes del mundo. Sin embargo, aunque se reconoce la existencia de la evaluación, su pertinencia y valor hasta la actualidad sigue siendo una práctica poco considerada, así como poco desarrollada por los responsables del planteamiento de exposiciones y mucho menos considerado por los encargados del desarrollo de una exposición.

Respecto a lo que atañe a las disciplinas del diseño y la comunicación visual, no se logró identificar una propuesta e instrumento dirigido a la evaluación de una propuesta gráfica propiamente, únicamente se identificó la sugerencia dirigida a los diseñadores de la importancia y ventajas de hacer uso de estos recursos.

Aunque en los equipamientos culturales se han desarrollado algunas iniciativas particulares para conocer la opinión de los visitantes sobre la muestra, estos instrumentos son muy generales y consisten en simples cuestionarios con posibles respuestas previamente planteadas, razón que no permite explorar y conocer la opinión subjetiva de los visitantes en temas relacionados con la funcionalidad de los soportes gráficos con los que interactuaron.

Fue entonces que en esta búsqueda el investigador se vio obligado a retomar de disciplinas como la museología, la psicología, la pedagogía, la publicidad, la antropología y las ciencias sociales, entre otras, referencias, ejemplos, parámetros de estudio y métodos de investigación que le permitieran llevar a cabo sus planteamientos. La propuesta realizada comprueba la pertinencia de hacer uso de la investigación cualitativa, para tener un mayor entendimiento y conocimiento del fenómeno que significa la comunicación visual.

Este recorrido por diversas disciplinas no solamente contribuyó al desarrollo de los instrumentos, sino que sirvió para tener una aproximación distinta sobre la práctica del diseño gráfico; realizar una propuesta de comunicación visual no es una actividad ajena a contextos y seres sociales, por el contrario los impacta y proviene de ellos, por tanto, para poder estudiar

la comunicación visual es necesario partir de otro tipo de razonamientos, principalmente de un enfoque social y multidisciplinar.

La investigación aporta a la disciplina del diseño y la comunicación visual una metodología de evaluación para propuestas de comunicación gráfica localizadas en salas de exposición, que consiste en implementar una serie de instrumentos de observación y exploración, que le permite indagar en la efectividad que adquiere la comunicación visual; recordemos que ésta última tiene el compromiso de funcionar sea cual sea el ámbito que la contenga, haciendo un uso correcto del lenguaje, de la estructuración de mensaje, así como el medio elegido para ser presentado.

Haber generado un recurso metodológico de este tipo nos permite reconocer el uso apropiado de los recursos gráficos, el cuál debe ser congruente, ya que no solo responde a las relaciones internas de los elementos compositivos de una propuesta gráfica, sino que también resalta que la propuesta debe estar en función de las condiciones de quien la consumirá, tratando así de procurar que realmente se establezca en diálogo entre el mensaje y su espectador.

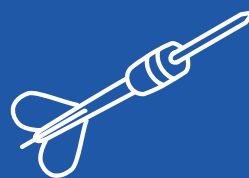
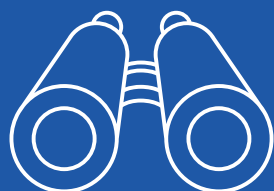
Si bien los hallazgos hasta ahora logrados no pueden resolver todas las problemáticas que rodean a la exposición, hoy se logra hacer una crítica estructurada y respaldada por estudios de caso que nos permite determinar una serie de señalamientos sobre el funcionamiento de las propuestas gráficas y de la participación del diseñador en los montajes museográficos. Es indudable que tuvimos que apoyarnos en otras áreas de estudio, pero los esfuerzos generados partieron y van dirigidos, principalmente, a la trinchera del diseño y la comunicación visual.

Se logró comprobar que existe una inminente necesidad de evaluar nuestro trabajo para conocer y comprobar la funcionalidad de las propuestas, además, el haber realizado un análisis detallado de evaluación le muestra al diseñador la complejidad de su práctica, poner la atención donde antes no había sido puesta; también la investigación nos permitió ubicarnos donde antes no lo habíamos hecho, es decir, como espectadores.

Las propuestas de comunicación gráfica adquieren sentido por la relación de una vasta cantidad de factores de composición, por lo que cada uno debe ser seleccionado a partir de consideraciones congruentes con los contenidos informativos. Las funciones que adquiere un mensaje no solamente se logran por el contenido informativo que lo compone, sino también por el cómo se estructura y la forma visual que adquiere, existe la urgencia de dejar de pensar que el diseño y la comunicación visual solo buscan que un mensaje luzca bien o sea atractivo.

Para finalizar, vuelvo resaltar la importancia que el diseño y la comunicación visual adquieren en el del diseño de exposiciones, por tanto los profesionales participantes no deben perder de vista que no se trata de un ejercicio competitivo entre áreas, el diseño en cualquiera de sus categorías, arquitectónico, industrial o gráfico, no es ni más, ni menos importante que los planteamientos museológicos. Es por esto que cierro con la siguiente reflexión, todos los colaboradores y disciplinas que participan en un montaje expositivo son parte de un mismo equipo, que deben trabajar en conjunto para lograr el mismo objetivo.

Anexos



ANEXO I

Eventos significativos en el diseño de exposiciones

Finales del siglo XVIII

- Algunas colecciones fueron reunidas y organizadas para la exhibición al público. En Florencia la Familia Medici, las colecciones se ubicaban en palacios preexistentes simplemente ampliados y adaptados (Bolaños, M., 2002 p. 10).
- 1817 La Dulwich Picture Gallery fue la primera construcción para funcionar como Galería de arte dedicada al público en Reino Unido. Encargada por el francés Noel Desenfans y su amigo el suizo Sir Francis Bourgeois, es un precedente importante para arquitectos y diseñadores, mostró cómo era posible introducir la luz natural desde arriba (Bolaños, M., 2002 p. 11).
- La clasificación de objetos de los gabinetes de curiosidades se retomó principalmente de las prácticas científicas (Bolaños, M., 2002 p. 11).
- El uso de tragaluz para maximizar el uso de la iluminación natural, dejando un atrio central que permitiera el flujo de la luz hacia los niveles inferiores (Bolaños, M., 2002 p. 13).
- Uso de vitrinas con recios marcos de madera, que daban seguridad frente al robo o daño de la colecciones, estas condiciones dificultaban la visión y creaban una barrera psicológica entre el espectador y el objeto (Bolaños, M., 2002 p. 13).
- En los museo-galería los objetos se exhibían yuxtapuestos, dando apariencia de abigarramiento, bajo un criterio de clasificación sistemática de los objetos (Bolaños, M., 2002 p. 13).

Siglo XX

- 1901 por decreto se establece que las colecciones y objetos fueran acompañados de rótulos explicativos sumamente detallados (Bolaños, M., 2002 p. 15).
- Las técnicas de exposición se vieron influidas por los movimientos de arte y diseño como la Bauhaus. Los replanteamientos en torno a los elementos del diseño abrieron la posibilidad de considerar las paredes y los suelos como planos. Énfasis en combinar la funcionalidad y estética (Bolaños, M., 2002 p. 15)..
- 1922 Alexander Boner plantea el modelo de museografía moderna. El museo como un libro, cada capítulo una sala. (Bolaños, M., 2002 p. 83).
- 1924 El arquitecto Frederick Kiesler, diseño un sistema autónomo y desmóntable, el L&T. Sistema modular que permitía combinar objetos e imágenes; adaptable a la altura de los ojos del espectador (Bolaños, M., 2002 p. 15).

Década de 1930

- El entorno despejado y minimalista, con paredes blancas, desarrollado en el Museum of Modern Art (MoMA) estilo aséptico hasta la fecha omnipresente. Al mismo tiempo otro estilo inspirado mayormente en la Bauhaus, tomaron más en cuenta el tema del entorno, una experiencia global que envolvía los sentidos de los participantes e integraba muchas disciplinas creativas para lograr un efecto total (Bolaños, M., 2002 p. 15).
- Alfred Barr, fundador y director del MoMA, pionero en la exhibición de cuadros colgados con amplios espacios vacíos entre ellos. Su método excluía el uso de letreros, color o elementos alusivos al contexto social e histórico del artista. EL ARTE COMO UN OBJETO AUTÓNOMO. (Bolaños, M., 2002 p. 16).
- Centro Pompidou, un edificio de alta tecnología, que hace uso de colores brillantes es un antídoto de las tradicionales galerías. Grandes plantas sin divisiones y ausencia de columnas y paredes de carga que permite dividir los espacios de acuerdo a los dictados de la muestra (Bolaños, M., 2002 p. 18).

Finales del siglo XVIII

- El portal de internet posee la ventaja de anunciar tiempo antes una exposición y mantenerla online tiempo después de celebrado el evento. Uso de visualizadores y recorridos virtuales de la exposición. Permite seguir en contacto con el visitante y saber sus opiniones y comentarios respecto a la propuesta (Bolaños, M., 2002 p. 20).
- Web, multimedia, grafismo, sonido, iluminación deberán trabajar codo a codo para ofrecer una única experiencia interconectada que opere con consistencia desde el primer contacto en el sitio web hasta el correo electrónico posterior a la exposición. (Hughes, 2010, p.20).
- La indiferencia a los museos podría ser por una falla en la manera de presentar lo que los museos tienen que ofrecer. (Alderoqui, 2011, p.20)
- El museo Victoria and Albert de la ciudad de Londres, desarrolla el programa "*Disability and Access*", para personas con discapacidad, la intención es proporcionarle al visitante diversas actividades y categorías de recorrido que se adapten a sus propias necesidades. (Disability and Access, 2014)

ÉS
EDENT

Comercio

Previsió

Patró

Metadades

Mineria

Agregació

Geolocalització

La ciència del Big Data



ANEXO II

Eventos importantes sobre el desarrollo de la evaluación de exposiciones

1900 - 1940

- Desarrollo de los primeros estudios de público a cargo de Benjamin Ives Gilman psicólogo, director del Boston Museum of Fine Arts. En 1916 publicó un estudio sobre los problemas físicos asociados a las exposiciones situadas inconvenientemente en los museos (Santacana, Martín, 2010, p. 616).
- Robinson y Melton responsables de la gran mayoría de las evaluaciones de exposiciones A. Melton, psicólogo de Yale, trabaja en la Gallery of Flemish- Dutch Masters del Pennsylvania Museum of Art, investigó el recorrido de los visitantes, señaló el desinterés del visitante con su proximidad a la salida, explicó que los objetos ubicados a la derecha de las entradas poseen mayor poder de atracción que el resto (Santacana, Martín, 2010, p. 616).
- Primeras aplicaciones de métodos sociológicos, uso de la encuesta (Santacana, Martín, 2010, p. 616).
- Pennsylvania Museum of Art realizó mil entrevistas para conocer la ocupación, el lugar de residencia, el motivo de la visita o el grado de satisfacción del público (Santacana, Martín, 2010, p. 619).
- 1938 Asociación Americana de Museos encarga a Edward S. Robinson profesor de psicología en Yale, la observación sistemática del comportamiento de los públicos en su uso de exposición:
 - Duración de la visita, 2) número de salas visitadas, 3) número de obras atendidas en cada sala y el tiempo de parada ante cada obra. (Santacana, Martín, 2010, p. 619).
- 1939 Cummings, director del Bufalo Museum of Science, realizó la evaluación de las dos exposiciones internacionales: San Francisco y New York (Santacana, Martín, 2010, p. 618).

1950

- En la etapa de la posguerra hay un evidente desinterés, exclusivamente existen estudios estadísticos sobre los públicos (Santacana, Martín, 2010, p. 619).

1960

- Harris Shettel y Chanler G. Screven responsables de generar procedimientos de investigación educativa en la evaluación de exposiciones (Santacana, Martín, 2010, p. 620).
- 1965 y 1968 , en Europa se realiza uno de los más importantes estudios en relación a la comprensión del arte. Cameron y Abbey aplicaron 500 cuestionarios a domicilio, con la intención de conocer las preferencias de los públicos en relación al arte y la importancia del conocimiento previo para la comprensión de las obras (Santacana, Martín, 2010, p. 620).

1970

- Milwaukee Public Museum funda el departamento dedicado a conducir evaluaciones de exposiciones, programas y estudios de público (Santacana, Martín, 2010, p. 620).
- Natural History Museum de Londres pionero en el campo de la evaluación (Hooper - Greenhill, 1998. p.102).
- Este museo esbozó una serie de planes para ampliar las galerías permanentes. Se les quería dar un aire pedagógico, por lo que se diseñaron teniendo en cuenta en todo momento estos principios. Posteriormente, se trató de utilizar un método sistemático para la organización de exposiciones, una técnica para el museo. Se prestó atención a la evaluación de la eficacia de las técnicas utilizadas, la evaluación formó parte del proyecto desde el principio. A finales de 1970, apareció una teoría acerca del diseño de exposiciones. Los principales métodos de evaluación utilizados al principio consistieron en entrevistas y observaciones: (Hooper - Greenhill, 1998. p.104).

1. Se realizaban encuestas a gran escala para observar el tipo de público que acudía, para conocer sus opiniones con respecto a las nuevas muestras y al museo en sí.

2. Los estudios de observación se realizaron situando a visitantes que observaban cómo se utilizaban las galerías, tomaban nota y trazaban las rutas que realizaban, se fijaban en los lugares que se detenían y la duración de sus paradas.

- En Estados Unidos se desarrolla un método para evaluar la eficacia de los objetos expuestos: el poder de atracción y el poder de retención (Hooper - Greenhill, 1998. p.103).

1. Es la proporción que existe entre el número de personas que se detienen en la exposición y el número total de visitantes que acuden.

2. Se mide mediante el registro de la duración de la parada.

Otros métodos estrategias desarrolladas fueron:

- El trabajo de McManus ideó métodos para escuchar los comentarios que hacían los visitantes mientras contemplaban los objetos, lo que permitió dar a conocer los motivos por los cuales los visitantes acuden a las (Hooper - Greenhill, 1998. p.106).
- El sistema original de evaluación empleado en el Natural History Museum era el de instalar la exposición, observar cómo iba y después utilizar los resultados para ver que objetos atraía menos y así tenerlos en cuenta en futuras exposiciones (Hooper - Greenhill, 1998. p.102).
- Surge una línea de investigación en la Smithsonian Institution of Washington, interesada en conocer el sentido global de la vista en el visitante, su incidencia en función de sus intereses, necesidad y el impacto del entorno (García, 1999, p.182).
- Los investigadores Kelman y Hein plantean la "evaluación de respuesta" como un procedimiento flexible de obtener información (García, 1999, p.183).
 1. *Generación de preguntas abiertas*
 2. *Observación participante.*
- Durante esta década los estudios incorporan la visión comunicativa de la exposición en donde se transmite un mensaje y surge el reconocimiento de las problemáticas de recepción y procesamiento de los contenidos (García, 1999, p.183).

1980

- En Francia durante esta década se genera un auge de estudios, lo que permite la creación de departamentos de investigación en algunos de los grandes museos: Centre George Pompidou o en la Cite des Sciences et de l'Industrie (García, 1999, p.184).
- 1983 Las primeras investigaciones en España, sobre el visitante de museos se presentaron en las III Jornadas de los departamentos de difusión de Museos, Bilbao. Por parte de los museos de Bellas Artes y Arqueológico de Zaragoza, Nacional de Etnología de Madrid, Zoología de Barcelona y Arqueológico Nacional de Madrid (García, 1999, p.186).
- Desde 1985 en México Graciela Schmilchuk como investigadora del Cenidiap-INBA ha realizado estudios de recepción artística e investigaciones empíricas de visitantes de museos, a partir de los cuales desarrolla el análisis de los procesos comunicacionales al interior de los museos y reflexiones sobre la gestión del patrimonio. (CENIDIAP, 2015)
- 1989 Una muestra en España a cargo de Carmen Prats que evalúa los públicos del Museo de Zoología de Barcelona (Santacana, Martín, 2010, p. 622).
- Se pretendía conocer el impacto de la exposición mediante la relación de la opinión emitida sobre cada ámbito temático de la exposición y el tiempo dedicado al mismo (García, 1999, p.186).
- La importancia de Carmen Prats, Mikel Asencio y Elena Pol como investigadores de audiencias de la Península Ibérica (Santacana, Martín, 2010, p. 622)

1990

- Aumentan las publicaciones y coloquios sobre los temas de evaluación de exposiciones y medios utilizados en las mismas (García, 1999, p.184).
- 1992, Estados Unidos, creación de la Asociación de estudios de Visitantes, VSA. Tiene como intención crear un foro de intercambio de información sobre los estudios de visitantes (Santacana, Martín, 2010, p. 621).

Siglo XXI

- En México el CENTRO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN, DOCUMENTACIÓN E INFORMACIÓN DE ARTES PLÁSTICAS, dentro de sus líneas de investigación contempla la circulación, recepción y consumo de propuestas artísticas, museos, galerías, escuelas, talleres, entre otros. (CENIDIAP, 2015)
 - a) Públicos
 - b) Coleccionismo
- En Estados Unidos de América, el Instituto de Museos y Bibliotecas ofrece un servicio, que proporciona bibliografía y recursos que pueden ser consultados y de gran ayuda para generar evaluaciones de programas educativos o propuestas expositivas que tengan lugar en estos espacios.
- Randi Korn & Associates, Inc. Es un despacho fundado por la especialista en exposiciones Randi Korn, quien tiene gran experiencia en el tema de estudios de público y evaluación de exposiciones, dichos trabajos realizados en diversos museos de Estados Unidos y Gran Bretaña. (Korn, 2015).
- Uno de los servicios que el despacho ofrece es la evaluación de programas culturales y exposiciones; para llevar a cabo dicha tarea se implementa la evaluación preliminar, formativa y final o sumativa. Haciendo uso de las técnicas y métodos propios de la investigación social, es decir, aplicación de cuestionarios, grupos de discusión y observación. (Korn, 2015).

ANEXO III

Proceso del trabajo

Metodología A

Metodología B

Instrumento de análisis implementado en la Metodología A

Esta tabla de análisis tenía como finalidad realizar un estudio comparativo y detallado de los diversos montajes que se llevarán a cabo en cada uno de los equipamientos culturales que estaban siendo analizados.

En México se realizó un registro fotográfico de 14 Exposiciones, el seguimiento de estos espacios permitió que se clasificaran los contenidos de 6 montajes en el Museo de Arte Carrillo Gil (6), 4 en el Museo Universitario del Chopo y 4 en el Centro Cultural de España en México.

Enseguida se muestra a modo de ejemplo una de las tablas comparativas realizadas para el estudio de dos exposiciones presentadas en Museo de Arte Carrillo Gil.

MUSEO DE ARTE CARRILLO GIL, MACG

TÍTULO DE LA EXPOSICIÓN

TRAVESÍAS: LOS VIAJES DE LAS OBRAS MÁS REPRESENTATIVAS DE LA COLECCIÓN

Es una exhibición de carácter documental y narrativo que aborda desde el ámbito interpretativo, historiográfico y estadístico cómo, cuándo y dónde la colección Carrillo Gil consolidó su nombre y su relevancia. Por ello, cobra pertinencia el énfasis de la participación de las cien obras más representativas de nuestro acervo en bienales, exposiciones y congresos en diferentes partes del mundo.

<http://www.museoartecarrillogil.com/exposiciones/exposiciones-temporales/travesias-los-viajes-de-las-obras-mas-representativas-de-la-coleccion>

DATOS GENERALES

Sala dos y tres, segundo y tercer piso MACG.

Del 20 de junio al 7 de septiembre

Arte moderno y contemporáneo

IDENTIDAD GRÁFICA



DIFUSIÓN /CATÁLOGO



2014

Semblanza Carlos Mérida, Eduardo Abaroa, Giacomo Balla, Josep Guinovart

Semblanza se ofrece como un ejercicio experimental, una instalación gráfica de carácter documental, en el que se desarrollan y engranan las transformaciones y transiciones que han permitido concebir al MACG como una estructura cambiante y en permanente evolución...

... Cinco perfiles posibilitan mediante su enlace una visión global de Semblanza, estos corresponden no sólo a la estructura del recinto, sino también a los permanentes cambios de lenguaje y concepciones del arte contemporáneo: Identidad, Experimentación, Internacionalismo, Incubadora y Memoria.

<http://www.museoartecarrillogil.com/exposiciones/exposiciones-temporales/semblanza>

Sala uno, primer piso MACG.

Del 18 de julio al 2 de noviembre de 2014

Arte moderno y contemporáneo

Curaduría: Equipo de diseño, curaduría y museografía del MACG

Coordinación: Guillermo Santamarina

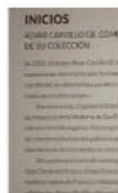


2014

MUSEO DE ARTE CARRILLO GIL, MACG

TIPOGRAFÍA

Dos tipografías san serif, una para título y otra para cuerpos de textos.



GAMA CROMÁTICA

En sala, muros



En gráfica



MATERIALES DE PRODUCCIÓN

En sala

Recorte de vinil gris,
Impresión en vinil adherible,

Folleto

Papel couche 300gr, impreso en
cuatricomía, sin acabados
especiales.

TRATAMIENTO GRÁFICO



Fotografía, encuadrea de obra

2014

Tipografía san serif, para título y otra para cuerpos de textos.



En sala, muros



En gráfica



En sala

Recorte de vinil gris,
Impresión en vinil adherible,

Folleto

Papel couche 300gr, impreso en
cuatricomía, sin acabados
especiales.



Ilustración digital con vectores y juego tipográfico

2014

MUSEO DE ARTE CARRILLO GIL, MACG

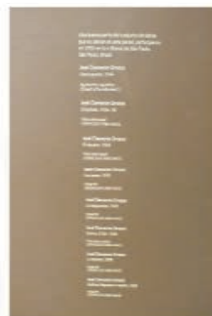
CÉDULA INTRODUCTORIA



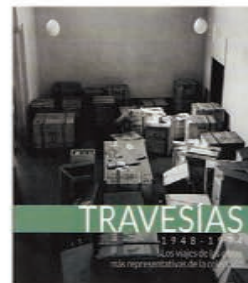
CÉDULA TEMÁTICA



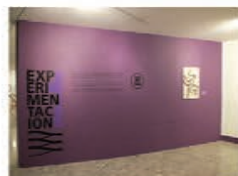
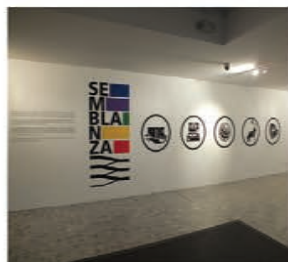
CÉDULA DE OBJETO



FOLLETO DE SALA



2014



* En 5 colores dependiendo del núcleo temático

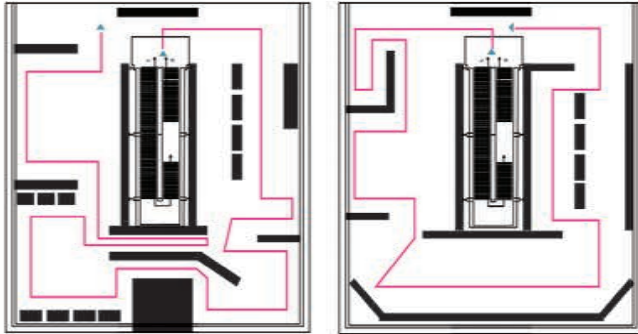


* Uso de cédulas comentadas

2014

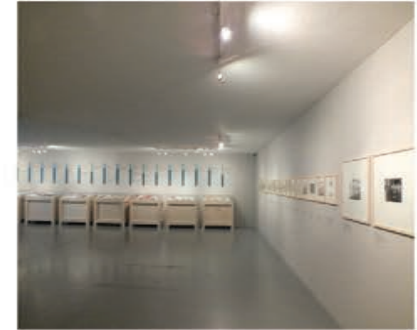
MUSEO DE ARTE CARRILLO GIL, MACG

RECORRIDO

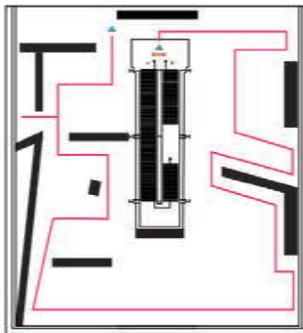


Características generales

- 4 núcleos temáticos
- sala de consulta
- interactivos
- espacio lúdico para niños

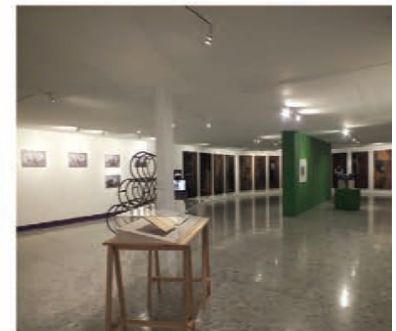
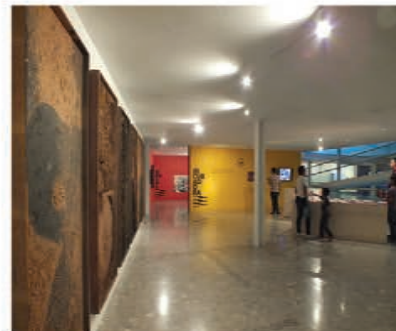


2014



Características generales

- 4 núcleos temáticos
- sala de consulta
- sala de proyección



2014

MUSEO DE ARTE CARRILLO GIL, MACG

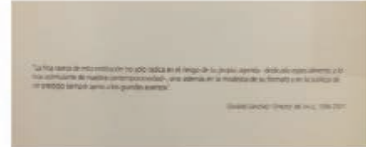
OTROS



2014



INAUGURACIÓN VIERNES 25 DE JULIO
20:00 HORAS



2014

Instrumentos de análisis implementado en la Metodología B

Enseguida se muestra a través de imágenes parte del proceso que tuvieron los instrumentos propuestos en la segunda etapa del proyecto, y que corresponden a la implementación de la metodología B.

Estas fichas de observación en gran medida retomaron muchas de las categorías de análisis propuestas en las tablas comparativas de la metodología A, sin embargo, en esta segunda etapa no solamente se profundizó más, sino que se contemplaron otros aspectos que habían sido dejado de lado.

La intención de la metodología de evaluación siempre fue estudiar la propuesta visual de los soportes gráficos inmersos en la exposición; y fue durante el proceso que se reconoció la estrecha relación y determinación que tienen el resto de los elementos que intervienen y conviven en una muestra, fue así que se considero apropiado desarrollar dos fichas de observación.

La primera de estas fichas contempló todos los aspectos generales del equipamiento y la segunda ficha fue el instrumento que nos permitió analizar a detalle cada uno de los soportes gráficos que se identificaran en los montajes museográficos. Ambas fichas por tanto se complementan y nos permiten analizar de una perspectiva integral la exposición.

Desarrollo de Ficha Universal De Equipamientos Culturales

Check List de Bingo.- Primera referencia utilizada para el desarrollo de la fichas.

Versión 1.2012

① **Sales Bingo - Evaluación salas**

1. Nombre de sala y ciudad

2. Dirección B) Fecha visita

C) Hora entrada y salida

no aplic	1	2	3
a. mal	correct	excel	

comentarios

② **Exterior - Fachada**

a) m2 lineales de fachada

b) Dueño exterior se adaptado

b) Imagen general - primer impacto

Calle principal Calle secundaria

Ubicación

③ **Visibilidad rótulo y cartelera**

Comunicación en fachada

④ **Difusión (Prensa / radio)**

Se comunica premio/jackpot en ext. - si no

⑤ **Admisión - Entrada**

a) gratuita b) paga

c) zona admisión/registro

Apariencia general - distribución

Limpeza - Olor

Trato personal entrada

Existen regañón en zona acceso?

⑥ **Sala máquinas - sala de apuestas**

Número máquinas en sala, Nombre de sala

m2 (est) sala máquinas

General

Limpeza - olor

Organización layout sala/máquinas

Comunicación premios/jackpots

Juego

Estado máquinas juego

Personal (camareros)

Número personas trabajando en sala

Trato personal sala

Sala bingo

General

Número mesas en sala

m2 (est) sala bingo

Medio real premio bingo (€)

Medio real cartones

Demografía jugadores

% Mujeres en sala

% jugadores por franjas de edad

Número vencedores cartones en sala

Existen zonas sectorizadas?

Entrada, puertas acceso

comentarios

a) Imagen es coherente con edificio y/o negocios cercanos. Destaca para bien o para mal el bingo?

a) tipo tamaño, tipo cartel b) dimensiones

Tipo y cantidad

Comentar al jackpot máquinas, premio bingos o ambos

a) zona recepción accesible, cerca puerta b)

bienvenida amable?

Comentar dinámica para ganar/obtener obsequios

Número total por fabricante

Máquinas bien distribuidas, de manera ordenada. Sensación de espacio o máquinas apretadas con poca separación

Se comunican bien los botes? Tamaño, tipo comunicación

comentar tipos: ruletas, póker,

En buen estado, limpias o sucias y con imagen vieja o anticuada

Comentar si azafata es específica a sala máquinas o no

Observaciones layout mesas en sala

comentar si hay zonas en sala que no se utilizan o están claramente separadas

Estilo/imagen general, señalización de juego en curso (pase - no pase)

Limpeza - olor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Organización/layout sala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mesas con buena separación, sin sensación apretada, cantidad de sillas correcta o excesiva
Visibilidad premios pantallas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Pantallas de buen tamaño con información básica del juego y/o además con imágenes de bolas jugadas
Juego	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Trato vendedores cartones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	comentar primera venta y ventas sucesivas - proceso solicitud y pago
Número partidas/hora	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Cante bola	manuál <input type="checkbox"/>	automático (grabado) <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Transición entre juegos	música ambiente <input type="checkbox"/>	TV en vivo <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	si otros o no hay, comentar
	promociones <input type="checkbox"/>	videos musicales <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Valoración general transición	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	valorar si es ruidosa, tranquila
6) Otros servicios 2) comida Servicio comida - bebidas (Instrucción: pedir en todos los bingos visitados: bikini + refresco) Hora consumición Precio pagado € Personal Número camareros Trato camareros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Carta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	imagen de carta de alta/baja calidad o buen estado/gastada
Apariencia y estado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Existe oferta amplia, correcta o muy limitada. Platos fríos y calientes, preparados, sólo aperitivos, etc
Cantidad oferta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Material comunicación oferta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Carta	si <input type="checkbox"/>	no <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Menu	si <input type="checkbox"/>	no <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Precio menú cena €	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Otros	si <input type="checkbox"/>	no <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Especificar
2) Servicio Tiempo servicio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Calidad general servicio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Comida Calidad y temperatura comida Presentación bebidas, platos Otras zonas / conceptos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ponen mantel/individual, cubiertos, vasos; platos limpios y bien presentados
Lavabos - estado y limpieza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Pasillos, zonas comunes - estado y limpieza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Existe parking?	No <input type="checkbox"/>	Si - Propio <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
	Si - Externo Gratis <input type="checkbox"/>	Si-Externo Concertado <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Disponibilidad aparcacoches	si <input type="checkbox"/>	no <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Parada taxis	si <input type="checkbox"/>	no <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Trato jefe de sala / gerente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	se recibió bienvenida o saludo de jefe de sala?
Coherencia diseño todos los espacios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	se aprecia un criterio unificado de diseño/decoración o se perciben espacios con diferentes estilos, materiales,decoraciones
Zona fumadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Existe zona fumadores antigua	si <input type="checkbox"/>	no <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Áreas nuevas para fumar (nueva ley)?	si <input type="checkbox"/>	no <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Fotos sala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>

Ficha Universal de Equipamientos Culturales, 3 revisión.

FICHA UNIVERSAL DE EQUIPAMIENTOS CULTURALES, FUDEC

I. MUSEO

Nombre: _____

Localización: _____

Fecha de visita: _____

Hora de entrada y salida: _____

I.1 EDIFICIO

Edificio construido para ser museo _____

Edificio adaptado _____

Aspecto general del edificio _____

CONCEPTO	EXISTENCIA		VALORACIÓN				ESPECIFICACIONES
	SI	NO	EXCELENTE	BUENO	MALO	NO APLICA	
Zona de admisión							
MÓDULO INFORMATIVO	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	A) Observaciones:
ORGANIZACIÓN	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	A) Observaciones:
LIMPIEZA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	A) Observaciones:
TRATO PERSONAL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	A) Observaciones:
ENTRADA LIBRE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	A) Observaciones:
ENTRADA CON PAGO	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	A) Observaciones:
I.3 SEÑALIZACIÓN							
EN EDIFICIO	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	A) Observaciones:
EN SALAS	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	A) Observaciones:

Señalización
Hay un
orden
perceptivo
en el
módulo?

2. SALA DE EXPOSICIÓN

Nombre de sala: _____

Localización: _____

Título de exposición: _____

Núcleos temáticos: _____

Otro: _____

CONCEPTO	EXISTENCIA		VALORACIÓN				ESPECIFICACIONES
	SI	NO	EXCELENTE	BUENO	HALO	NO APLICA	
2.1. DIFUSIÓN							
2.1.1 NO UBICADA EN SITIO							
PÁGINA WEB	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> H	<input checked="" type="checkbox"/> NA	A) <input type="checkbox"/> Estático <input type="checkbox"/> Dinámico <input type="checkbox"/> Interactivo
APPS	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> H	<input checked="" type="checkbox"/> NA	A) <input type="checkbox"/> Estático <input type="checkbox"/> Dinámico <input type="checkbox"/> Interactivo B) <input type="checkbox"/> Geolocalizada <input type="checkbox"/> No geolocalizada
REDES SOCIALES	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input checked="" type="checkbox"/> H	<input type="checkbox"/> NA	A) <input type="checkbox"/> Estático <input checked="" type="checkbox"/> Dinámico <input type="checkbox"/> Interactivo
ROTULOS EN LA CIUDAD	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> H	<input type="checkbox"/> NA	A) Características
			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> H	<input type="checkbox"/> NA	B) Características
			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> H	<input type="checkbox"/> NA	C) Características
			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> H	<input type="checkbox"/> NA	D) Características
OTRO	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> H	<input type="checkbox"/> NA	A) <input type="checkbox"/> Estático <input type="checkbox"/> Dinámico <input type="checkbox"/> Interactivo
2.1.2 UBICADA EN SITIO							
ROTULOS EN FACHADA	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> H	<input type="checkbox"/> NA	A) Características
			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> H	<input type="checkbox"/> NA	B) Características
			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> H	<input type="checkbox"/> NA	C) Características
			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> H	<input type="checkbox"/> NA	D) Características
OTRO	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> H	<input type="checkbox"/> NA	A) <input type="checkbox"/> Estático <input type="checkbox"/> Dinámico <input type="checkbox"/> Interactivo
2.2 RECORRIDO							
LIBRE	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> H	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
DIRIGIDO	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> H	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:



6.5 MEDIOS ELECTRÓNICOS			
PROYECCIÓN SIMPLE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
RETROPROYECCIÓN	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
AUDIOVISUAL ENVOLVENTE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
TFT. PANTALLA DE VIDEO (inch.)	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
MAPPING	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
REALIDAD VIRTUAL	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
REALIDAD AUMENTADA	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
AUDIOGUÍA	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
OTROS	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
7. SERVICIOS			
7.1 CAFETERIA			
COMIDA		<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
ORGANIZACIÓN		<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
LIMPIEZA		<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
TRATO PERSONAL		<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
MATERIAL GRÁFICO RELACIONADO CON LA EXPOSICIÓN	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
	A)	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	B) Observaciones:
	B)	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	C) Observaciones:
	C)	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	D) Observaciones:
	D)	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	
7.2 TIENDA			
ORGANIZACIÓN	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
LIMPIEZA		<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
TRATO PERSONAL	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
MATERIAL GRÁFICO RELACIONADO CON LA EXPOSICIÓN	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
	A)	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	B) Observaciones:
	B)	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	C) Observaciones:
	C)	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	D) Observaciones:
	D)	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	
7.2 SANITARIOS			
LOCALIZACIÓN	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
ORGANIZACIÓN		<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
LIMPIEZA		<input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:

*Ver
planillas*

Ficha de Análisis de Soportes Gráficos, 3 revisión.

(Elegir tipo soporte
nada en cursiva)

FICHA DE ANÁLISIS DE SOPORTES GRÁFICOS

SOPORTE GRÁFICO: CARTEL / FOLLETO de MANO / Texto en Sala / Impulsos nuevos / Logo

Tipología: _____

Localización: _____

Nombre de exposición: _____

NIVEL A DESCRIPTIVO - ANALISIS SEMÁNTICO

CONCEPTO DE CONFIGURACIÓN	FORMA DEL SOPORTE GRÁFICO COMO OBJETO	
CONDICIONADA POR EL SOPORTE BIDIMENSIONAL	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) <input type="checkbox"/> Estático <input type="checkbox"/> Con movimiento
SOPORTE TRIDIMENSIONAL	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) <input type="checkbox"/> Estático <input type="checkbox"/> Con movimiento B) <input type="checkbox"/> Alto relieve <input type="checkbox"/> Bajo relieve
FORMA DEL SOPORTE		A) <input type="checkbox"/> Orgánica / Natural <input checked="" type="checkbox"/> Geométrica / Artificial
DIMENSIONES DEL SOPORTE		A) <input checked="" type="checkbox"/> Alto Ancho: Profundo:
ORIENTACIÓN DEL SOPORTE		A) <input checked="" type="checkbox"/> Vertical <input type="checkbox"/> Horizontal
MATERIALES	A) DEL SOPORTE	A) Descripción: <u>Modular</u>
TEXTURA REAL	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
TEXTURA VISUAL (solo se percibe por la vista)	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
TEXTURA FICTICIA (aparición de un material)	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
CONCEPTO DE CONFIGURACIÓN	FORMA DEL CONTENIDO DEL SOPORTE GRÁFICO	
FORMA DEL SOPORTE CONTENIDO		A) <input type="checkbox"/> Orgánica / Natural <input checked="" type="checkbox"/> Geométrica / Artificial
TRATAMIENTO GRÁFICO		
FOTOGRAFÍA	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
ILUSTRACIÓN	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
JUEGO TIPOGRÁFICO	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
VIDEO	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
TÉCNICA MIXTA	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
COLOR	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
A) NÚMERO DE TINTAS	A) <input type="checkbox"/> Monocromático <input checked="" type="checkbox"/> Cromático	<input checked="" type="checkbox"/> Cuatrocromía <input type="checkbox"/> Policromático
B) LUZ	A) <input checked="" type="checkbox"/> Iluminado	<input type="checkbox"/> Oscuro <input type="checkbox"/> Plano
C) TEMPERATURA	A) <input checked="" type="checkbox"/> Caliente	<input type="checkbox"/> Fria <input type="checkbox"/> Mixta
D) INTENSIDAD	A) <input checked="" type="checkbox"/> Saturado	<input type="checkbox"/> Desaturado
E) TÉCNICA	A) <input checked="" type="checkbox"/> Contraste de color	<input type="checkbox"/> Acentos de color <input type="checkbox"/> Nuevo <input type="checkbox"/> N/A

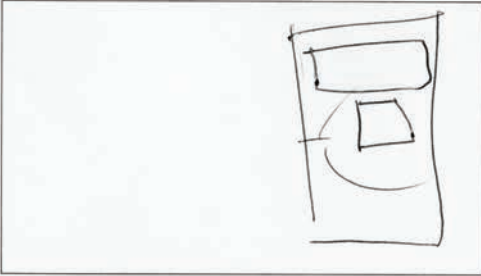
Iluminado.

debe - grafica con diámetro
en las medidas del soporte

+ datos del soporte

TIPOGRAFÍA	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO A) NÚMERO DE PALABRAS B) NÚMERO DE LÍNEAS C) NÚMERO DE MARGES D) JUSTIFICACIÓN E) TAMAÑO (L) F) TIPO DE LETRAS	A) <input type="checkbox"/> - de 40 <input type="checkbox"/> 40 <input checked="" type="checkbox"/> de 40 B) Observaciones: +6 -6 +10 C) Observaciones: D) <input checked="" type="checkbox"/> Izquierda <input type="checkbox"/> Derecha <input type="checkbox"/> Central <input type="checkbox"/> No justificado E) Observaciones: F) <input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas <input checked="" type="checkbox"/> Minúsculas <input checked="" type="checkbox"/> Mixtas
------------	---	--

NIVEL B ASOCIATIVO - ANÁLISIS SINTÁCTICO

CONCEPTO DE CONFIGURACIÓN	CONTENIDO DEL SOPORTE GRÁFICO	
COMPOSICIÓN ESTÁTICA	<input checked="" type="checkbox"/> Recursos constantes <input checked="" type="checkbox"/> Recursos variables <input checked="" type="checkbox"/> Recursos simétricos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos asimétricos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos rectos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos oblicuos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos centrados <input checked="" type="checkbox"/> Recursos complejos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos no centrados	A) <input type="checkbox"/> Recursos constantes <input type="checkbox"/> Recursos variables <input type="checkbox"/> Recursos simétricos <input type="checkbox"/> Recursos asimétricos <input type="checkbox"/> Recursos rectos <input type="checkbox"/> Recursos oblicuos <input type="checkbox"/> Recursos centrados <input type="checkbox"/> Recursos complejos <input type="checkbox"/> Recursos no centrados
COMPOSICIÓN DINÁMICA	<input checked="" type="checkbox"/> Recursos constantes <input checked="" type="checkbox"/> Recursos variables <input checked="" type="checkbox"/> Recursos simétricos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos asimétricos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos rectos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos oblicuos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos centrados <input checked="" type="checkbox"/> Recursos complejos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos no centrados	
ESQUEMA COMPOSITIVO	A) CROQUIS 	
TRATAMIENTO DE LOS RECURSOS GRÁFICOS	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No A) <input checked="" type="checkbox"/> Jerarquía de lectura <input type="checkbox"/> Yuxtaposición de trazos <input checked="" type="checkbox"/> Comparaciones <input checked="" type="checkbox"/> Contraste <input type="checkbox"/> Otros	A) NIVEL 1: X NIVEL 2: X NIVEL 3: X

all.

NIVEL C INTERPRETATIVO - ANÁLISIS PRAGMÁTICO

CONCEPTO DE CONFIGURACIÓN	FORMA Y CONTENIDO DEL SOPORTE GRÁFICO	
ORIGINALIDAD PROPUESTA GRÁFICA	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No A) <input checked="" type="checkbox"/> Existe una referencia <input type="checkbox"/> No existe una referencia <input type="checkbox"/> Copia <input type="checkbox"/> Otro B) Observaciones:	A) <input checked="" type="checkbox"/> Informativo <input type="checkbox"/> Interpretativo <input type="checkbox"/> Educativo <input type="checkbox"/> Ilustrativo <input type="checkbox"/> Difusión <input type="checkbox"/> Otro
FIGURA RETÓRICA (AS)	<input type="checkbox"/> Sí <input checked="" type="checkbox"/> No A) <input type="checkbox"/> Calambur <input type="checkbox"/> Prosopopeya <input type="checkbox"/> Oposición <input type="checkbox"/> Paralelismo <input type="checkbox"/> Gradación <input type="checkbox"/> Repetición <input type="checkbox"/> Epitáficos <input type="checkbox"/> Hipérbatos <input type="checkbox"/> Prestamo <input type="checkbox"/> Elipsis <input type="checkbox"/> comparaciones	
TIPO DE MENSAJE	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No A) <input checked="" type="checkbox"/> Informativo <input type="checkbox"/> Interpretativo <input type="checkbox"/> Educativo <input type="checkbox"/> Ilustrativo <input type="checkbox"/> Difusión <input type="checkbox"/> Otro	

*Referencia
Metáfora
Aliteración
/ me depe*

MENSAJE DIRIGIDO A:	A) Edad: B) Nivel de lectura: C) Situación geográfica:	A) <input type="checkbox"/> Niños <input type="checkbox"/> Jóvenes <input checked="" type="checkbox"/> Adultos <input type="checkbox"/> Tercera edad <input type="checkbox"/> Indefinido B) <input type="checkbox"/> Expertos <input checked="" type="checkbox"/> NO Expertos <input type="checkbox"/> Indefinido C) <input type="checkbox"/> Pública local <input type="checkbox"/> Pública extranjera (turistas) <input checked="" type="checkbox"/> Indefinido
MENSAJE (información explícita)	A) Descripción:	
METAMENSAJE (información implícita) * opinión del que evalúa	A) Descripción:	

Ejemplo de esquema propuesto para llevar a cabo el análisis fotográfico

FICHA (A)	
SEÑALIZACION	VIBRO
ILUMINACION	SEÑALIZACION DE SEÑAL
	FOCALIZADO
MOVIMIENTO	VITRINA ESPECIAL
	SALIDA UNIFORME
	CALLES DE TALLER.
MEDIOS ELECTRONICOS	PERFORACION CRISTAL
	VIBRO PROYECCION

FICHA (B)

M. Explicito: El dibujo y sus funciones: NOS NECESITA A CONOCER, PENSAR, RECORDAR Y EXPONER.

M. Implícito: dibujo es axoni con taller; balance imparte; tenerme en el objeto cuando

→ Siempre de un dibujo

Para creativo
a través

ANÁLISIS GRÁFICO DE SINTESIS



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO UNAM - FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO FAD
 MAESTRÍA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL
 ESTANCIA DE INVESTIGACIÓN EN LA UNIVERSIDAD VISUAL EN INVESTIGACIÓN VISUAL
 PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS EXPLORATORIO DE LA PRÁCTICA DEL DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL EN INVESTIGACIÓN VISUAL EN LA UNIVERSIDAD VISUAL DE BARCELONA, UB

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO UNAM - FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO FAD
 MAESTRÍA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL
 ESTANCIA DE INVESTIGACIÓN EN LA UNIVERSIDAD VISUAL EN INVESTIGACIÓN VISUAL
 PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS EXPLORATORIO DE LA PRÁCTICA DEL DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL EN INVESTIGACIÓN VISUAL EN LA UNIVERSIDAD VISUAL DE BARCELONA, UB

FICHA UNIVERSAL DE EVALUACIÓN PARA EQUIPAMIENTOS CULTURALES, FUEEC

1. EQUIPAMIENTO CULTURAL

Nombre: _____
 Localización: _____
 Fecha de visita: _____
 Hora de entrada y salida: _____

1.1 EDIFICIO

Edificio construido para ser museo: _____
 Edificio adaptado: _____
 Aspecto general del edificio: _____

CONCEPTO	EXISTENCIA		VALORACIÓN				ESPECIFICACIONES
	SI	NO	EXCELENTE	BUENO	MALO	NO APLICA	
1.2 ZONA DE ADMISIÓN							
MODULO INFORMATIVO	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observación
¿EXISTE ORDEN EN EL MODULO INFORMATIVO?	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observación
¿CÓMO ES LA LIMPIEZA?			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observación
TRATO PERSONAL	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observación
ENTRADA LIBRE	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observación
ENTRADA CON PAGO	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observación
1.3 SEÑALIZACIÓN							
EN EDIFICIO	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observación
EN SALAS	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observación

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO UNAM - FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO FAD
 MAESTRÍA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL
 ESTANCIA DE INVESTIGACIÓN EN LA UNIVERSIDAD VISUAL EN INVESTIGACIÓN VISUAL
 PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS EXPLORATORIO DE LA PRÁCTICA DEL DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL EN INVESTIGACIÓN VISUAL EN LA UNIVERSIDAD VISUAL DE BARCELONA, UB

FICHA DE ANÁLISIS PARA SOPORTES GRÁFICOS

Título de exposición: _____
 Tipo de soporte gráfico: cartel cartel cartel cartel cartel cartel cartel cartel cartel cartel

Localización del soporte gráfico: _____

NIVEL A DESCRIPTIVO - ANÁLISIS SEMÁNTICO

* PARA SOPORTE GRÁFICO EL NIVEL A DE EVALUACIÓN NO APLICA, DEBIDO A QUE SU FORMA SE VE CONECTIVAMENTE POR EL SOPORTE GRÁFICO QUE LA CONTIENE

CONCEPTO DE CONFIGURACIÓN	NIVEL A:) FORMA DEL SOPORTE GRÁFICO COMO OBJETO	
SOPORTE BIDIMENSIONAL	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
SOPORTE TRIDIMENSIONAL	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
FORMA DEL SOPORTE	A) <input type="checkbox"/> Geométrica <input type="checkbox"/> Formas orgánicas <input type="checkbox"/> Abstr <input type="checkbox"/> Figurativa <input type="checkbox"/> Geométrica / Arcoírica	
DIMENSIONES DEL SOPORTE	A) Alto <input type="checkbox"/> Ancho <input type="checkbox"/> Profundo	
ORIENTACIÓN DEL SOPORTE	A) <input type="checkbox"/> Vertical <input type="checkbox"/> Horizontal <input type="checkbox"/> Inclinado a la derecha <input type="checkbox"/> Inclinado a la izquierda	
MATERIALES DE PRODUCCIÓN	A) DEL SOPORTE B) SOBRE EL SOPORTE A) Descripción A) Descripción	
TEXTURA REAL	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
TEXTURA VISUAL (sólo se percibe por la vista)	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
TEXTURA FICTICIA (apariencia de un material)	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO

ANEXO IV

Fichas de observación.

Estudio de Caso realizado en el Equipamiento Cultural
Arts Santa Mónica.

Ficha Universal de Evaluación para Equipamientos Culturales

Fichas de Análisis de Soportes Gráficos

2. SALA DE EXPOSICIÓN

Nombre de sala: sin nombre

Localización: Planta 1 del edificio

Título de exposición: Tras, el dibujo como una herramienta del conocimiento

Núcleos temáticos: 4 núcleos temáticos

Otro: Del 7 de octubre al 7 de diciembre de 2014. Arts Santa Mònica y Sant Lluc

CONCEPTO	EXISTENCIA		VALORACIÓN				ESPECIFICACIONES
	SI	NO	EXCELENTE	BUENO	HALO	NO APLICA	
2.1. DIFUSIÓN							
2.1.1 NO UBICADA EN SITIO							
PÁGINA WEB	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input checked="" type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) <input type="checkbox"/> Estático <input checked="" type="checkbox"/> Dinámico <input type="checkbox"/> Interactivo
APPS	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input checked="" type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) <input type="checkbox"/> Estático <input checked="" type="checkbox"/> Dinámico <input type="checkbox"/> Interactivo B) <input type="checkbox"/> Geolocalizada <input checked="" type="checkbox"/> No geolocalizada
REDES SOCIALES	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) <input checked="" type="checkbox"/> Estático <input type="checkbox"/> Dinámico <input type="checkbox"/> Interactivo
SPOT EN T.V.	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	
SPOT EN RADIO	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	
ROTULOS EN LA CIUDAD	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO					A) Observaciones: B) Observaciones: C) Observaciones: localizada en postes de plazas principales C) Observaciones:
A) CARTEL			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	
B) FOLLETO			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	
C) VENECIANAS			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input checked="" type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	
D) OTROS			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	
2.1.2 UBICADA EN SITIO							
ROTULOS UBICADOS EN EL EQUIPAMIENTO	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO					A) Observaciones: B) Observaciones: poco visibles, a gran altura C) Observaciones: poca disponibilidad D) Observaciones: información repetitiva de las actividades ofrecidas por el equipamiento D) Observaciones: hoja de ruta, compilación de los textos informativos
A) CARTEL			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	
B) VENECIANAS			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input checked="" type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	
C) FOLLETOS			<input checked="" type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	
D) LUMINOSOS			<input checked="" type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	
E) OTROS			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input checked="" type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	
2.2 RECORRIDO							
LIBRE	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
DIRIGIDO	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input checked="" type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones: recorrido tradicional, de derecha a izquierda y de forma secuencial

2.3 MOBILIARIO							
VITRINAS TIPO	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
VITRINAS ESPECIALES	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input checked="" type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones: demasiado bajas y poco estables
BASES / PEDESTALES	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
SISTEMA DE SUJECCIÓN	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input checked="" type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones: colección a muro y cables tensados
OTRO	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
2.4 ILUMINACIÓN	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input checked="" type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) <input type="checkbox"/> Natural <input checked="" type="checkbox"/> Artificial <input type="checkbox"/> Mixta
							B) <input type="checkbox"/> Generalizada <input type="checkbox"/> Focalizada <input checked="" type="checkbox"/> Mixta
							C) <input type="checkbox"/> Caliente <input type="checkbox"/> Fría <input checked="" type="checkbox"/> Mixta
							D) <input type="checkbox"/> A favor de la lectura <input checked="" type="checkbox"/> Contraestructura
							B) <input type="checkbox"/> Observaciones:
2.5 SONORIZACIÓN	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input checked="" type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) <input type="checkbox"/> Generalizada <input checked="" type="checkbox"/> Focalizada
							B) <input type="checkbox"/> Auriculares <input type="checkbox"/> Borneas <input type="checkbox"/> Altabas unidireccionales
							<input checked="" type="checkbox"/> Otros
							C) <input type="checkbox"/> Observaciones: poco volumen y sonido distorsionado
2.6 PROPUESTA GRÁFICA							
IDENTIDAD GRÁFICA	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Tipología:
CÉDULARIO INTRODUCTORIO	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
CÉDULARIO TÊMATICO	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
CÉDULARIO DE OBJETO	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
APOYOS GRÁFICOS	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Tipología:
CATÁLOGO DE EXPOSICIÓN	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
FOLLETOS DE SALA	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Tipología:
USO DE TIPOGRAFÍA	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Tipología:
USO DE GAMA CRÓMATICA	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
OTROS	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
2.7 MEDIOS ELECTRÓNICOS							
PROYECCIÓN SIMPLE	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input checked="" type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones: larga duración, poca visibilidad y sonido distorsionado
RETROPROYECCIÓN	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
AUDIOVISUAL ENVOLVENTE	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
TFT. PANTALLA DE VIDEO (inch.)	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:

... continúa MEDIOS ELECTRÓNICOS							
MAPPING	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
REALIDAD VIRTUAL	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
REALIDAD AUMENTADA	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
AUDIOGUÍA	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
OTROS	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:

3. OTROS SERVICIOS DEL EQUIPAMIENTO

CONCEPTO	EXISTENCIA		VALORACIÓN				ESPECIFICACIONES
	SI	NO	EXCELENTE	BUENO	MALO	NO APLICA	
3.1 CAFETERIA	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO					
COMIDA			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
¿EXISTE ORDEN EN LA TIENDA?	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
¿CÓMO ES LA LIMPIEZA?			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
TRATO PERSONAL			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
¿EXISTE MATERIAL GRÁFICO RELACIONADO CON LA EXPOSICIÓN?	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO					A) Observaciones:
A) Cartel			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
B) Folleto			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	B) Observaciones:
C) otro			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	C) Observaciones:
D) otro			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	D) Observaciones:
3.2 TIENDA	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO					
¿EXISTE ORDEN EN LA TIENDA?	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
TRATO PERSONAL	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
¿EXISTE MATERIAL GRÁFICO RELACIONADO CON LA EXPOSICIÓN?	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO					A) Observaciones:
A) Catálogo			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
B) Souvenir			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	B) Observaciones:
C) otro			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	C) Observaciones:
D) otro			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	D) Observaciones:
3.3 SANITARIOS (LAVABOS)	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO					
LOCALIZACIÓN			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input checked="" type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
¿EXISTE ORDEN EN LOS SANITARIOS?	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input checked="" type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
¿CÓMO ES LA LIMPIEZA?			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input checked="" type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
3.4 GUARDA BULTOS	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO					
LOCALIZACIÓN			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:
CALIDAD DEL SERVICIO			<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> NA	A) Observaciones:

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO, UNAM. FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO, FAD.
 MAESTRÍA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL.
 ESTANCIA DE INVESTIGACIÓN EN LA UNIVERSIDAD DE BARCELONA, UB.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS EXPLORATORIO DE LA PROPUESTA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL EN EXPOSICIONES TEMPORALES DE ARTE MODERNO Y CONTEMPORÁNEO EN LA CIUDAD DE BARCELONA.
 MAESTRANDA: INGRID GARCÍA NARVÁEZ

TUTOR: DOCTOR JOAN SANTACANA MESTRE - UNIVERSIDAD DE BARCELONA, UB.

PRESENTAN

FICHA DE ANÁLISIS PARA SOPORTES GRÁFICOS

SOPORTE GRÁFICO

Nombre de exposición: Trazo, el dibujo como fuente de conocimiento

Tipo de soporte gráfico: A) Veneclanas B) Cartel C) Folleto de mano D) Hoja de sala E) Texto introductorio
 F) Texto temático G) Ficha de objeto H) Catálogo I) Apoyo gráfico postel J) Otro postel
 K) Identidad gráfica *

Localización del soporte gráfico: Al inicio de la exposición

NIVEL A DESCRIPTIVO - ANÁLISIS SEMÁNTICO

* PARA IDENTIDAD GRÁFICA EL NIVEL A.1 DE EVALUACIÓN NO APLICA, DEBIDO A QUE SU FORMA SE VE CONDICIONADA POR EL SOPORTE GRÁFICO QUE LA CONTIENE.

CONCEPTO DE CONFIGURACIÓN	NIVEL A.1 FORMA DEL SOPORTE GRÁFICO COMO OBJETO	
SOPORTE BIDIMENSIONAL	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) <input checked="" type="checkbox"/> Estático <input type="checkbox"/> Con movimiento
SOPORTE TRIDIMENSIONAL	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) <input checked="" type="checkbox"/> Estático <input type="checkbox"/> Con movimiento B) <input type="checkbox"/> Alto relieve <input checked="" type="checkbox"/> Bajo relieve
FORMA DEL SOPORTE		A) <input type="checkbox"/> Orgánica (Natural) <input checked="" type="checkbox"/> Geométrica / Artificial
DIMENSIONES DEL SOPORTE		A) Alto: <u>1.20</u> cm Ancho: <u>2.20</u> cm Profundo: <u>8</u> cm
ORIENTACIÓN DEL SOPORTE		A) <input type="checkbox"/> Vertical <input checked="" type="checkbox"/> Horizontal <input type="checkbox"/> Inclinado a la derecha <input type="checkbox"/> Inclinado a la izquierda
MATERIALES DE PRODUCCIÓN	A) DEL SOPORTE	A) Descripción: <u>Madera reciclada, triplay de 3mm</u>
	B) SOBRE EL SOPORTE	A) Descripción: <u>pirograbado + pintura</u>
TEXTURA REAL	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) Descripción: <u>Madera al natural y pintada</u>
TEXTURA VISUAL (sólo se percibe por la vista)	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
TEXTURA FICTICIA (aparición de un material)	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:

CONCEPTO DE CONFIGURACIÓN	NIVEL A.2 FORMA DEL CONTENIDO	
FORMA DEL CONTENIDO		A) <input type="checkbox"/> Orgánica / Natural <input checked="" type="checkbox"/> Geométrica / Artificial
TRATAMIENTO GRÁFICO		A) Descripción:
FOTOGRAFÍA	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
ILUSTRACIÓN	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
JUEGO TIPOGRÁFICO	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
VIDEO	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
OTRO ¿cuál?	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
COLOR	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) <input type="checkbox"/> Monocromático <input checked="" type="checkbox"/> Dúctono <input type="checkbox"/> Policromático
	A) NÚMERO DE TINTAS	A) <input type="checkbox"/> Iluminado <input type="checkbox"/> Oscuro <input checked="" type="checkbox"/> Mixto
	B) LUZ	A) <input type="checkbox"/> Calda <input type="checkbox"/> Fria <input checked="" type="checkbox"/> Híbrida
	C) TEMPERATURA	A) <input checked="" type="checkbox"/> Saturado <input type="checkbox"/> Desaturado
	D) INTENSIDAD	A) <input type="checkbox"/> Contraste de color <input checked="" type="checkbox"/> Acentos de color <input type="checkbox"/> Neutro <input type="checkbox"/> N/A
	E) TÉCNICA	
TIPOGRAFÍA	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
	A) NÚMERO DE PALABRAS	A) <input type="checkbox"/> - de 40 <input type="checkbox"/> 40 <input checked="" type="checkbox"/> + de 40
	B) NÚMERO DE LINEAS	A) <input type="checkbox"/> - de 6 <input type="checkbox"/> 6 <input checked="" type="checkbox"/> + de 6
	C) NÚMERO DE PÁRRAFOS	A) <input type="checkbox"/> - de 4 <input type="checkbox"/> 4 <input checked="" type="checkbox"/> + de 4
	D) JUSTIFICACIÓN	A) <input type="checkbox"/> Izquierda <input type="checkbox"/> Derecha <input type="checkbox"/> Central <input type="checkbox"/> Justificado <input checked="" type="checkbox"/> No Justificado
	E) TAMAÑO (x) aproximado	A) Mayor: 80 cm Menor: 1,5 cm
	F) TIPO DE LETRAS	A) <input type="checkbox"/> Mayúsculas <input type="checkbox"/> Minúsculas <input checked="" type="checkbox"/> Ambas

NIVEL B ASOCIATIVO - ANÁLISIS SINTÁCTICO

CONCEPTO DE CONFIGURACIÓN	CONTENIDO DEL SOPORTE GRÁFICO	
COMPOSICIÓN ESTÁTICA	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) <input checked="" type="checkbox"/> Recursos constantes <input checked="" type="checkbox"/> Recursos simétricos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos rectos <input type="checkbox"/> Recursos cenográficos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos completos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos centrados
COMPOSICIÓN DINÁMICA	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) <input type="checkbox"/> Recursos inconsistentes <input type="checkbox"/> Recursos asimétricos <input type="checkbox"/> Recursos oblicuos <input type="checkbox"/> Recursos cenográficos <input type="checkbox"/> Recursos incompletos <input type="checkbox"/> Recursos no centrados
ESQUEMA COMPOSITIVO	A) CROQUIS o FOTOGRAFÍA	

TÉCNICAS GRÁFICAS UTILIZADAS		A) <input checked="" type="checkbox"/> Jerarquía de lectura <input checked="" type="checkbox"/> Yuxtaposición estratégica <input type="checkbox"/> Transparencias <input type="checkbox"/> Fragmentación <input checked="" type="checkbox"/> Color <input type="checkbox"/> Otra
JERARQUÍAS DE LECTURA EN EL MENSAJE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) NIVEL 1: Título NIVEL 4: NIVEL 2: Cuerpo de texto en catalán NIVEL 5: NIVEL 3: Cuerpo de texto en castellano NIVEL

NIVEL C INTERPRETATIVO - ANÁLISIS PRAGMÁTICO

CONCEPTO DE CONFIGURACIÓN	FORMA Y CONTENIDO DEL SOPORTE GRÁFICO
ORIGINALIDAD PROPUESTA GRÁFICA	A) <input type="checkbox"/> Existe una referencia <input checked="" type="checkbox"/> No existe una referencia <input type="checkbox"/> Copia <input type="checkbox"/> Otro B) Observaciones:
FIGURA RETÓRICA (AS)	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO A) <input type="checkbox"/> Calambur <input type="checkbox"/> Prosopopeya <input type="checkbox"/> Oposición <input type="checkbox"/> Paralelismo <input type="checkbox"/> Gradación <input checked="" type="checkbox"/> Repetición <input type="checkbox"/> Epitáfisis <input type="checkbox"/> Hipérbolo <input checked="" type="checkbox"/> Prestamo <input type="checkbox"/> Elipsis <input type="checkbox"/> Síncdoque <input type="checkbox"/> Erótoma <input type="checkbox"/> Metáfora <input type="checkbox"/> Aliteración <input type="checkbox"/> Metonimia
TIPO DE MENSAJE	A) <input checked="" type="checkbox"/> Informativo <input type="checkbox"/> Interpretativo <input type="checkbox"/> Educativo <input type="checkbox"/> Ilustrativo <input type="checkbox"/> Difusión <input type="checkbox"/> Otro
MENSAJE DIRIGIDO A	A) Edad: <input type="checkbox"/> Niños <input type="checkbox"/> Jóvenes <input type="checkbox"/> Adultos <input type="checkbox"/> Tercera edad <input checked="" type="checkbox"/> Indefinido B) Nivel de lectura: <input type="checkbox"/> Expertos <input checked="" type="checkbox"/> NO Expertos <input type="checkbox"/> Indefinido C) Situación geográfica: <input checked="" type="checkbox"/> Público local <input type="checkbox"/> Público extranjero (turismo)
MENSAJE (información explícita)	A) Descripción: El comisario de la exposición expresa las posibilidades del dibujo, las diversas aplicaciones que se le han dado, el dibujo como una combinación de idea, acción y narrativa. Se dan algunas aproximaciones que se han hecho del dibujo, un lenguaje, proyección, nexo entre la mente y mano, creatividad y realidad.
METAMENSAJE (información implícita) * opinión del que evalúa	A) Descripción: Se describe quienes son los responsables de la planeación y propuesta de la muestra, así como el mención general de los cuatro núcleos que la conforman, así mismo da conocer, que se estarán realizando actividades complementarias.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO, UNAM. FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO, FAD.
 MAESTRÍA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL.

ESTANCIA DE INVESTIGACIÓN EN LA UNIVERSIDAD DE BARCELONA, UB.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS EXPLORATORIO DE LA PROPUESTA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL EN EXPOSICIONES TEMPORALES DE ARTE MODERNO Y CONTEMPORÁNEO EN LA CIUDAD DE BARCELONA.

MAESTRANDA: INGRID GARCÍA NARVÁEZ

TUTOR: DOCTOR JOAN SANTACANA MESTRE - UNIVERSIDAD DE BARCELONA, UB.

PRESENTAN

FICHA DE ANÁLISIS PARA SOPORTES GRÁFICOS

SOPORTE GRÁFICO

Nombre de exposición: Trazo, el dibujo como fuente de conocimiento

Tipo de soporte gráfico: A) Veneclanas B) Cartel C) Folleto de mano D) Hoja de sala E) Texto introductorio
 F) Texto temático G) Ficha de objeto H) Catálogo I) Apoyo gráfico postel J) Otro postel
 K) Identidad gráfica *

Localización del soporte gráfico: Al inicio de la exposición

NIVEL A DESCRIPTIVO - ANÁLISIS SEMÁNTICO

* PARA IDENTIDAD GRÁFICA EL NIVEL A.1 DE EVALUACIÓN NO APLICA, DEBIDO A QUE SU FORMA SE VE CONDICIONADA POR EL SOPORTE GRÁFICO QUE LA CONTIENE.

CONCEPTO DE CONFIGURACIÓN	NIVEL A.1 FORMA DEL SOPORTE GRÁFICO COMO OBJETO	
SOPORTE BIDIMENSIONAL	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) <input checked="" type="checkbox"/> Estático <input type="checkbox"/> Con movimiento
SOPORTE TRIDIMENSIONAL	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) <input checked="" type="checkbox"/> Estático <input type="checkbox"/> Con movimiento B) <input type="checkbox"/> Alto relieve <input checked="" type="checkbox"/> Bajo relieve
FORMA DEL SOPORTE		A) <input type="checkbox"/> Orgánica (Natural) <input checked="" type="checkbox"/> Geométrica / Artificial
DIMENSIONES DEL SOPORTE		A) Alta: <u>40</u> cm Ancho: <u>70</u> cm Profundo: <u>3</u> mm
ORIENTACIÓN DEL SOPORTE		A) <input type="checkbox"/> Vertical <input checked="" type="checkbox"/> Horizontal <input type="checkbox"/> Inclinado a la derecha <input type="checkbox"/> Inclinado a la izquierda
MATERIALES DE PRODUCCIÓN	A) DEL SOPORTE	A) Descripción: <u>Madera reciclada, triplay de 3mm</u>
	B) SOBRE EL SOPORTE	A) Descripción: <u>pirograbado + pintura</u>
TEXTURA REAL	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) Descripción: <u>Madera al natural y pintada</u>
TEXTURA VISUAL (sólo se percibe por la vista)	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
TEXTURA FICTICIA (aparencia de un material)	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:

CONCEPTO DE CONFIGURACIÓN	NIVEL A.2 FORMA DEL CONTENIDO	
FORMA DEL CONTENIDO		A) <input type="checkbox"/> Orgánica / Natural <input checked="" type="checkbox"/> Geométrica / Artificial
TRATAMIENTO GRÁFICO		A) Descripción:
FOTOGRAFÍA	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
ILUSTRACIÓN	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción: título + cuerpo de texto
JUEGO TIPOGRÁFICO	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
VIDEO	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
OTRO ¿cúal?	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
COLOR	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) <input checked="" type="checkbox"/> Monocromático <input type="checkbox"/> Duotono <input type="checkbox"/> Policromático
	A) NÚMERO DE TINTAS	A) <input type="checkbox"/> Iluminado <input checked="" type="checkbox"/> Oscuro <input type="checkbox"/> Mixto
	B) LUZ	A) <input checked="" type="checkbox"/> Calda <input type="checkbox"/> Fria <input type="checkbox"/> Hívia
	C) TEMPERATURA	A) <input checked="" type="checkbox"/> Saturado <input type="checkbox"/> Desaturado
	D) INTENSIDAD	A) <input type="checkbox"/> Contraste de color <input type="checkbox"/> Acentos de color <input checked="" type="checkbox"/> Neutro <input type="checkbox"/> N/A
	E) TÉCNICA	
TIPOGRAFÍA	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
	A) NÚMERO DE PALABRAS	A) <input type="checkbox"/> - de 40 <input type="checkbox"/> 40 <input checked="" type="checkbox"/> + de 40
	B) NÚMERO DE LINEAS	A) <input type="checkbox"/> - de 6 <input type="checkbox"/> 6 <input checked="" type="checkbox"/> + de 6
	C) NÚMERO DE PÁRRAFOS	A) <input type="checkbox"/> - de 4 <input type="checkbox"/> 4 <input checked="" type="checkbox"/> + de 4
	D) JUSTIFICACIÓN	A) <input type="checkbox"/> Izquierda <input type="checkbox"/> Derecha <input type="checkbox"/> Central <input type="checkbox"/> Justificado <input checked="" type="checkbox"/> No Justificado
	E) TAMAÑO (x) aproximado	A) Mayor: 8 cm Menor: 1,5 cm
	F) TIPO DE LETRAS	A) <input type="checkbox"/> Mayúsculas <input type="checkbox"/> Minúsculas <input checked="" type="checkbox"/> Ambas

NIVEL B ASOCIATIVO - ANÁLISIS SINTÁCTICO

CONCEPTO DE CONFIGURACIÓN	CONTENIDO DEL SOPORTE GRÁFICO	
COMPOSICIÓN ESTÁTICA	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) <input checked="" type="checkbox"/> Recursos constantes <input checked="" type="checkbox"/> Recursos simétricos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos rectos <input type="checkbox"/> Recursos cenogéidos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos completos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos centrados
COMPOSICIÓN DINÁMICA	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) <input type="checkbox"/> Recursos inconstantes <input type="checkbox"/> Recursos asimétricos <input type="checkbox"/> Recursos oblicuos <input type="checkbox"/> Recursos cenogéidos <input type="checkbox"/> Recursos incompletos <input type="checkbox"/> Recursos no centrados
ESQUEMA COMPOSITIVO	A) CROQUIS = FOTOGRAFÍA	

TÉCNICAS GRÁFICAS UTILIZADAS		A) <input checked="" type="checkbox"/> Jerarquía de lectura <input type="checkbox"/> Yuxtaposición estratégicas <input type="checkbox"/> Transparencias <input type="checkbox"/> Fragmentación <input checked="" type="checkbox"/> Color <input type="checkbox"/> Otra
JERARQUÍAS DE LECTURA EN EL MENSAJE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) NIVEL 1: Título NIVEL 4: NIVEL 2: Cuerpo de texto en catalán NIVEL 5: NIVEL 3: NIVEL

NIVEL C INTERPRETATIVO - ANÁLISIS PRAGMÁTICO

CONCEPTO DE CONFIGURACIÓN	FORMA Y CONTENIDO DEL SOPORTE GRÁFICO
ORIGINALIDAD PROPUESTA GRÁFICA	A) <input type="checkbox"/> Existe una referencia <input checked="" type="checkbox"/> No existe una referencia <input type="checkbox"/> Copia <input type="checkbox"/> Otro B) Observaciones:
FIGURA RETÓRICA (AS)	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO A) <input type="checkbox"/> Calambur <input type="checkbox"/> Prosopopeya <input type="checkbox"/> Oposición <input type="checkbox"/> Paralelismo <input type="checkbox"/> Gradación <input checked="" type="checkbox"/> Repetición <input type="checkbox"/> Epandipsis <input type="checkbox"/> Hipérbolo <input checked="" type="checkbox"/> Prestamo <input type="checkbox"/> Elipsis <input type="checkbox"/> Sinédoque <input type="checkbox"/> Erótoma <input type="checkbox"/> Metáfora <input type="checkbox"/> Aliteración <input type="checkbox"/> Metonimia
TIPO DE MENSAJE	A) <input checked="" type="checkbox"/> Informativo <input type="checkbox"/> Interpretativo <input type="checkbox"/> Educativo <input type="checkbox"/> Ilustrativo <input type="checkbox"/> Difusión <input type="checkbox"/> Otro
MENSAJE DIRIGIDO A	A) Edad: A) <input type="checkbox"/> Niños <input type="checkbox"/> Jóvenes <input type="checkbox"/> Adultos <input type="checkbox"/> Tercera edad <input checked="" type="checkbox"/> Indefinido B) Nivel de lectura: B) <input type="checkbox"/> Expertos <input checked="" type="checkbox"/> NO Expertos <input type="checkbox"/> Indefinido C) Situación geográfica: C) <input checked="" type="checkbox"/> Público local <input type="checkbox"/> Público extranjero (turismo)
MENSAJE (información explícita)	A) Descripción: Se cita una frase de Albert Einstein "si no puedo dibujarlo, es que no lo entiendo", se resalta la utilidad del dibujo como una herramienta personal para comprender y plasmar el conocimiento humano, propio del arte, la ciencia, la tecnología, etc.
METAMENSAJE (información implícita) * opinión del que evalúa	A) Descripción: Ser consciente de lo útil e importante que es el dibujo para el desarrollo de nuestro conocimiento y proyectos, traer a la mente aquellos dibujos que durante nuestra vida han servido como modelo para aprender o dar a conocer alguna idea.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO, UNAM. FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO, FAD.
 MAESTRÍA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL.
 ESTANCIA DE INVESTIGACIÓN EN LA UNIVERSIDAD DE BARCELONA, UB.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS EXPLORATORIO DE LA PROPUESTA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL EN EXPOSICIONES TEMPORALES DE ARTE MODERNO Y CONTEMPORÁNEO EN LA CIUDAD DE BARCELONA.
 MAESTRANDA: INGRID GARCÍA NARVÁEZ

TUTOR: DOCTOR JOAN SANTACANA MESTRE - UNIVERSIDAD DE BARCELONA, UB.

PRESENTAN

FICHA DE ANÁLISIS PARA SOPORTES GRÁFICOS

SOPORTE GRÁFICO

Nombre de exposición: Trazo, el dibujo como fuente de conocimiento

Tipo de soporte gráfico: A) Veneclanas B) Cartel C) Folleto de mano D) Hoja de sala E) Texto introductorio
 F) Texto temático G) Ficha de objeto H) Catálogo I) Apoyo gráfico postal J) Otro postal
 K) Identidad gráfica *

Localización del soporte gráfico: Acompañando a cada pieza de la colección

NIVEL A DESCRIPTIVO - ANÁLISIS SEMÁNTICO

* PARA IDENTIDAD GRÁFICA EL NIVEL A.1 DE EVALUACIÓN NO APLICA, DEBIDO A QUE SU FORMA SE VE CONDICIONADA POR EL SOPORTE GRÁFICO QUE LA CONTIENE.

CONCEPTO DE CONFIGURACIÓN	NIVEL A.1 FORMA DEL SOPORTE GRÁFICO COMO OBJETO	
SOPORTE BIDIMENSIONAL	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) <input checked="" type="checkbox"/> Estático <input type="checkbox"/> Con movimiento
SOPORTE TRIDIMENSIONAL	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) <input type="checkbox"/> Estático <input type="checkbox"/> Con movimiento B) <input type="checkbox"/> Alto relieve <input checked="" type="checkbox"/> Bajo relieve
FORMA DEL SOPORTE		A) <input type="checkbox"/> Orgánica (Natural) <input checked="" type="checkbox"/> Geométrica / Artificial
DIMENSIONES DEL SOPORTE		A) Alto: <u>9</u> cm Ancho: <u>15</u> cm Profundo: <u>3</u> mm
ORIENTACIÓN DEL SOPORTE		A) <input type="checkbox"/> Vertical <input checked="" type="checkbox"/> Horizontal <input type="checkbox"/> Inclinado a la derecha <input type="checkbox"/> Inclinado a la izquierda
MATERIALES DE PRODUCCIÓN	A) DEL SOPORTE	A) Descripción: trovicel
	B) SOBRE EL SOPORTE	A) Descripción: vinil adherible impreso
TEXTURA REAL	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) Descripción: Plástico
TEXTURA VISUAL (sólo se percibe por la vista)	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
TEXTURA FICTICIA (aparencia de un material)	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:

CONCEPTO DE CONFIGURACIÓN	NIVEL A.2 FORMA DEL CONTENIDO	
FORMA DEL CONTENIDO		A) <input type="checkbox"/> Orgánica / Natural <input checked="" type="checkbox"/> Geométrica / Artificial
TRATAMIENTO GRÁFICO		
FOTOGRAFÍA	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
ILUSTRACIÓN	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
JUEGO TIPOGRÁFICO	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
VIDEO	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
OTRO ¿cuál?	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
COLOR	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
	A) NÚMERO DE TINTAS	A) <input type="checkbox"/> Monocromático <input checked="" type="checkbox"/> Duotono <input type="checkbox"/> Policromático
	B) LUZ	A) <input checked="" type="checkbox"/> Iluminado <input type="checkbox"/> Oscuro <input type="checkbox"/> Mixto
	C) TEMPERATURA	A) <input type="checkbox"/> Calda <input checked="" type="checkbox"/> Fria <input type="checkbox"/> Mixta
	D) INTENSIDAD	A) <input type="checkbox"/> Saturado <input checked="" type="checkbox"/> Desaturado
	E) TÉCNICA	A) <input checked="" type="checkbox"/> Contraste de color <input type="checkbox"/> Acentos de color <input type="checkbox"/> Neutro <input type="checkbox"/> N/A
TIPOGRAFÍA	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
	A) NÚMERO DE PALABRAS	A) <input checked="" type="checkbox"/> - de 40 <input type="checkbox"/> 40 <input type="checkbox"/> + de 40
	B) NÚMERO DE LINEAS	A) <input checked="" type="checkbox"/> - de 6 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> + de 6
	C) NÚMERO DE PÁRRAFOS	A) <input checked="" type="checkbox"/> - de 4 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> + de 4
	D) JUSTIFICACIÓN	A) <input type="checkbox"/> Izquierda <input checked="" type="checkbox"/> Derecha <input type="checkbox"/> Central <input type="checkbox"/> Justificado
	E) TAMAÑO (x) aproximado	A) Mayor: 14 pts. Menor: 12 pts.
	F) TIPO DE LETRAS	A) <input type="checkbox"/> Mayúsculas <input type="checkbox"/> Minúsculas <input checked="" type="checkbox"/> Ambas

NIVEL B ASOCIATIVO - ANÁLISIS SINTÁCTICO

CONCEPTO DE CONFIGURACIÓN	CONTENIDO DEL SOPORTE GRÁFICO	
COMPOSICIÓN ESTÁTICA	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) <input checked="" type="checkbox"/> Recursos constantes <input checked="" type="checkbox"/> Recursos simétricos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos rectos <input type="checkbox"/> Recursos cenográficos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos completos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos centrados
COMPOSICIÓN DINÁMICA	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) <input type="checkbox"/> Recursos inconsistentes <input type="checkbox"/> Recursos asimétricos <input type="checkbox"/> Recursos oblicuos <input type="checkbox"/> Recursos cenográficos <input type="checkbox"/> Recursos incompletos <input type="checkbox"/> Recursos no centrados
ESQUEMA COMPOSITIVO	A) CROQUIS = FOTOGRAFÍA	

TÉCNICAS GRÁFICAS UTILIZADAS		A) <input checked="" type="checkbox"/> Jerarquía de lectura <input type="checkbox"/> Yuxtaposición de tipos <input type="checkbox"/> Transparencias <input type="checkbox"/> Fragmentación <input checked="" type="checkbox"/> Color <input type="checkbox"/> Otro
JERARQUÍAS DE LECTURA EN EL MENSAJE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) NIVEL 1: Nombre de artista NIVEL 4: NIVEL 2: Título de obra NIVEL 5: NIVEL 3: Coleccionista NIVEL

NIVEL C INTERPRETATIVO - ANÁLISIS PRAGMÁTICO

CONCEPTO DE CONFIGURACIÓN	FORMA Y CONTENIDO DEL SOPORTE GRÁFICO
ORIGINALIDAD PROPUESTA GRÁFICA	A) <input checked="" type="checkbox"/> Existe una referencia <input type="checkbox"/> No existe una referencia <input type="checkbox"/> Copia <input type="checkbox"/> Otro B) Observaciones:
FIGURA RETÓRICA (AS)	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO A) <input type="checkbox"/> Calambur <input type="checkbox"/> Prosopopeya <input type="checkbox"/> Oposición <input type="checkbox"/> Paralelismo <input type="checkbox"/> Gradación <input type="checkbox"/> Repetición <input type="checkbox"/> Epandiplosis <input type="checkbox"/> Hipérbato <input type="checkbox"/> Prestamo <input type="checkbox"/> Elipsis <input type="checkbox"/> Sinécdoque <input type="checkbox"/> Eritema <input type="checkbox"/> Metáfora <input type="checkbox"/> Aliteración <input type="checkbox"/> Metonimia
TIPO DE MENSAJE	A) <input checked="" type="checkbox"/> Informativo <input type="checkbox"/> Interpretativo <input type="checkbox"/> Educativo <input type="checkbox"/> Ilustrativo <input type="checkbox"/> Difusión <input type="checkbox"/> Otro
MENSAJE DIRIGIDO A	A) Edad: A) <input type="checkbox"/> Niños <input type="checkbox"/> Jóvenes <input type="checkbox"/> Adultos <input type="checkbox"/> Tercera edad <input checked="" type="checkbox"/> Indefinido B) Nivel de lectura: B) <input checked="" type="checkbox"/> Expertos <input type="checkbox"/> NO Expertos <input type="checkbox"/> Indefinido C) Situación geográfica: C) <input checked="" type="checkbox"/> Público local <input type="checkbox"/> Público extranjero (turismo)
MENSAJE (información explícita)	A) Descripción: Nombre de artista Nombre de pieza Nombre de Colección
METAMENSAJE (información implícita) * opinión del que evalúa	A) Descripción: Ficha de identificación, se le da mayor importancia al nombre del artista.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO, UNAM. FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO, FAD.
 MAESTRÍA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL.

ESTANCIA DE INVESTIGACIÓN EN LA UNIVERSIDAD DE BARCELONA, UB.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS EXPLORATORIO DE LA PROPUESTA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL EN EXPOSICIONES TEMPORALES DE ARTE MODERNO Y CONTEMPORÁNEO EN LA CIUDAD DE BARCELONA.

MAESTRANDA: INGRID GARCÍA NARVÁEZ

TUTOR: DOCTOR JOAN SANTACANA MESTRE - UNIVERSIDAD DE BARCELONA, UB.

PRESENTAN

FICHA DE ANÁLISIS PARA SOPORTES GRÁFICOS

SOPORTE GRÁFICO

Nombre de exposición: Trazo, el dibujo como fuente de conocimiento

Tipo de soporte gráfico: A) Veneclanas B) Cartel C) Folleto de mano D) Hoja de sala E) Texto introductorio
 F) Texto temático G) Ficha de objeto H) Catálogo I) Apoyo gráfico postal J) Otro postal
 K) Identidad gráfica *

Localización del soporte gráfico: Mostrador del equipamiento cultural

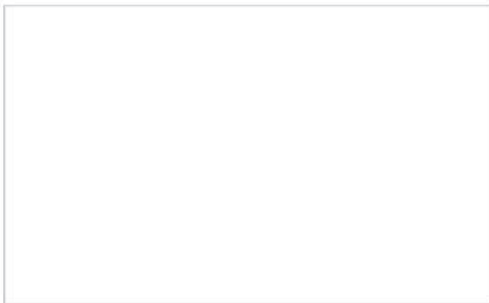
NIVEL A DESCRIPTIVO - ANÁLISIS SEMÁNTICO

* PARA IDENTIDAD GRÁFICA EL NIVEL A.1 DE EVALUACIÓN NO APLICA, DEBIDO A QUE SU FORMA SE VE CONDICIONADA POR EL SOPORTE GRÁFICO QUE LA CONTIENE.

CONCEPTO DE CONFIGURACIÓN	NIVEL A.1 FORMA DEL SOPORTE GRÁFICO COMO OBJETO	
SOPORTE BIDIMENSIONAL	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) <input type="checkbox"/> Estático <input type="checkbox"/> Con movimiento
SOPORTE TRIDIMENSIONAL	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) <input checked="" type="checkbox"/> Estático <input type="checkbox"/> Con movimiento B) <input type="checkbox"/> Alto relieve <input type="checkbox"/> Bajo relieve <input checked="" type="checkbox"/> N/A
FORMA DEL SOPORTE		A) <input type="checkbox"/> Orgánica (Natural) <input checked="" type="checkbox"/> Geométrica / Artificial
DIMENSIONES DEL SOPORTE		A) Alta: <u>15</u> cm Ancho: <u>10.5</u> cm Profundo: <u>2</u> mm Extendido: <u>20.5</u> cm
ORIENTACIÓN DEL SOPORTE		A) <input type="checkbox"/> Vertical <input checked="" type="checkbox"/> Horizontal <input type="checkbox"/> Inclinado a la derecha <input type="checkbox"/> Inclinado a la izquierda
MATERIALES DE PRODUCCIÓN	A) DEL SOPORTE	A) Descripción: <u>papel couche</u>
	B) SOBRE EL SOPORTE	A) Descripción: <u>impresión digital a todo color</u>
TEXTURA REAL	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) Descripción: <u>Papel</u>
TEXTURA VISUAL (sólo se percibe por la vista)	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) Descripción: <u>trazo de dibujo</u>
TEXTURA FICTICIA (aparencia de un material)	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:

CONCEPTO DE CONFIGURACIÓN	NIVEL A.2 FORMA DEL CONTENIDO	
FORMA DEL CONTENIDO		A) <input checked="" type="checkbox"/> Orgánica / Natural <input type="checkbox"/> Geométrica / Artificial
TRATAMIENTO GRÁFICO		
FOTOGRAFÍA	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
ILUSTRACIÓN	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
JUEGO TIPOGRÁFICO	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
VIDEO	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
OTRO ¿cuál?	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) Descripción:
COLOR	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) <input type="checkbox"/> Monocromático <input type="checkbox"/> Duotono <input checked="" type="checkbox"/> Policromático
	A) NÚMERO DE TINTAS	A) <input type="checkbox"/> Iluminado <input type="checkbox"/> Oscuro <input checked="" type="checkbox"/> Mixto
	B) LUZ	A) <input type="checkbox"/> Calda <input checked="" type="checkbox"/> Fria <input type="checkbox"/> Hívia
	C) TEMPERATURA	A) <input checked="" type="checkbox"/> Saturado <input type="checkbox"/> Desaturado
	D) INTENSIDAD	A) <input checked="" type="checkbox"/> Contraste de color <input checked="" type="checkbox"/> Acentos de color <input type="checkbox"/> Neutro <input type="checkbox"/> N/A
	E) TÉCNICA	
TIPOGRAFÍA	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) <input checked="" type="checkbox"/> Sin serif <input type="checkbox"/> Serif <input type="checkbox"/> Ambas
	A) ESTILOS	B) <input type="checkbox"/> - de 40 <input type="checkbox"/> 40 <input checked="" type="checkbox"/> + de 40
	B) NÚMERO DE PALABRAS	C) <input type="checkbox"/> - de 6 <input type="checkbox"/> 6 <input checked="" type="checkbox"/> + de 6
	C) NÚMERO DE LINEAS	D) <input type="checkbox"/> - de 4 <input type="checkbox"/> 4 <input checked="" type="checkbox"/> + de 4
	D) NÚMERO DE PASAJOS	E) <input type="checkbox"/> Izquierda <input checked="" type="checkbox"/> Derecha <input type="checkbox"/> Central <input type="checkbox"/> Justificado
	E) JUSTIFICACIÓN	F) <input type="checkbox"/> Mayor: 400 pts. <input type="checkbox"/> Menor: 6 pts.
	F) TAMAÑO (s) aproximado	G) <input type="checkbox"/> Mayúsculas <input type="checkbox"/> Minúsculas <input checked="" type="checkbox"/> Ambas
	G) TIPO DE LETRAS	

NIVEL B ASOCIATIVO - ANÁLISIS SINTÁCTICO

CONCEPTO DE CONFIGURACIÓN	CONTENIDO DEL SOPORTE GRÁFICO	
COMPOSICIÓN ESTÁTICA	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) <input checked="" type="checkbox"/> Recursos constantes <input checked="" type="checkbox"/> Recursos simétricos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos rectos <input type="checkbox"/> Recursos cenogéidos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos completos <input checked="" type="checkbox"/> Recursos centrados
COMPOSICIÓN DINÁMICA	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO	A) <input type="checkbox"/> Recursos inconstantes <input type="checkbox"/> Recursos asimétricos <input type="checkbox"/> Recursos oblicuos <input type="checkbox"/> Recursos cenogéidos <input type="checkbox"/> Recursos incompletos <input type="checkbox"/> Recursos no centrados
ESQUEMA COMPOSITIVO	A) CROQUIS o FOTOGRAFÍA	

TÉCNICAS GRÁFICAS UTILIZADAS		A) <input checked="" type="checkbox"/> Jerarquía de lectura <input type="checkbox"/> Yuxtaposición <input type="checkbox"/> Transparencias <input checked="" type="checkbox"/> Fragmentación <input checked="" type="checkbox"/> Color <input type="checkbox"/> Otro
JERARQUÍAS DE LECTURA EN EL MENSAJE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	A) NIVEL 1: encabezados, títulos NIVEL 2: cuerpo de texto descriptivo NIVEL 3: imagen NIVEL 4: pie de imagen NIVEL 5: NIVEL

NIVEL C INTERPRETATIVO - ANÁLISIS PRAGMÁTICO

CONCEPTO DE CONFIGURACIÓN	FORMA Y CONTENIDO DEL SOPORTE GRÁFICO
ORIGINALIDAD PROPUESTA GRÁFICA	A) <input checked="" type="checkbox"/> Existe una referencia <input type="checkbox"/> No existe una referencia <input type="checkbox"/> Copia <input type="checkbox"/> Otro B) Observaciones:
FIGURA RETÓRICA (AS)	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO A) <input checked="" type="checkbox"/> Calambur <input type="checkbox"/> Prosopopeya <input type="checkbox"/> Oposición <input type="checkbox"/> Paralelismo <input type="checkbox"/> Gradación <input checked="" type="checkbox"/> Repetición <input type="checkbox"/> Epanditosis <input type="checkbox"/> Hipérbolo <input type="checkbox"/> Prestamo <input type="checkbox"/> Elipsis <input type="checkbox"/> Sinécdoque <input type="checkbox"/> Erótoma <input type="checkbox"/> Metáfora <input type="checkbox"/> Aliteración <input type="checkbox"/> Metonimia
TIPO DE MENSAJE	A) <input checked="" type="checkbox"/> Informativo <input type="checkbox"/> Interpretativo <input type="checkbox"/> Educativo <input type="checkbox"/> Ilustrativo <input type="checkbox"/> Difusión <input type="checkbox"/> Otro
MENSAJE DIRIGIDO A	A) Edad: <input type="checkbox"/> Niños <input type="checkbox"/> Jóvenes <input type="checkbox"/> Adultos <input type="checkbox"/> Tercera edad <input checked="" type="checkbox"/> Indefinido B) Nivel de lectura: <input checked="" type="checkbox"/> Expertos <input type="checkbox"/> NO Expertos <input type="checkbox"/> Indefinido C) Situación geográfica: <input checked="" type="checkbox"/> Público local <input type="checkbox"/> Público extranjero (turismo)
MENSAJE (información explícita)	A) Descripción: Folleto de 35 páginas donde se incluye una extensa presentación de lo es la muestra, el texto corre por cuenta del curador, en páginas posteriores se incluye la descripción de cada uno de los núcleos temáticos, se incluyen páginas dedicadas exclusivamente a resaltar piezas de la colección, se incluyen sus fichas técnicas. Finalmente se incluyó toda la información general para poder realizar la visita, así como el calendario de actividades a desarrollarse en torno a la exposición.
METAMENSAJE (información implícita) * opinión del que evalúa	A) Descripción: Es una especie de catálogo ilustrado que no solo podrá ser utilizado durante la visita, sino tiene la intención de ser conservado, sus características materiales y de contenido lo presentan como un al compilado dónde se incluyen lo ejes de la exposición y algunas fotografías de las piezas más importantes.

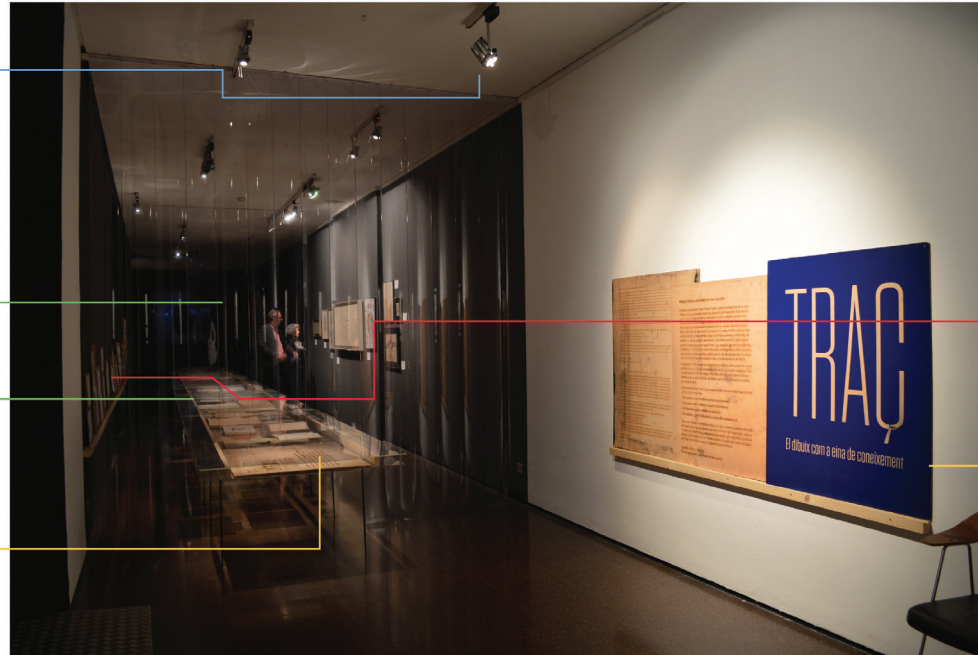
ANÁLISIS GRÁFICO DE SÍNTESIS

Iluminación general

mobiliario, cortina
de plástico

vitrina especial,
madera, vidrio
y metal.

cédula tematica,
madera esgrafiada



Colección a
muro y en
vitrina.

cédula introductoria
madera esgrafiada y
pintura.

ANÁLISIS GRÁFICO DE SÍNTESIS

Iluminación dirigida

mobiliario, cortina
de plástico

vitrina especial,
madera, vidrio
y metal.

cédula tematica,
madera esgrafiada



Colección a
muro y en
vitrina.

cédula introductoria
madera esgrafiada y
pintura.

ANÁLISIS GRÁFICO DE SÍNTESIS

Iluminación dirigida

mobiliario, cortina
de plástico

Iluminación dirigida

vitrina especial,
madera, vidrio
y metal.

cédula tematica,
madera esgrafiada



Proyección simple

Colección a
muro y en
vitrina.

ANEXO V

Transcripción de grupo de discusión
Estudio de Caso realizado en el Equipamiento Cultural
Arts Santa Mónica.

8 de Diciembre 2014

INGRID: [Explica cómo funciona el focus group, el anonimato y la libertad de opinión. Te presentas y explicas qué es lo que estudias y cuál es tu proyecto y el objetivo. Les pides a los asistentes que se presenten]

N1: Yo llegue al máster a través de una síntesis personal, vengo del mundo del arte, y me dediqué a las artes plásticas durante 20 años... 15 o 20 años... y luego quise estudiar antropología. Y actualmente estoy entre un proceso entre el arte y la antropología, he llegado a esta conexión. Y bueno, esta conexión también la estoy intentado vehicular a través de los museos, de cómo aplicar todo este conocimiento que he adquirido... cómo enseñar... los museos de todo tipo.

N2: Yo vengo del campo de la historia del arte y este máster lo he cogido porque simplemente me gustaba más acercarme a un ramo más artístico, tocar todo tipo de patrimonio y su gestión sobre todo, la museología sobre todo.

N3: Yo he estudiado bellas artes, me especialicé en imagen, y uno de los intereses que tenía era museos y educación, y al final me decidí por este máster porque podía combinar estas dos cosas.

N4: Soy licenciado en historia y me gustaría decir también que trabajo todos los veranos en unas colonias, en unos campamentos de verano y me gustaría destacar la labor que se hace desde ahí a nivel didáctico y educativo, y en esta ocasión poder divulgar y difundir el conocimiento que sea, también es lo que me ha llevado al máster.

N5: Yo he estudiado bellas artes en la especialidad de conservación, restauración, y... mi campo de estudio, si se puede decir de alguna forma, es la conservación y restauración del patrimonio arquitectónico y defender un poquito el patrimonio arquitectónico de niveles muy bajos en mi barrio. Estamos generando actividades de difusión y activismo para ayudar, o concienciar a la gente de lo que tienen a su alrededor y poderlo defender colectivamente

INGRID: Vale, ahora que ya nos hemos presentado, tendréis que pedir la palabra y una vez que se la dé tendrán que decir "soy el intérprete nº tal" y hablar, ok? Cuando yo les digo comunicación gráfica en una exposición de arte, ¿ustedes qué creen que significa eso? ¿qué es para ustedes la comunicación gráfica?

N3: Para mí es mostrar los contenidos a partir de soportes gráficos, aunque sean textos, cómo se muestra el texto, la tipografía, los colores, si se sirven de fotografías, o... todos los recursos que utilizan para mostrar algo.

N2: Para mí es más específicamente la combinación de tipografías y textos, o sea es un tipo de recurso dentro de un soporte gráfico.

N5: Incluyendo lo que dice la número 3 también añadiría un poquito la marca y la identidad que se genera en la exposición, pero también de comunicación hacia afuera para atraer a la gente. Si la estética que muestras para que venga tú público pues que se vea rápidamente identificada una vez estás dentro de la exposición.

INGRID: Ok. Una vez dada estas respuestas, desde su opinión ¿qué creen que la comunicación gráfica debería incluir?

N1: Hay una cosa que echo en falta cuando se trata de comunicación, y echo en falta los “por qué” se han hecho las exposiciones, el anteproyecto, o el proyecto... los procesos por los cuales uno llega a hacer una exposición de lo que sea: de un artista, de un marco natural... Y no solamente el por qué y el objetivo, sino los procesos porque es una manera de entender el por qué es interesante ir a ver una exposición. Informar por qué se ha hecho.

N4: Yo a veces soy un poco quisquilloso tal vez con el vocabulario y... tengo dudas, realmente, sobre qué incluiría en un gráfico, en un soporte gráfico y qué no. ¿Sería texto en un gráfico o un audiovisual? No tengo una opinión así marcada, para mí los límites son un poco difusos.

INGRID: Respecto a esto ya vimos que todos tenemos una idea de lo que es comunicación gráfica. Ahora tratemos de trasladar todo eso a las exposiciones de arte, en este caso arte contemporáneo. Entonces la pregunta sería: ¿suelen tener una comunicación gráfica que nos ayuda a entender el arte que exponen? dependiendo del espacio en su opinión ¿qué creen?

N5: No, se quedan muchas veces en... o sea, hablamos como recursos, eh? museográfico a nivel de texto... se quedan en la introducción, y a lo mejor por ámbitos y ya está. Si hay alguna explicación... si hay algún recorrido temático, o... a no ser que sea muy específico cuesta mucho. En los museos que yo he visitado a nivel de Hospitalet o... se queda mucho en exponer el cuadro y la ficha técnica y ya está.

Por poner un ejemplo, en un museo de Bilbao, el de arte, a nivel de comunicación gráfica explicaban muy bien el por qué no tienes que hacer fotos en un museo, y era con iconos y pequeños textos. Lo típico que te dicen “fotos con flash o sin flash” y te explicaban por qué. Es un poco como lo que decías tú número 1 del tema del anteproyecto, pero en este caso en conceptos que siempre se dan en los museos de arte contemporáneo, por qué no puedes hacer fotos con flash que es una medida de conservación más que nada, y la gente lo entiende,. Y a nivel de estos recursos, esta comunicación gráfica se puede entender bastante bien.

N1: Yo creo que es... bueno, me sale en catalán “una mancança” (una falta) muy grande, muy excepcional, que... el arte contemporáneo es hacer investigación, pero hay una parte emocional también de me gusta o no me gusta y de estética solamente, pero antes es todo un proceso de investigación. Entonces si esto no se enseña educativamente en la escuela cuando se hace la asignatura de plástica o de educación visual, de alguna manera a la gente se le tiene que explicar esto de que es una investigación.

Porque además cuando... hay una cosa que la gente no entiende que es ¿por qué una obra de arte cuesta tanto dinero? Y ¿por qué hay personas que ganan tanto dinero creando arte? Hay toda una parte que es lo que estamos haciendo con el grupo que es como si fuera una burbuja, una burbuja económica, no? pero ahora no hablamos de esto, sino de las verdades del arte.

Entonces si es investigación tú tienes que explicar a las personas que hay una investigación allí, y por qué es importante. Además los artistas muchas veces se les reúne capital económico con capital simbólico,

y muchas veces los artistas son identidad de una población, pero en cambio luego la gente no les da la importancia... hay un decalage aquí que la mayoría de personas no entiende. Entonces se tiene que hacer pedagogía... pedagogía, información, gráfica... es muy importante porque las personas no lo entienden esto. Los capitales simbólicos de los artistas... por qué hay algunos que ganan dinero, por qué hay algunos que se mueren de hambre... todo esto se tendría que explicar, es importante.

N3: Yo creo que los museos de arte contemporáneo son, justamente, los que menos explican con recursos gráficos, pero creo que el problema viene de que un artista contemporáneo hoy en día cree que la obra se explica por sí misma y no quiere que se explique. Entonces el problema está en la relación entre el museo y el artista. Entonces el museo creo... o quizás muchos no... el museo debería apostar por explicar las obras, pero si tú eres artista y has hecho esa obra, probablemente no quieras que se explique porque ya has pensado en hacer esa obra para que se exponga de una manera determinada, y si no va a ser así, quizás no te interesa o piensas que no se está mostrando bien tu obra. Yo creo que el problema está en esta relación.

N2: Coincido con ella porque además el arte contemporáneo, que ya lo lleva en sí la palabra, es contemporaneidad, entonces es muy difícil poner un contexto a este arte, y lo que busca este arte es salir de esta perspectiva actual. Y además coincido con ella en que el arte contemporáneo precisamente lo que quiere es explicarse por sí mismo, y si además sumamos el hecho de que cuesta mucho hacer una perspectiva desde fuera histórica aun es más difícil exponerlo y explicarlo gráficamente. Y más con lo que dice ella (número 1) es muy difícil enseñarlo desde las escuelas cuando es un arte en sí que a veces es hasta para los experimentados es complicado para ellos, expresarlo, explicarlo.

N1: Yo estoy muy de acuerdo con la número 3, sí.

INGRID: ¿Entonces ustedes son del parecer que el arte no se expresa por sí mismo? Acuerdo con vuestras respuestas...

N1: Pero esto es como... una app o la televisión, ¿se expresa por sí mismo? ¿las tecnologías se expresan por sí mismas? Una pastilla que tú vas a la farmacia a comprar y que te cura, ¿se expresa por sí misma? O sea, te cura, no? te cura por sí misma, pero detrás hay toda una investigación. Yo a lo que me refiero es a que hay un decalage entre los procesos de investigación del arte, el arte que se expresa por sí mismo... y esto se tiene que explicar también, por qué se expresa por sí mismo, ¿por qué esta dimensión que se inserta en el mundo contemporáneo? ¿por qué todo esto? Pues todo esto se tiene que explicar de alguna manera si no te lo enseñan cuando eres pequeño.

N3: Yo creo que el arte sí que se explica por sí mismo, y creo que el problema no está ahí, sino que la sociedad nos ha metido en la cabeza que el arte contemporáneo es difícil de entender y que si no lo has estudiado no vas a entenderlo. Entonces hay gente que dice: "No, yo no voy a ir a un museo de arte contemporáneo para qué, si no voy a entenderlo". Lo que la gente no entiende es que aunque un artista quiera explicar algo con su obra no le importa que el público no reciba lo mismo, mientras reciba algo le da igual el qué. El problema es que la gente se empeña en querer entender lo que el artista quería decir, y a veces no es tan

importante eso como que a ti te trasmita algo aunque no sea lo que el artista quería decir.

N1: Pero esto se tiene que enseñar en las escuelas también... no todo se tiene que entender, y la vida está llena de todos estos elementos, no? bueno, pues esto se tiene que explicar, no?

N3: Sí, yo estoy de acuerdo con que la educación en arte hoy en día no es la adecuada para lo que estamos viviendo.

N4: Sí... el arte es que no se explica, produce una sensación o una emoción y con el arte contemporáneo o cualquier arte... con un cuadro que sea... qué sé yo: la libertad guiando al pueblo puedes tener unas emociones, sensaciones, pero no entenderás lo que realmente ocurrió, el motivo por el que... eso no se...

INGRID: Teniendo claro este idea de si se entiende o no se entiende, ¿hasta qué punto creen que una buena o una mala comunicación influye en lo que estás viendo? O si influye en lo que están viendo expuesto.

N4: ¿En qué sentido?

INGRID: Hay personas que no les afecta mucho porque les importa más el contenido, la explicación que la forma en que está siendo expuesta, y en ese sentido la comunicación gráfica influye o no? Cuándo están conviviendo con la colección.

N2: Yo creo que influye mucho y es muy importante porque a través de la comunicación gráfica se transcribe el discurso que lleva la exposición. Si esta comunicación gráfica no explica bien o no deja claro ese discurso o lo dificulta, ya el espectador o el visitante ya quizás entienden otro mensaje, o no entiende nada, y es lo que provoca que quizás una exposición no guste o... a pesar de que las obras sean excelentes, eso no tiene nada que ver.

N5: Cuando hay un discurso tiene que... o sea creo que la comunicación es básica para ayudar a entender que es lo que has querido explicar y la temática de la exposición, o lo que decía antes que es el cuadro y ya está y la ficha técnica, pero no hay un discurso, no hay nada que... si te gusta o no te gusta la obra pero no hay ese añadido que le da contenido y le da forma muchas veces.

N1: Es que la comunicación gráfica dices? Es que puede tener muchas formas...

INGRID: Claro...

N1: Es como que te quiere ayudar y al final te está desayudando...

INGRID: De hecho en base a eso la comunicación gráfica recurre a muchas estrategias como muchas veces son campañas de difusión, cartelerías, comerciales, internet, etc. eso y actividades paralelas como talleres, conferencias... y en base a vuestra experiencia ¿cuáles de esas estrategias han sido más útiles para ustedes?

N4: Normalmente para saber que existe una exposición o algo yo creo que se hace con carteles en el espacio público, es el canal que se suele utilizar. En ocasiones en televisión sale pero no mucho.

INGRID: Y por ejemplo cuando hablas de las comunicaciones en el exterior desde tu experiencia, estas comunicaciones gráficas han sido en el área del equipamiento o en espacios más alejados?

N4: Creo que en espacios más alejados sí que hay. También depende del lugar donde se hace o está la exposición.

N1: También depende del lugar, de la cantidad de población y depende del tipo de público y de cómo te sitúes tú, no? Si tú vives en la ciudad donde hay una actividad de arte contemporáneo prefieres un tipo de difusión gráfica. Si haces de turista en otro sitio buscas otro tipo de información gráfica, de comunicación o difusión de la exposición. Yo creo que todas las comunicaciones son muy efectivas porque... no sé, es muy variopinto, no? igual que las personas y pienso que todo influye.

INGRID: Y en su experiencia algo que recuerden que digan: "esto siempre ha funcionado, siempre capta la atención..." ¿pueden recordar algo?

N1: Sí, el cartel.

N3: Yo me suelo fijar también en las recomendaciones de algunas revistas como Butxaca, por ejemplo, suelo consultar bastante los cambios y las exposiciones que recomiendan, y en las redes sociales... que no en... Porque el cartel muchas veces se me olvida, si no lo veo muy a menudo... digo: "ah mira qué interesante!" pero si no lo vuelvo a ver se me olvida.

N5: Las redes sociales y las opiniones que se generan en las redes sociales, y cómo responde la institución con el visitante. Creo que te da ese punto de cercanía que el cartel es simplemente expositor.

N1: A mí me ha funcionado siempre el cartel a lo mejor por el tema visual... tengo memoria visual y entonces... pero bueno...

N5: El cartel depende de la cercanía y el radio depende mucho del presupuesto que tenga esa institución. Si es una institución pequeña pues... por lo menos lo que yo conozco, hay muchas instituciones que están apostando más por las redes sociales y carteles o propaganda dentro de la institución, o un radio muy cercano, y ya para más afuera redes sociales y otros tipos de estrategias que...

N1: Yo creo que depende de cómo te sitúas como público, eh? como decía antes. A veces a una población pequeña funciona más un tipo de difusión o no... pero si trabajara dentro de un museo yo creo que los utilizaría todos porque los flyers... no sé, veo que se utiliza muchas formas gráficas...

N5: Más que un cartel yo recuerdo más los flyers que se reparten, porque como se acaban repartiendo en diferentes sitios, pocas cantidades pero diferentes, siempre acabas viendo la misma imagen en todos y es más fácil hacer la relación.

N2: Para mí también las redes sociales pero sobre todo, los medios de comunicación aunque no todos puedan permitir alguna imagen es lo que suelo ver más. O las webs, de críticas...

INGRID: Medios de comunicación ¿sería radio, televisión?

N2: Televisión no suelo escuchar mucho pero también la radio para algún tipo de público específico también llegaría...

N4: Yo creo que al cartel también lo que le ha ido bien ha sido internet. Ves el cartel, el cartel te llama la atención y buscas... entonces ya entras en él...

INGRID: ¿Memoria visual?

VARIOS: Sí.

INGRID: Bueno pues ya vemos que hay estrategias de comunicación gráfica y sabemos que la comunicación gráfica puede tener diferentes puntos, puede ser nada más para hacer difusión interpretativa, ilustrativa, con fines pedagógicos, didácticos o meramente informativa. En su opinión para el arte contemporáneo, ¿cuál de estas funciones o aplicaciones que se le pueden dar a la comunicación gráfica ustedes priorizarían?

N1: Has dicho en las exposiciones de arte?

INGRID: Primero hemos visto la comunicación gráfica en las exposiciones de arte, todas estas funciones que se le puede dar al mensaje, o enfoques... para ustedes ¿cuál priorizaría?

N5: La informativa, la educativa.

N3: Yo estoy de acuerdo. Sobre todo informativa pero también hay una parte de educación pero sin dar una interpretación directa. O sea, lo que no pondría es la interpretación para dejarla abierta a que cada uno saque su propia interpretación y que no hay solo una válida.

N1: ¿Gráfica eh? Es que la gráfica pienso que... ya la sabemos no? un poco... o tipo Sonar, o tipo museo pequeño que hace un poquito de difusión por su entorno... Antes me gustaría encontrar otro tipo de difusión que no fuera gráfica.

INGRID: ¿Cómo te gustaría que fuera la idea de los soportes gráficos? ¿Qué me podrías decir que te gustaría?

N1: Bueno es que yo sacaría las obras de arte de los museos y las pondría en medio de la calle para que todo el mundo las pudiera ver. Y sacaría un poco la idea de la obra de arte fetiche que no se puede tocar y que se estropea... entonces es como que las personas podrían acercarse. Es la idea de si Mahoma no va a la montaña, la montaña va a Mahoma, o algo así, no? Pero bien, está bien no es un problema, es como cambiar, no?

N2: Estoy de acuerdo con ella pero, yo creo que más que sacar las obras sería sacar réplicas buscar algún medio para que la gente tuviera la necesidad de ir a un museo a ver esas obras. Pero tampoco... estoy de acuerdo con ella con lo de romper con el fetichismo de la obra como algo sagrado y tal, pero tampoco hay que pasarse unas barreras, o sea, la obra sigue siendo una obra que se ha de proteger entonces, más que las obras principales yo sacaría algún medio que hiciera réplicas, o aplicaciones o... algún tipo de medio que hiciera que la gente fuera, quisiera ir al museo,

pero que no fuera algo textual que fuera algo más sinestésico, más visual.

INGRID: Otras formas de presentar...

N1: Sí, utilizar actores, utilizar... esto sinestésico de... por qué no los sentidos, no? buscar otros campos de comunicación que no fuera propiamente el gráfico que ya lo sabemos. A través de... obras que no son las obras sino que son las réplicas pero bueno, yo soy más aventurista pero bueno, que ya está bien.

N4: Yo recuerdo una exposición que se hizo en la Rambla Catalunya que organizó La Caixa, y sí que eran obras, eran esculturas... de no recuerdo... y creo que lo que había expuesto ya era propiamente, no era... que podría haber sido como un tráiler o un anuncio de la exposición que habían hecho en el Caixa Fórum, o sea... en esa línea, no?

N2: Creo que te refieres a una de Rodin ¿puede ser?

N1: Sí, yo recuerdo eso...

N2: Bueno es distinto porque en sí la obra de Rodin quiere que esté en un medio natural, que esté en la calle, o sea no es el mismo enfoque yo creo, porque la obra ya está hecha para que la gente la toque si quiere. Es como Chillida con el Peine del Viento lo que quiere es que el viento le dé, que el impacto de la naturaleza llegue a esa obra, o sea que no es lo mismo.

INGRID: Podríamos decir que depende de la colección se puede desarrollar una estrategia...

N1: Sí, pero el efecto rupturista sin miedos, no? La obra de Rodin o Chillida ya se sabe que es para estar en la calle. No, yo digo objetos que normalmente no están en la calle para cambiar un poco la idea esta de la reliquia, no?

INGRID: ¿Alguno de vosotros podría comentar alguno de los efectos que más odian cuando han consumido algún tipo de comunicación gráfica?

N1: Yo ir a ver el cartelito al lado de la obra, pequeñito, que no sé dónde está, y estoy cansada y... no quiero ver ni el título, sabes? porque esto no...

INGRID: Pueden decir qué les gusta o qué han apreciado pero, también algo que odien...

N2: Conectando con su comentario (número 1) a veces que el cartel esté apartado de la obra ya es para forzar el interés, porque en el MACBA por ejemplo, está muy lejos de la obra y es porque no quieren que ese cartel vaya a ser mirado quieren que sea la obra por la obra directamente, o sea que a través de la obra ya te transmita sin que tú tengas que ir a ver el título porque el título no es importante. Lo que sí es que lo ponen para la gente que quiera saber cosas más de ficha técnica, más técnicas. En este caso el cartel ya es su función... pero en el MACBA, en otros museos ya es otra cosa.

N1: Sí, pero todo y así pienso que... me molesta mucho. Se ha de buscar, y estas cansado, y tener que ir allí...

N4: Para mí un recurso o algo concreto es el uso que se hace. Al final la mayoría de recursos son buenos si se usan bien.

N3: Si puedes concretar un poco más la pregunta... O sea, ¿de cualquier recurso gráfico que da a conocer la exposición?

INGRID: La pregunta sería: ¿Puedes comentar los efectos que más odias de la comunicación gráfica?

N2: Para mí lo que yo más odio no es el medio, sino la cantidad. Por ejemplo a veces ese exceso del recurso gráfico como demasiado texto y ya no te paras a leerlo, entonces ya se pierde ese recurso porque no se usa. Entonces pienso que es más adecuarlo a que la gente vaya a... o sea, que realmente sea utilizable.

N3: Relacionado con esto, a mí me molesta a veces que cada vez que vas a una sala de un museo te encuentras con toda una pared de texto. ¿No pueden sustituirlo por otra cosa? Quizás poner una frase y luego un vídeo o cosas más... no sé, más de imágenes o algunas cosas que yo pueda tocar y... lo que a mí me interese, no todo el texto, porque a lo mejor lo que me interesa está en la mitad y ya no llego a verlo. No sé, cambiar el texto por otros recursos.

N2: Más que texto que fuera un recurso como antes he dicho, sinestésico donde fuera una experiencia ir al museo, que fuera una práctica y no como un libro que te da toda la información en textos... porque si no ya te quedas en casa, o no vas.

N1: Bueno es que yo estaba pensando... claro también hay los recursos de audio pero... no es gráfico y en este caso no nos interesa, pero también pienso, aprovechando, que todos los recursos de audio son... te están aislando, te aíslan muchísimo... y puede funcionar, eh? sobre todo por ejemplo con discapacitados o... Pero bueno...

INGRID: Ahora hemos hablado como en términos generales, y ahora vamos a tratar de prestar atención a la visita que hicieron. ¿Qué opinan de la propuesta de comunicación que tiene el Centro de Arts Santa Mónica.

N1: La exposición Trazo, el dibujo...

INGRID: Sí. ¿Qué tipo creen que es? Educativa, informativa, de difusión... o podrían decir si tiene varias funciones...

N1: A mí me gustó mucho porque... aquí hay una parte personal porque cuando lo vi allí habían dibujos que me recordaban a mí hace 20 años atrás, pero luego hubo una sorpresa porque yo fui a ver la exposición y pensé "ah mira qué bien!" pero luego iba viendo el discurso y me gusto que... solamente gráficamente me explicaran que la grafía se utiliza en muchas disciplinas diferentes, y que es un lenguaje que aún se utiliza... y espero que se utilice mucho más como homo habilis que somos que se está utilizando cotidianamente, y como he dicho, en muchas disciplinas diferentes: desde arquitectura, a guiones, a Storyboards, a... no solamente para aprender a dibujar, no? Luego hubo algo que me gustó mucho que eran los carteles que estaban en cada sala, habían tres o cuatro salas, que eran realmente soportes que yo utilizaba y que estaban sucios... no sé si

estaban sucios por la exposición o los habían utilizado del sitio que... ¿era [¿? 40:31]? Pero me gustó mucho, plásticamente, estéticamente, que utilizaran este recurso así como grabado, no? me encantó... y que no hubiera mucha letra ni nada, no? sino que el discurso gráfico del dibujo ya hablaba por sí mismo.

N2: A ver, yo entiendo que sí que es muy adecuado para el tema ese tipo de plafones, además es con caballetes... está muy bien escenificado, pero a mí el texto... yo no lo pude leer porque no se entendía nada, no se distinguía del fondo. Entonces creo que es un problema porque... a no ser que el texto fuera lo menos importante pero si lo ponen, creo que... además que era uno para cada ámbito, que no era excesivo, era para ser leído y yo no pude leerlo. Si lo pude leer fue por la hoja de fondo y los folletos.

N3: Yo creo que la función que tenía el texto creo que era totalmente explicativa y se servían de los dibujos como ejemplos de lo que te habían explicado en el plafón. Estoy de acuerdo con lo que dice ella que al estar grabado en la madera era difícil de leer, quizás si hubiera estado colocado e iluminado de otra forma hubiese sido mejor, porque la iluminación era horrible. Pero bueno, creo que te explicaba cada ámbito y los dibujos eran ejemplo de lo que explicaban.

N4: Bueno, coincido con ellas en lo referente al texto explicativo pero, yo no recuerdo que me diera esa sensación, de que el texto fuera complicado de leer.

INGRID: Y de las estrategias de comunicación que se utilizaron para esta exposición, ¿cuáles prefieres? Por ejemplo tú has mencionado la hoja de fondo...

N2: Sí, para mí sí.

INGRID: Algo más...

N1: Hombre, yo porque me dijiste que fuera a ver la exposición porque yo no tenía ni idea de...

N5: Yo no he ido a la exposición pero sí que la tengo vista a nivel de web y redes sociales, y como estrategia de comunicación sin haberla visto, yo creo que este librito explica muy bien, y con lo que estoy escuchando ahora, a como... a lo que me da a entender que podría haber sido la exposición. Creo que está bien explicado y creo que en el mismo librito ya te separa por ámbitos y con algunos ejemplos de las obras en concreto.

N2: Sí, precisamente lo que pone en el libro son los mismos plafones, el problema es que el librito a mí me costó conseguirlo, o sea, no te lo daban tenías que pedirlo, entonces eso es un problema también porque tienes que insistir para que te den ese medio de difusión.

N1: Sí, de hecho a la entrada la persona que tiene que estar allí para darte información creo que no daba información.

N3: A nosotros sí que nos dio información pero porque nos confundieron y desde el principio explicábamos de dónde veníamos y a qué veníamos, entonces nos explicaron todo lo que había en todas las salas, nos dieron folletos de todo, y precisamente ese librito nos lo daba pero porque sabía a lo que íbamos pero no lo daban ese librito. Y en toda la exposición que tienen de información este libro no está.

N1: Claro, yo no me identifiqué y entonces no tuve... no pude ni interactuar con la persona de información.

N2: Pero es curioso porque solo es en esta exposición, no? porque en la de [¿? 44:44] estaba allí en la entrada y podías cogerlo y también es del mismo centro y el mismo tipo de libro. Entonces no entiendo por qué este libretto no lo podías tener fácilmente.

N3: Yo aparte de esto no nos encontramos a prácticamente nadie más del museo, los que están en el mostrador no se mueven de allí, tampoco hay personal de seguridad en las distintas salas... o sea, puedes entrar perfectamente tú solo, recorrerlo, e irte sin mediar palabra con nadie del museo.

N1: Yo sí que me encontré una persona en el segundo piso y otra en el tercer piso. Pero bueno... también estaba prácticamente sola, y... Bueno, es que yo coincidió con que se hacía un acto, en una sala pequeña y... pero bueno, que no hay servicio de sala ni... personal, no hay personal, es como si no hubiera personal prácticamente.

INGRID: ¿Y eso influyó negativamente o positivamente en su experiencia?

N3: Quizás... o sea, nosotros cuando llegamos a la sala no sabíamos por dónde empezar y, quizás, si hubiera habido alguien le hubiéramos preguntado: "oye, ¿por qué lado empezamos?" porque era como que estaban los créditos y la explicación en un lado pero parecía que teníamos que entrar por el otro porque había una cortina y pensábamos que se salía por la cortina... y era un poco lioso. O sea, el recorrido era... tenías que hacer ese sí o sí pero no te decía por dónde empezar, y en realidad tiene un sentido.

N2: Precisamente quien nos dijo el itinerario realmente, era otro visitante, porque no había nadie más que nos informara sobre eso, y era porque estábamos haciéndolo mal, así que... fue curioso.

INGRID: Ya para finalizar, ya vimos que las exposiciones son la suma de muchos elementos y muchas disciplinas. En esta exposición, ¿qué opinión tienen de la convivencia y correspondencia que hay entre la propuesta gráfica con la interacción de los otros elementos? Como la arquitectura, el mobiliario, la iluminación... ¿hay una correspondencia?

N3: Yo creo que no. No sé, es que no me gustó mucho cómo estaba puesto porque las mesas tenían un cristal, todos los tipos de luz... cada ámbito tenía un tipo de luz diferente y ninguno creo que fuera el más adecuado para lo que estaban mostrando, todos hacían reflejos que no te permitían ver bien. Después los dibujos que estaban apoyados en la pared tenías que verlos desde lejos, no podías desde cerca porque te encontrabas con todos los cables de las lámparas... y aparte, nadie te había dicho que no podías pasar por allí, tú podías pasar perfectamente porque la cortina te dejaba... y aparte si estabas allí no tenías espacio para verlo. A mí el montaje no me resultó muy adecuado para lo que estaba mostrando.

N2: Coincido con ella porque además era como difícil de entender porque en algunos ámbitos la luz... mala en todos, era como amarilla y en otros blancos, o sea esa calidez y esa frialdad no entiendo aun a qué se debía, no? eso es como que el mensaje se pierde. Además el texto... es

lo que ha dicho ella antes también, o sea que los dibujos son complementarios, explican ese texto, si el texto no lo lees tú ves una cantidad de obras ahí y ya está, es como que pierdes el mensaje.

N1: Es que a mí no me pasó todo esto. Coincido con vosotros cuando decís lo de la iluminación, es verdad, la iluminación no es la correcta, pero... también insisto en que yo conecté con algo que a lo mejor vosotras no conectasteis... una parte de la historia de mi vida y, a lo mejor, esto me hizo acercarme de otra manera.

Pero bueno... yo pude ver la exposición y me gustó, y creo que una de las cosas que me gustaron es que no eran grandes salas, eran salas... son pasillos no son salas, habían aprovechado tres pasillos y allí se hace una exposición, pero a mí ya me estuvo bien porque lo tenía ahí mismo, podía ver el dibujo, el trazo, el tal, no sé qué, en pequeñito y tal... A mí me estuvo bien, pero coincido en que la iluminación no era la correcta, es verdad. Y yo entendí el discurso...

INGRID: ¿Y la iluminación fue uno de los recursos que determinó o condicionó la apreciación de la exposición? Como los textos informativos, o...

N3: Sí yo creo que sí, porque primero donde había texto no tenía una iluminación buena porque si está arriba y está grabado y lo aplanas y no se aprecia el relieve no puedes leer bien, y luego los reflejos... En uno eran lámparas redondas y mirabas el dibujo y tenías todo el redondo del reflejo... No sé, en todos tenías el reflejo y tenías que moverte para poder ver lo que te estaba tapando...

N2: Yo creo que querían conseguir como un valor artístico o estético de una iluminación pero, en sí ha condicionado mucho la visualización de esas obras, y ha perjudicado más que no ha ayudado.

N1: Yo me apoyaba, hacía así y... A lo mejor es que yo no soy tan fetiche con las exposiciones y a lo mejor un día me encontraréis allí que me vendrán a buscar, pero... yo no tuve problema, no sé... es un cristal, pues bueno... ya está no?

INGRID: Me han dado su opinión respecto al contenido y la funcionalidad, y a nivel estético ¿qué correspondencia creéis que tienen estos elementos con la propuesta gráfica que se hizo?

N3: Yo creo que como no tenía mucha relación intentaron poner los paneles de madera en la pared para que se integrara un poco pero... todo muy de madera, muy cálido, las paredes muy blancas, y en realidad no... yo no le veo mucha relación. Creo que lo intentaron integrar con ese recurso en la pared... no sé.

N1: Claro yo tuve una... al final el mensaje que me dieron fue este, y lo digo tal cual: "ay mira estos de Sant Lluc mira que han hecho! Ha llegado aquí una persona, les ha hecho aquí una exposición han tenido una idea, han cogido de Sant Lluc... y han hecho aquí una exposición y más o menos ha funcionado" Y como que... repito yo tuve el efecto sorpresa entonces me gustó, pero creo que es como... que se podría haber trabajado un poquito más, eso es verdad, pero que a mí me llegó a funcionar y que... bueno, a mí estéticamente, ya lo he comentado, que sí que me funcionó. Pero sí que me dio la impresión de que dos amigos haciendo un café dijeron: "Oye va,

vamos a hacer una exposición de esto con este discurso interesante, y tal... va, vamos a hacer algo!" Me dio un poquito la impresión esta.

N4: A mí también me gustó el mensaje, el discurso, pero sí que querría volver a una cosa de funcionalidad. A mí las cartelas con el nombre y que indican las obras, a mí habían algunas que no sabía a qué correspondían, yo lo miraba y pensaba: "pero esto que es, esto de aquí, esto de aquí, o aquello de ahí..." que hasta pensé que podría no haberlas, que podrían ser solo los objetos, solo las piezas, con el texto del principio que te pone en contexto que te habla de las diferentes propuestas de dibujo y las obras y ya está.

Sí que los audiovisuales que había en alguna ocasión como que me despistaba, no? estaba ahí mirando pero escuchaba al señor diciendo las teorías de Einstein y,,

N1: Con esto me estás diciendo que, realmente, el dibujo ya tiene su discurso y que no hace falta la cartela, y que con el dibujo mismo ya te está dando un discurso, que no hace falta leer. De hecho, yo no leí casi nada, no? me fijé más en las cuestiones gráficas, estéticas... bueno no sé, el discurso mismo, me dejé llevar, no? y por tanto... no sé. Me lo hice un poco mío también, muy de la casa, de Barcelona, y de una serie de gente... yo conecté mucho con esto. Y claro, entiendo que otro tipo de público no pueda conectar, pero sí que lo que has dicho número 4, con el grafismo mismo ya tiene su lenguaje no necesita de explicación. El grafismo... de dibujo, letras... la exposición hablaba por sí sola, no?

N2: Estoy de acuerdo con ella pero en sí ese discurso no se entiende. O sea, tu entiendes la obra y la grafía pero estaba organizado por temas, y si tú no especificas en alguna cartela los temas podías llegar a alguna conclusión pero era difícil...

N1: Ah no, yo conecté muchísimo, entendí muy bien el discurso de que... claro, a lo mejor tiene que ver con mi formación, claro.

INGRID: Y para finalizar de los recursos que no estaban dentro de la sala como las venecianas u otras estrategias, que experiencia tuvieron?

N3: Yo apenas he visto otros soportes, de hecho los he buscado expresamente y la información que aporta es muy básica, te explican quién ha colaborado, los autores de todos los dibujos, pero la explicación es muy breve, y en todas las webs que hablan prácticamente es lo mismo. Y otra cosa que comentamos, que no sé si viene ahora al caso o no, pero por ejemplo la aplicación... no funciona su aplicación, y en las redes yo creo que no tienen demasiada información.

N2: Coincido con ella en que la información que te dan siempre es la misma, porque en todas partes te aparece el mismo texto.

INGRID: Vale, pues ya está. Muchas gracias por venir.



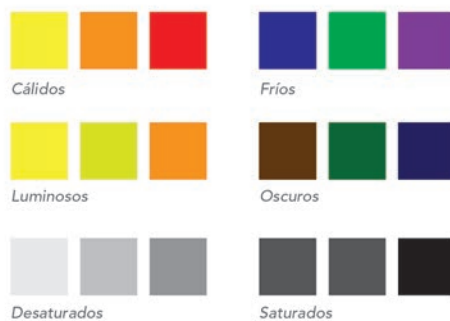
2

Handwritten text on a yellow book cover, possibly a name or title.

ANEXO VI

**Glosario de terminología para aplicación
de *fichas de evaluación*.**

COLOR: Un criterio simbólico que otorga determinado significado dependiendo del contexto de lectura en el que se encuentre inscrito. El color está categorizado en distintos niveles, por su temperatura, se divide en colores cálidos o fríos; en cuanto a la cantidad de luz que poseen se dividen en luminosos (iluminados) y oscuros, y finalmente por la pureza del color en relación al gris, se le suele clasificar en saturados y desaturados.



COMPOSICIÓN: Es la ordenación de los elementos (recursos) visuales que están contenidos dentro del soporte gráfico. Dicha organización y jerarquización de elementos será en función del mensaje que se desee transmitir; el diseñador gráfico para construir una imagen visual, suele manipular diversas técnicas compositivas que le permiten construir estructuras estáticas o dinámicas.

FORMA: Denominaremos forma a la apariencia exterior, en este caso específico puede ser del soporte o del contenido gráfico, es decir, los límites exteriores. La forma se clasifica en: formas orgánicas, éstas tienden a ser irregulares y ondulantes, mientras que las formas geométricas, suelen ser regulares y rectas. La forma en comunicación visual se presenta en

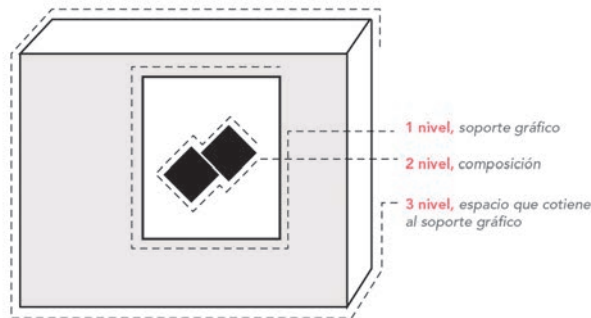
diversos niveles, el primero tiene que ver con la apariencia exterior y física del soporte gráfico, en un segundo nivel se encuentra la composición visual que está contenida en los límites del soporte gráfico y en algunas ocasiones un tercer nivel, que será el espacio que albergue al soporte gráfico.

IDENTIDAD GRÁFICA: Es la propuesta visual que se realiza con la intención de ser una señal o referencia identificadora de un producto o servicio, existen diversas clasificaciones, sin embargo, dentro de las más comunes se encuentra la marca, el logotipo, el imagotipo, el isotipo, etc.

ILUMINACIÓN: Iluminar en términos generales es añadir cantidad de luz, la iluminación en comunicación visual puede reconocerse dentro de la propia composición visual o puede estar dirigida al soporte gráfico desde el exterior. La iluminación, se clasifica por la fuente que la produce, es decir, proviene de una fuente natural o una fuente artificial (dispositivos eléctricos) y también, puede ser analizada desde la temperatura que proyecta, caliente o fría. Por último, la dirección de la luz puede condicionar nuestra percepción de los objetos es por esto que la podemos clasificar a favor de la lectura y en contra lectura.

SOPORTE GRÁFICO: Los soportes gráficos son todos aquellos recursos materiales que contienen una propuesta visual o gráfica. Logran contener la propuesta visual gracias a un proceso de producción (impresión, corte, ensamblaje, encuadernación, etc.). Existen diversas categorías de materiales y procesos de producción, es por esto que el

diseñador gráfico debe elegir entre este amplio abanico de posibilidades, aquel recurso que sirva de contenedor y complemento de las propuestas visuales.



TAMAÑO: Dimensiones físicas de un soporte gráfico, el tamaño se propone en relación a la escala humana del espectador. A través del tamaño se puede conseguir un impacto psicológico, lograr un efecto de notoriedad o anonimato. Algunas veces las dimensiones se definen en relación a una ubicación o manipulación del soporte.

TEXTURA: Es la condición visual y /o táctil que es dada por la superficie que determinado material ofrece al soporte gráfico.

- Textura real- es tangible, existe correspondencia entre lo que vemos y tocamos
- Textura visual- es intangible y meramente es una representación visual, suele estar contenida en soportes digitales.
- Textura ficticia- es tangible, pero no suele existir correspondencia entre lo que vemos y tocamos; ejemplo: apariencia de madera, apariencia metálica, etc.

TIPOGRAFÍA: La tipografía es la disciplina encargada del estudio y diseños de tipos, este término proviene de la época de la impresión tradicional y hace referencia al cuerpo o forma de una letra. El desarrollo de la tipografía ha permitido clasificar las letras en diversos estilos tipográficos, tamaños, uso de mayúsculas o minúsculas, interlineados, etc.

RETÓRICA: Es un recurso que mayormente se utiliza en el lenguaje oral y escrito, sin embargo, suele usarse en otros campos del conocimiento. Se recurre al uso de la retórica para transmitir un sentido distinto del que propiamente le corresponde a un concepto. Estamos hablando entonces de juegos retóricos.

“En 1964, Barthes se dio cuenta de que los juegos retóricos que se empleaban en el lenguaje escrito estaban siendo empleados a través del lenguaje visual en la publicidad. Así, acuñó el término retórica visual, por el que se entiende un sistema de organización del lenguaje visual en el que el sentido figurado de los elementos representados organiza el contenido del mensaje”. (Acaso, 2012, p. 93)

RETÓRICA VISUAL: Es un recurso que el diseñador gráfico utiliza para organizar e interconectar cada uno de los elementos visuales que conviven en una composición visual, con la intención de construir un mensaje.

FIGURAS RETORICAS MÁS EMPLEADAS

(Acaso, 2012, p. 94)

METÁFORA: sustitución de algún elemento de la imagen por otro, teniendo como referencia determinada semejanza.

ALEGORÍA: uso de diversas metáforas en una misma imagen

METONIMÍA: sustitución de un término por otro por una relación de causa efecto, existe un criterio de contigüidad.

CALAMBUR: es un juego visual que sugiere un engaño, hace percibir al espectador un efecto inexistente.

PROSOPOPEYA: consiste en otorgar a objetos inanimado o animales, valores animados y humanos.

SINÉCDOQUE: Mostrar un detalle significativo que será representativo de un todo. Ejemplo: Bigote de Dalí.

DE COMPARACIÓN

REPETICIÓN O ANÁFORA: repetición de forma liberada de alguno de los elementos de la imagen.

OPOSICIÓN: Dos elementos puestos en relación y que por sus características formales se oponen.

PARALELISMO: Dos elementos o más que puestos en relación poseen semejanzas.

GRADACIÓN: Dos o más elementos similares, que se presentan a distintas escalas.

HIPERBOLE: Exageración de alguno de los elementos.

EPANADIPLOSIS: Se utiliza el mismo recurso para el principio y el final de una secuencia, en comunicación visual suele utilizarse para dar énfasis, se emplea normalmente en propuestas con movimiento.

PRESTAMO: Cuando se retoma una imagen pre existente para ser intervenida y dar un nuevo mensaje.

ELIPSIS: Omisión explícita de alguno de los elementos de la representación visual, cuya ausencia otorga un nuevo significado.

EROTEMA: Utiliza la interrogación para afirmar con énfasis una cuestión que ya está contenida en la pregunta o representación.

FUENTES DE CONSULTA

- Acaso, M., (2012). *El lenguaje visual*. España: Paidós Arte y Educación.
- Acha, J., (1994). *Las actividades básicas de las artes plásticas*. México: Ediciones Coyoacán.
- Alderoqui, S., (2011). *La educación en los museos*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Alonso, L., (1999). *Museología y museografía*. España: Ediciones del Serbal.
- Arts Santa Mónica (2014) en <http://www.artsantamonica.cat/ARTSSANTAM%C3%92NICA/CONCEPTE/tabid/149/language/es-ES/Default.aspx>
- Asensio, M., Asenjo, E. (2011). *Lazos de luz azul, Museos y tecnologías 1, 2 y 3.0*. Barcelona: UOC.
- Álvarez-Gayou Jurgenson, Juan Luis., (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa, Fundamentos y metodología*. México: Paidós.
- Bolaños, M., (2002). *La memoria del mundo. Cien años de museología 1900-2000*. España: Trea.
- Castilla. A., (2010). *El museo en escena*. Argentina: Paidós .
- Calvera, A., (2007). *De lo bello de las cosas*. Barcelona: G.G.
- Centro Cultural de España (2014). en <http://ccemx.org/ccemx/#>
- Cooper, R., (2009). *El diseño como experiencia. El papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI*. España: G.G.
- Diamond, J., Luke, J., Uttal, D., (2009). *Practical evaluation guide. Tool for museums an other informal educational settings*. E.U.A: Altamira Press.
- Dondis. D.A., (1976). *La sintaxis de la imagen*. Barcelona: GG.
- Featherstone, Mike., (1991). *Cultura de Consumo*. Argentina: Amorrortu/ editores.
- García, A., (1999). *La exposición como medio de comunicación*. Madrid: Edit. Akal.
- Gutiérrez., B., (2008). *Dinámica del grupo de discusión*. España: Centro de Investigaciones Sociológicas, CIS.
- Hernández, F., (2003). *El museo como espacio de comunicación*. España: Trea.
- Hughes Philip, (2010). *Diseño de exposiciones*. UK: Promopress.
- Museo del Palacio de Bellas Artes (2013). *“Historia del Museo del Palacio de Bellas Artes”*. en <http://museopalaciodebellasartes.gob.mx/>
- Hopper-Grenhill, E., (1998). *Los museos y sus visitantes*. Madrid: Trea.
- Jiménez, J., (2011). *Una teoría del arte desde América Latina*. España: MEIAC, Museo Extremeño

e Iberoamericano de Arte Contemporáneo, TURNER. Manen, M., (2012). *Salir de la exposición (si es que alguna vez habíamos entrado)*. Consonni.

Martínez, T., Santacana, J., (2013). *La cultura museística en tiempos difíciles*. España: Trea.

Mateos, S., (2012). *Manual de comunicación para museos*. España: Trea.

Modelo de Frederick Kiesler (1942). "Art of This Century Gallery" en <http://www.e-skop.com/skopdergi/duchampin-labirenti-first-papers-of-surrealism-1942/1939>

Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona (2014) en <http://www.macba.cat/es/servicios> y <http://www.macba.cat/es/fondo-coleccion>

Museo del Chopo (2014) en <http://www.chopo.unam.mx/historia.html>

Narváez Valencia, D., (2013). *Estética: Filosofía y Arte*. México: UNAM.

Oliveras, E., (2011). *Una teoría del arte desde América Latina*. Madrid: MEIAC.

Rivière, G. (1993). *La museología. Curso de museología / Textos y testimonios*. España: Akal

Santacana, J., Hernández, F., (2006). *Museología crítica*. España: Trea.

Santacana J., Serrat N., (2005). *Museografía didáctica*. España: Ariel.

Santacana, J., (2010). *Manual de museografía interactiva*. España: Trea.

Schmilchuck, G., (1987). *Museos: Comunicación y educación, Antología comentada*. México: Edit. Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información de Artes Plásticas.

Smithsonian Center for Education and Museum Studies, (1993) "Museums and informal education". en <http://infed.org/archives/e-texts/screven-museums.htm>

Speider Schneider. (2014). "Códigos QR vs NFC y Realidad Aumentada: ¿Cuál sobrevivirá? " en <http://>

uqr.me/es/2014/03/codigos-qr-vs-nfc-y-realidad-aumentada-cual-sobrevivira/

V Congreso de Educación, Museos y Patrimonio. (2013). "Creatividad e innovación educativa en museos y espacios patrimoniales". en <http://icomchile.org/2013/10/03/joan-santacana-no-hay-acto-educativo-sino-existe-un-cambio/>

Victoria and Albert Museum (2014). "Disability and Access". en <http://www.vam.ac.uk/page/d/disability-and-access/>

Zavala, L., De La Paz, S., Villaseñor F., (1993). *Posibilidades y límites de la comunicación museográfica*. México: UNAM.

