



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO**

POSGRADO EN ARTES Y DISEÑO

FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO

**MUSEOS DE ARTE SACRO. PROPUESTA DE DIFUSIÓN  
INTEGRANDO ELEMENTOS DE DISEÑO Y PERIODISMO,  
A TRAVÉS DE MEDIOS DIGITALES**

TESIS

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:

**MAESTRA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

PRESENTA:

**ELDA EVELYN LASTRA GARCÍA**

**DIRECTORA DE TESIS**

DRA. RUTH LÓPEZ PÉREZ

(FAD)

**SINODALES**

MTRA. LAURA EVANGELINA BUENDIA RUIZ

(FAD)

MTRA. ANA MARÍA LUNA LÓPEZ

(FAD)

DRA. ÁNGELA SÁNCHEZ DE VERA TORRES

(UACH)

MTRA. LILIAN SALAZAR DIAZ

(ITESM)

CIUDAD DE MÉXICO, ENERO DE 2017



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.



*El virreinato de la Nueva España fue un lugar de contrastes multicolores, multiétnicos, creativos, a la vez que espontáneos, que se reflejó en el modo de vida, tanto en espacios profanos como familiares y religiosos. (...)*

*La imaginación y el gusto particular de la religiosidad de este periodo se observan en todas las variantes de la producción artística: arquitectura, poesía, música, pintura, escultura, indumentaria y accesorios de la vida litúrgica y monástica.*

Katia Perdigón Castañeda  
Antropóloga y restauradora  
(Perdigón, 2011).



## **Dedicatoria**

A los trabajadores de museos de arte sacro  
que aman su trabajo.

A los visitantes de museos de arte sacro:  
a los que llegan por casualidad,  
a los que se pierden en los pasillos  
y a los que ya son parte del acervo.

A las personas que no conocen  
ni un solo museo de arte sacro  
en ex conventos,  
porque su asombro y encanto  
será aún mayor cuando lo conozcan.



## Agradecimientos

A la Facultad de Artes y Diseño de la UNAM.  
A la beca de la Coordinación de  
Estudios de Posgrado de la UNAM.

A la UNAM, aunque no estudié la licenciatura  
en ninguna de sus facultades,  
en la maestría me enseñó tanto,  
no solo en la parte académica,  
también social y humana.

A mis sinodales:  
Mtra. Laura Evagelina Buendía Ruiz  
Mtra. Ana María Luna López  
Dr. Ángela Sánchez de Vera Torres  
Mtra. Lilian Salazar Díaz

A mi familia, que se suma y resta con el paso de los años,  
porque cada uno aporta algo muy valioso  
con su forma de ser y experiencia de vida.

A los amigos, por donar parte de nuestro tiempo juntos para  
hacer realidad esta tesis: Jorge, Chris, Sergio, Yuriko y Maya.  
También a las primas, que son más amigas que primas:  
Karen, Itzel, Nathalí, Michel, Marlene y Jazmín.

A los compañeros del posgrado  
y a los que se convirtieron en amigos.

A Ruth, por su paciencia,  
por estar abierta a las opiniones  
de una no diseñadora y porque aprendí  
tanto de ella como tutora, maestra y diseñadora.

A la Antigua Academia de San Carlos,  
por maravillarme con su espléndida arquitectura.

A los recintos que forman parte de esta tesis  
por proporcionarme información,  
en especial al personal y directivos  
que en ellos trabajan:  
Museo de Arte Religioso (Puebla),  
Museo de El Carmen (Ciudad de México),  
Museo de la Evangelización (Puebla),  
Museo de Guadalupe (Zacatecas),  
Museo Nacional del Virreinato  
y Museo Virreinal de Acolman  
(ambos en el Estado de México).

Y a los que me faltaron,  
porque seguramente me faltó alguien.

**GRACIAS**



# Índice

*Muchos caminos llevan a un museo de arte sacro en ex convento, éste lleva a través de la difusión tradicional y digital de seis recintos de este tipo, su historia, acervo y arquitectura, las experiencias que ofrecen, los tipos de público y una propuesta de difusión que reúne al diseño y periodismo por medio de un sitio web y una aplicación móvil.*





<b>Introducción</b>	<b>15</b>
---------------------	-----------

# Capítulo 1

<b>Transición del convento virreinal al museo de arte sacro</b>	<b>21</b>
<b>I.1. Contexto histórico de los conventos y creación de los museos</b> Salas y recorrido en los museos de arte sacro	<b>26</b>
<b>I.2. Museo de Arte Religioso</b> Recorrido por el museo Contexto histórico y contemporáneo	<b>29</b>
<b>I.3. Museo de El Carmen</b> Recorrido por el museo Contexto histórico y contemporáneo	<b>34</b>
<b>I.4. Museo de la Evangelización</b> Recorrido por el museo Contexto histórico y contemporáneo	<b>40</b>
<b>I.5. Museo de Guadalupe</b> Recorrido por el museo Contexto histórico y contemporáneo	<b>44</b>
<b>I.6. Museo Nacional del Virreinato</b> Recorrido por el museo Contexto histórico y contemporáneo	<b>49</b>
<b>I.7. Museo Virreinal de Acolman</b> Recorrido por el museo Contexto histórico y contemporáneo	<b>54</b>

# Capítulo 2

<b>Difusión en los museos de arte sacro</b>	<b>59</b>
<b>2.1. Periodismo cultural y de divulgación histórica</b>	<b>62</b>
<b>2.2. Géneros periodísticos</b>	<b>64</b>
<b>2.3. El INAH y la difusión de sus museos</b>	<b>65</b>
<b>2.4. Actividades culturales y académicas</b>	<b>67</b>
<b>2.5. Carteles para la difusión de las actividades</b>	<b>71</b>
Museo de Arte Religioso	
Museo de El Carmen	
Museo de la Evangelización	
Museo de Guadalupe	
Museo Nacional del Virreinato	
Museo Virreinal de Acolman	
<b>2.6. Guías y folletos informativos para los visitantes</b>	<b>93</b>
Mini guías de museos y ex conventos	
Folleto y guía del Museo de Arte Religioso	
Folletos del Museo de El Carmen	
Folletos del Museo de la Evangelización	
Guía del Museo de Guadalupe	
Separador del Museo Virreinal de Acolman	
<b>2.7. Planos del recorrido museográfico</b>	<b>112</b>
<b>2.8. Personaje-guía del museo</b>	<b>116</b>

# Capítulo 3

<b>Comunicación visual y experiencia del visitante/usuario</b>	<b>119</b>
<b>3.1. Tipología y/o perfil del visitante</b> Comportamiento del visitante	<b>122</b>
<b>3.2. Experiencia del visitante</b>	<b>127</b>
<b>3.3. Accesibilidad dentro del museo</b> Accesibilidad dentro del museo Accesibilidad en la página web del museo	<b>132</b>
<b>3.4. Cifras de visitantes 2015</b> Visitantes extranjeros Incremento mensual de visitantes	<b>136</b>
<b>3.5. Experiencia del usuario</b>	<b>140</b>
<b>3.6. El museo en internet a través de su sitio web o blog</b> Diseño web Patrones de diseño de interfaz en páginas web de 2015 y 2016 Sitios web de los museos de arte sacro	<b>141</b>
<b>3.7. Recorridos virtuales para visitantes digitales</b> Museo de Arte Religioso Museo de El Carmen Museo de Guadalupe Museo Nacional del Virreinato Museo Virreinal de Acolman	<b>153</b>
<b>3.8. Redes sociales, enlazando al museo</b>	<b>160</b>
<b>3.9. Periodismo audiovisual. Cápsulas y documentales en YouTube</b>	<b>167</b>

# Capítulo 4

<b>Propuesta para la difusión de museos de arte sacro</b>	<b>169</b>
Antes, durante y después de la visita	
<b>4.1. Integración de recursos de diseño y periodismo</b>	<b>174</b>
<b>4.2. Diseño de medios digitales</b>	<b>175</b>
Proceso del diseño digital	
Arquitectura de la información	
Diseño gráfico para medios digitales	
El prototipo para previsualizar el diseño final	
<b>4.3. Página web, vinculando museos de la misma temática</b>	<b>178</b>
Contenido	
Mapa de contenido	
Wireframes y prototipos en papel	
Generación de contenidos	
Diseño web	
Características técnicas	
Prototipo del sitio web	
Imágenes de la página web	
<b>4.4. App para el Museo de El Carmen</b>	<b>204</b>
Apps de otros museos	
Contenido de la app del recinto de San Ángel	
Mapa de contenido	
Wireframes y prototipos en papel	
Generación de contenidos	
Diseño de la app	
Características técnicas	
Prototipo de la aplicación móvil	
Imágenes de la app	
<b>4.5. Difusión periodística para la propuesta</b>	<b>222</b>
Estrategia de difusión para medios de comunicación	
Estrategia de difusión para el público de los museos	
<b>Conclusiones</b>	<b>227</b>
<b>Fuentes de consulta</b>	<b>233</b>
<b>Índice de figuras</b>	<b>251</b>

# Introducción

*La integración de recursos y estrategias de diseño y periodismo, implementados en la creación de una página web y una aplicación móvil para los museos de arte sacro del INAH, potenciará su difusión por el alcance que tienen los medios digitales.*





Los ex conventos forman parte de nuestro patrimonio histórico y cultural heredado de la época virreinal, son inmuebles construidos en los siglos XVI, XVII y XVIII, como parte de la evangelización en todo el territorio de la Nueva España. En ellos vivían frailes y monjas de distintas órdenes religiosas; y en su interior se desarrollaron artes como arquitectura conventual, escultura y pintura.

En la actualidad, estos objetos e inmuebles han dejado atrás su función de culto y se han transformado en piezas artísticas e históricas por su belleza, técnicas, materiales e incluso por la importancia y trascendencia de los autores que las crearon.

Al ser considerados inmuebles históricos, los ex conventos se encuentran bajo resguardo del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH); lo cual no impide que algunas de estas edificaciones funcionen como museos, centros culturales u oficinas de gobierno o de la iglesia.

Desde principios del siglo XX algunos ex conventos mexicanos fueron habilitados como museos de diversas temáticas como arqueología, etnografía, historia y arte virreinal. En todo el territorio mexicano existen alrededor de 20 museos de arte religioso virreinal con sede en ex conventos, localizados en distintos puntos de la República y bajo la gestión de los gobiernos estatales, el INAH y /o las diócesis de cada entidad.

Al tener como sede un ex convento, los museos de arte religioso virreinal cobran mayor significado, ya que el acervo se encuentra en el mismo espacio en el que fue creado y utilizado originalmente; a pesar de que el objeto ha dejado de ser sacro y/o de culto, permanece en el mismo contexto, aunado a la experiencia que proporciona por sí sólo el inmueble.

La importancia histórica y arquitectónica de estos ex conventos son algunas de las razones por las cuales se les consideró como sedes de museos, en los cuales se resguardan y exhiben obras de distintas temáticas, además de ofrecer actividades culturales, artísticas, educativas y de ocio.

Aunque son más conocidos como museos de arte sacro, la terminología correcta es museos de arte religioso virreinal, llamados así porque su periodo histórico abarca la época virreinal; religioso porque se trata de objetos e inmuebles que durante esta etapa fueron utilizados para el culto cristiano, en templos o conventos; y de arte por la excelsa manufactura de su acervo.

Además, es impreciso llamarles de arte sacro, ya que lo sacro o sagrado (y su vínculo entre lo mundano y lo sagrado) sólo existe dentro de las catedrales, templos, iglesias o capillas abiertas al culto, lugares en donde se renueva la consagración de los objetos como enlaces divinos (Eliade, 1998). Fuera de estos espacios y sin la renovación del rito sagrado (como la bendición de una autoridad eclesiástica o tener contacto con agua bendita), se convierten en simples objetos terrenales, sin carácter sagrado.

Al encontrarse dentro de un museo, estos objetos virreinales pierden su sacralidad, no sólo por el contexto en el que se exhiben (museos), también porque el rito de consagración ya no tiene continuidad; y por ende, se rompe el vínculo entre las personas y lo divino, sea Dios, santos, vírgenes, etcétera. Se transforman solo en objetos históricos con representaciones artísticas de personajes bíblicos, su iconografía, historia y contexto en el que se desarrollaron, pero sin el culto religioso. Es así que estas representaciones se valoran desde el punto de vista artístico, histórico y cultural.

Los museos de arte religioso virreinal del INAH, por ser de gobierno, son ateos con el respeto al libre culto de sus visitantes. Al igual que los recintos a cargo de los gobiernos estatales.

Existen museos de este tipo que se encuentran bajo la administración de catedrales, basílicas y arquidiócesis, en algunos casos se ofician misas durante las inauguraciones de exposiciones temporales. Este tipo de museos son pocos y ninguno lo gestiona el INAH.

Si bien los museos de este instituto dependiente de la Secretaría de Cultura Federal realizan exposiciones y actividades culturales en torno a celebraciones católicas como la Semana Santa o santorales, lo hace a partir de las temáticas del acervo y por el rescate de las tradiciones y el patrimonio intangible en el contexto novohispano.

Dentro de los museos de arte religioso novohispano con sede en ex conventos que gestiona el INAH se encuentran:

- **Museo de Arte Religioso**, ex convento de Santa Mónica (Puebla).
- **Museo de El Carmen**, ex colegio de San Ángelo Mártir (Ciudad de México).
- **Museo de la Evangelización**, ex convento de San Miguel Arcángel de Huejotzingo (Puebla).
- **Museo de Guadalupe**, ex colegio de Propaganda Fide de Nuestra Señora de Guadalupe (Zacatecas).
- **Museo Nacional del Virreinato**, ex colegio de San Francisco Javier (Estado de México).
- **Museo Virreinal de Acolman**, ex convento de San Agustín Acolman (Estado de México).

Estos recintos culturales además de compartir temática y tipo de sede, presentan problemáticas similares: ubicación lejana de las capitales estatales, aunque con potencial turístico y cultural; difusión dispar; poca o muy local; escasos materiales para su difusión y/o recorrido; no con un diseñador para la elaboración de estos materiales y escasa presencia en medios digitales.

Al igual que el diseño, el periodismo abarca muchas temáticas no siempre conocidas por disciplinas ajenas. El periodismo no se limita a la noticia publicada en algún periódico, así como el diseño no se aplica únicamente a la publicidad. Es el caso de la difusión de museos, en donde cohabitan recursos de ambas disciplinas, que son complementarias.

Por ejemplo, en una exposición temporal el periodismo apoya en la estrategia de difusión; convoca a una conferencia de prensa para dar a conocer los pormenores de la muestra, redacta el boletín de prensa que se proporciona en la misma conferencia o que se envía a los medios de comunicación para que estén enterados; redacta los materiales que se les proporciona a los visitantes; o toma las fotografías cuyas imágenes informan sobre la exhibición.

También se puede recurrir al periodismo en la web como parte del desarrollo de páginas de internet y aplicaciones móviles, a través de las cuales se difundan los servicios y contenidos del museo. Incluso existen community managers, encargados de las publicaciones en redes sociales de empresas e instituciones culturales, que conocen de periodismo o son profesionistas de esta disciplina.

Sin embargo, no todos los museos cuentan con profesionistas de estas dos áreas. Tampoco utilizan todos los medios disponibles para difundir sus contenidos y actividades.

Es así que esta investigación parte de la premisa de que la integración de recursos y estrategias de diseño y periodismo, implementados en la creación de una página web y una aplicación móvil para los museos de arte sacro del INAH, potencializará su difusión por el alcance que tienen los medios digitales. Por ello, el objetivo general es: integrar el lenguaje y las herramientas del periodismo con los recursos y estrategias del diseño para crear una propuesta de difusión de los museos de arte sacro ubicados en ex conventos.

Esta investigación se justifica no sólo porque se proponen diseños de medios para la difusión de museos de arte sacro, sino también porque se implementan estrategias y recursos de periodismo para desarrollar y complementar la propuesta. Es decir, se unen elementos de dos disciplinas que son complementarias al implementarse en la difusión de museos. Cada una aporta sus conocimientos y experiencias desde su propio enfoque, que a su vez enriquecen el desarrollo y realización de medios para la difusión de este tipo de recintos culturales.

Además, como objetivos particulares se propone generar un sitio web, que incluya información de los seis museos; y una aplicación móvil del **Museo de El Carmen**, para tener mayor alcance de difusión; así como, vincular los seis museos de arte sacro para que funcionen como plataformas de difusión unos de otros.

En el primer capítulo se presenta un contexto general del actual funcionamiento de estos museos, qué ofrecen a los visitantes, sus actividades culturales y el recorrido por sus salas. Además de su breve historia, tanto de sus etapas más importantes como conventos y colegios novohispanos, como de sus inicios como museos de arte sacro. El segundo capítulo aborda conceptos de periodismo y su vinculación con la difusión de museos, las actividades culturales que realizan este tipo de recintos y el análisis de los medios tradicionales de los que se apoya su difusión. En el tercer capítulo se detallan las experiencias que proporcionan estos museos a los visitantes y los usuarios, a través de los medios digitales utilizados para su difusión. Dando pie al cuarto y último capítulo, que profundiza en la propuesta de diseño y periodismo para la difusión de los seis museos de arte sacro, a través del desarrollo de una página web y una aplicación móvil.



# Capítulo 1

## Transición del convento virreinal al museo de arte sacro

*El museo es una institución permanente,  
sin fines de lucro, al servicio de la sociedad  
y de su desarrollo, abierta al público que adquiere,  
conserva, estudia, expone y transmite  
el patrimonio material e inmaterial  
de la humanidad y de su medio ambiente  
con fines de educación y deleite.*

Consejo Internacional de Museos (ICOM)  
(Desvallées y Mairesse, 2010).





En todo el territorio mexicano existen más de 1,121 museos, cifra que registró el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta) en 2010 y que dio a conocer el Consejo de Promoción Turística de México (2015); sumándole los recintos que fueron inaugurados a lo largo de estos seis años, representan una gran oferta cultural y de ocio para el público nacional y extranjero, con temáticas tan variadas que abarcan desde la creación del universo y la evolución en la tierra, hasta el arte actual y las nuevas tecnologías.

Tan sólo el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) tiene a su cargo 129 museos en todo el país, que abordan temas históricos, antropológicos, arqueológicos y etnográficos, como la prehistoria, culturas prehispánicas, época novohispana, Guerra de Independencia, Revolución Mexicana y pueblos indígenas.

Los museos de este instituto “tienen como objetivos esenciales la conservación, la exhibición y difusión del patrimonio cultural, con la finalidad de fortalecer con ello la identidad cultural del país”. (Coordinación Nacional de Recursos Humanos del INAH, 2009, p. 67).

Además de sus distintas temáticas, los museos del INAH se clasifican de acuerdo a su ubicación geográfica, número de visitantes y a las necesidades de las regiones en las que se encuentran: nacionales, regionales, locales, de sitio (arqueológico o histórico), comunitarios y metropolitanos (Coordinación Nacional de Recursos Humanos del INAH, 2009).

Los **museos nacionales** están conformados por colecciones que son representativas de la totalidad existente en todo el país y se enfocan en temas antropológicos o históricos.

- Museo Nacional de Antropología
- Museo Nacional de Historia
- Museo Nacional del Virreinato
- Museo Nacional de las Culturas
- Museo Nacional de las Intervenciones

Cuatro tienen sede en la Ciudad de México y uno en el Estado de México. El Museo Nacional del Virreinato se ubica en el ex colegio jesuita de Tepotzotlán, municipio mexiquense, debido a la importancia y trascendencia del inmueble y su contexto histórico.

El Museo Nacional de las Intervenciones también tiene como sede un ex convento, sin embargo, no se debe a que la temática esté relacionada con la función histórica del inmueble (la religiosa), sino a los eventos históricos ocurridos en el siglo XIX, cuando el inmueble fue utilizado como trinchera durante la intervención norteamericana. Incluso en su fachada se observa el daño provocado durante el combate.

El Museo Nacional de Antropología es el único de los recintos nacionales que no se encuentra en un inmueble histórico, esto se debe a que el gran tamaño de su colección obligó a la construcción de un museo ex profeso, en el cual no solo se exhibieran sino también se resguardaran todas las piezas.

Los **museos regionales** ilustran el desarrollo histórico y la diversidad cultural de cada región, además de ser foros para las manifestaciones culturales estatales.

Los **museos metropolitanos** se encuentran en la Ciudad de México y aunque sus colecciones son importantes, no alcanzan la categoría de nacionales ni regionales por ser capitalinos: Museo de El Carmen;

Galería de Historia (Museo del Caracol); y el Centro de exposiciones de la Terminal 2 del Aeropuerto Internacional Benito Juárez.

Los **museos locales** son “los que están vinculados a un monumento histórico o a una localidad determinada, que ofrecen una visión integral del lugar en donde se encuentran y contribuyen a fortalecer la identidad de la comunidad local” (Coordinación Nacional de Recursos Humanos del INAH, 2009, p. 71).

Más de 40 museos de este tipo se localizan en los distintos estados de la República. Por mencionar algunos:

- Museo de la Evangelización (Puebla)
- Museo Ex Convento Agustino de San Pablo (Guanajuato)
- Museo Histórico de Acapulco Fuerte de San Diego (Guerrero)
- Museo del Fuerte de San Juan de Ulúa (Veracruz)

Los **museos de sitio arqueológico** introducen a la historia de las zonas arqueológicas en las que se localizan y las piezas en exhibición provienen de las excavaciones del sitio prehispánico; lo cual contribuye a que la colección permanezca en su lugar de origen.

Cabe mencionar que no todas las 187 zonas arqueológicas abiertas al público cuentan con museo de sitio. Algunas de las que sí tienen son:

- Museo de Sitio de Palenque “Alberto Ruz L’Huillier” (Chiapas)
- Museo de Sitio de Monte Albán (Oaxaca)
- Museo de Sitio de Cholula (Puebla)
- Museo de Sitio de El Tajín (Veracruz)
- Museo de Sitio de Chichen Itza (Yucatán)

Los **museos de sitio histórico** “son recintos que difunden la historia de personajes ligados al inmueble o la historia del mismo” (Coordinación Nacional de Recursos Humanos del INAH, 2009, p. 76). Además de la preservación y valoración del monumento histórico que funge como sede.

- Museo Casa de Carranza (Ciudad de México)
- Casa de Hidalgo (Guanajuato)
- Museo Virreinal de Acolman (Estado de México)
- Museo Casa de Morelos (Michoacán)
- Museo Casa de Juárez (Oaxaca)

Los museos de arte sacro en ex conventos del INAH, aunque tienen una temática específica y sede con características propias, son atendidos y administrados a partir de las anteriores clasificaciones, ya que se consideran como museos locales, metropolitanos, históricos, regionales y/o nacionales, según cada caso.

En México, existen más de 30 museos de arte sacro, localizados en distintos puntos de la República Mexicana y bajo la administración de la Iglesia, los gobiernos estatales y/o el INAH. Los museos de este tipo con sede en ex conventos son considerados patrimonio cultural por encontrarse en inmuebles históricos, lo cual implica (por la historia de distribución de los conventos y colegios durante la evangelización y el transcurso del virreinato) que no todos se localicen en las capitales de los estados, pero sí en lugares de interés turístico, como centros históricos, pueblos mágicos o lugares que aún conservan sus tradiciones.

Los ex conventos no solo son sedes de museos de arte sacro, también se da el caso de museos de temáticas regionales, históricas o arqueológicas. O, por el contrario, museos de arte sacro en inmuebles históricos que nunca fueron conventos. Así como ex conventos sin acervo en exposición permanente, pero abiertos a la visita pública o fungiendo como centros culturales.

Museos de arte sacro en inmuebles históricos (no ex conventos)

- Museo Arquidiocesano de Arte Sacro – Monterrey, Nuevo León
- Museo de la Basílica de Guadalupe – privado – Ciudad de México
- Museo de Arte Sacro – Catedral de Chihuahua

- Museo de Arte Sacro – Catedral de Guadalajara – Jalisco
- Museo de Arte Sacro – Catedral de León – Guanajuato
- Museo de Arte Sacro de Lagos de Moreno – Secretaría de Cultura del Estado de Jalisco y Diócesis de San Juan de los Lagos
- Museo de Arte Sacro Virreinal de Taxco – Instituto guerrerense de la cultura –Guerrero
- Pinacoteca de la Profesa – Templo de San Felipe Neri – Ciudad de México

#### Museos y centros comunitarios en ex conventos

- Casa de Cultura – Ex convento San Agustín – Ayuntamiento de Celaya – Guanajuato
- Centro Comunitario Culhuacán – Ex convento de San Juan Evangelista – INAH – Ciudad de México
- Centro Cultural Ex convento de San Lorenzo Mártir – IPN – Ciudad de México
- Centro Cultural Ex Convento de Santo Domingo – Consejo Estatal para la Culturas y las Artes de Chiapas
- Centro Cultural Hueyotlipan Ex convento Franciscano – Instituto Tlaxcalteca de la Cultura
- Museo de los Altos de Chiapas – Ex convento de Santo Domingo – INAH
- Museo de Arte Religioso (piezas prehispánicas y de arte sacro) – Ex convento de San Martín Huaquechula – Puebla
- Museo de Arte Religioso – Ex convento de Santa Mónica – INAH – Puebla
- Museo de las Culturas de Oaxaca – Ex convento de Santo Domingo de Guzmán – INAH
- Museo de El Carmen – Ex colegio de San Ángelo Mártir – INAH – Ciudad de México
- Museo de la Evangelización – Ex convento de San Miguel Huejotzingo – INAH – Puebla
- Museo de Guadalupe – Ex colegio Apostólico de Propaganda Fide de Nuestra Señora de Guadalupe – Regional de Zacatecas – INAH
- Museo Nacional de las Intervenciones – Ex convento de Nuestra Señora de los Ángeles de Churubusco– Ciudad de México – INAH
- Museo Nacional del Virreinato – Ex colegio de San Francisco Javier – INAH – Estado de México
- Museo Regional del Ex convento de Santo Domingo Yanhuítlan – Oaxaca – INAH
- Museo y Centro de Documentación Histórica Ex convento de Tepoztlán (Museo de la Natividad) – Morelos – INAH
- Museo Ex Convento Agustino de San Pablo – INAH – Yuriria, Guanajuato
- Museo Regional Potosino – Ex convento de San Francisco – INAH
- Museo Regional de Querétaro – Ex Convento de San Francisco – INAH
- Museo Regional de Tlaxcala - Ex Convento Franciscano de Nuestra Señora de la Asunción – INAH
- Museo de Sitio del Ex Convento del Desierto de los Leones – Delegación Cuajimalpa – Ciudad de México
- Museo de Sitio Ex Convento Dieguino – Ex convento de San Pedro de Alcántara – Ayuntamiento de Guanajuato
- Museo Virreinal de Acolman – Ex convento de San Agustín Acolman – INAH –Estado de México

Los seis recintos que se abordan en esta tesis se eligieron con base en su temática (de arte sacro) y tipo de sede (ex conventos) porque presentan problemáticas similares: ubicación lejana de las capitales de los estados, aunque con potencial turístico y cultural; difusión dispar, poca o muy local; escasos

materiales para su difusión y/o recorrido; contar o no con diseñador para la elaboración de estos materiales y escasa presencia en medios digitales.

Otro punto esencial para analizar la difusión de estos seis museos, fue la disposición y cooperación de los directivos, administrativos y personal de estos recintos para desarrollar esta tesis y proporcionar la información requerida.

Se trata de los siguientes recintos:

- Museo de Arte Religioso –Puebla, Puebla
- Museo de El Carmen – San Ángel, Ciudad de México
- Museo de la Evangelización – Huejotzingo, Puebla
- Museo de Guadalupe – Guadalupe, Zacatecas
- Museo Nacional del Virreinato – Tepetzotlán, Estado de México
- Museo Virreinal de Acolman – Acolman, Estado de México

### 1.1. Contexto histórico de los conventos y creación de los museos

Los seis museos que forman parte de esta tesis funcionan dentro de inmuebles históricos que durante la Nueva España fungieron como conventos para monjas o colegios para frailes, e incluso su acervo se compone de piezas que pertenecieron a las órdenes religiosas que en ellos habitaron.

La ubicación de estos ex conventos y el acervo de sus museos están ligados a la historia de nuestro país, en concreto con la época virreinal y la evangelización.

Cada uno de los seis museos que forman parte de esta tesis, aunque similares, tuvieron su propio desarrollo histórico (orden religiosa a la que pertenecieron, construcción, vida conventual y ocupación posterior) y fueron adaptados como museos con base al acervo de cada inmueble.

Además de otras diferencias como su ubicación geográfica, recorrido museográfico y actual funcionamiento, aunque sigue los mismos lineamientos del INAH, existen variaciones.

Por ello, antes de profundizar en el análisis del diseño y la comunicación visual de medios y materiales para la difusión y recorrido en los museos de arte religioso virreinal en ex conventos, es necesario conocer el contexto y breve desarrollo histórico de cada ex convento y posterior creación del museo; ya que esto influye en el actual contexto urbano, turístico y cultural que se realiza en torno a ellos; aunado a que es parte de la información que se proporciona dentro del museo.

La historia de los conventos y colegios comenzó luego de la Conquista de Tenochtitlan en 1521, cuando paulatinamente comenzó la conquista espiritual. En 1524 llegaron 12 frailes franciscanos procedentes de Castilla, entre los que se encontraba Toribio de Benavente “Motolinía”.

Estos frailes tenían el apoyo de Hernán Cortés para evangelizar a los indígenas y la libertad para fundar conventos en los antiguos señoríos de Huejotzingo, Puebla (actual **Museo de la Evangelización**); Texcoco, Estado de México; Tlaxcala (actual Museo Regional de Tlaxcala) y Ciudad de México, entre 1524 y 1526.

A esto le siguió la llegada de otras órdenes religiosas, las principales fueron: dominicos (1526), agustinos (1533), jesuitas (1572) y carmelitas (1585).

Los conventos masculinos de Nueva España fueron construidos en antiguos señoríos prehispánicos, llamados pueblos de indios, y tenían la función de evangelizar y educar a los pobladores indígenas. A diferencia de los monasterios europeos que se utilizaban para la meditación, contemplación, estudio y aislamiento, además de ser autosustentables (Meli, 2011).

Por ello, las construcciones de los conventos masculinos novohispanos fueron adaptados para la doctrina al aire libre y se sostenían con los recursos de la población. Los primeros fueron construidos con mano indígena y debido a sus dimensiones tardaban años en concluirse e incluso algunos quedaron inconclusos.

Mientras que los conventos novohispanos femeninos tenían la función original de educar y proteger a las mujeres de origen español, y ofrecer a las religiosas un lugar de retiro para la vida contemplativa (Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones, 2012).

Cada orden eligió las regiones para construir sus conventos y realizar su labor evangelizadora, las tres primeras en llegar fueron las que se repartieron el territorio. Los franciscanos tuvieron preferencia por ser los primeros y se asentaron en los valles de México y Puebla, posteriormente se expandieron al norte y en la Península de Yucatán.

Los dominicos prefirieron irse hacia el sur, desde Morelos, Puebla y Oaxaca, hasta Chiapas y Guatemala. Los agustinos ocuparon el norte de la Ciudad de México, como Hidalgo, y el sur de la capital, como Morelos, Guerrero y Michoacán (Meli, 2011).

A finales del siglo XVIII, las órdenes religiosas (clero regular) vieron mermado su poder a causa del Concilio de Trento (reuniones y consejos de la Iglesia que podían durar años), que reconoció la autoridad de obispos y párrocos (clero secular) sobre los frailes, que anteriormente tenían autonomía concedida por el papa y el favor de los virreyes (Museos y exposiciones del INAH, diciembre 2015-marzo 2016).

El poderío de los conventos terminó con las Leyes de Reforma (1859-1860) que dictaban la nacionalización de los bienes de la iglesia. Los conventos fueron cerrados y los inmuebles pasaron a ser parte del estado, quien los dejó en el abandono o los utilizó como cárceles o los fraccionó para venderlos como zonas habitacionales (Tovar y de Teresa, Guillermo, 1997).

Durante la Guerra de Independencia, las invasiones extranjeras a México y en plena Revolución Mexicana, los ex conventos abandonados se utilizaron como fortaleza por los combatientes. De acuerdo a Tovar y de Teresa (1997): "en el siglo XIX y principios del XX sirvieron de cuarteles, cárceles y bodegas". Estas ocupaciones deterioraron aún más los ex conventos, sobre todo los que poseían pintura mural, ya que las fogatas y antorchas generaron hollín en muros y techos.

En la segunda década del siglo XX, con las nuevas líneas de educación y por mandato presidencial, se crearon diversos museos, como el Museo Virreinal de Acolman en 1921 y el Museo de El Carmen en 1929 (Meli, 2011). Fue hasta 1939 que se creó el Instituto Nacional de Antropología e Historia y muchos de los museos ya existentes, cuya temática era afín al instituto, se integraron a él.

En la primera mitad del siglo XX, los ex conventos fueron declarados monumentos históricos bajo resguardo del INAH. En la actualidad, este tipo de inmuebles pueden servir para distintos fines, como escuela, oficina, museo o salón de eventos privados.

El INAH y la Ley Federal sobre monumentos y zonas arqueológicas, artísticas e históricos señalan que los monumentos históricos son las edificaciones relacionadas con la historia de México, desde las construcciones prehispánicas y hasta las del siglo XIX, ya sea civiles, militares o religiosas (Coordinación Nacional de Recursos Humanos del INAH, 2009).

Incluidos los inmuebles virreinales destinados a templos y anexos, arzobispados, obispados, casas curales, seminarios, conventos o cualquier edificio dedicado a la administración, divulgación, enseñanza o práctica de un culto religioso.

En las últimas dos décadas, la UNESCO ha declarado como Patrimonio de la Humanidad a dos series de ex conventos: los primeros monasterios del siglo XVI en las laderas del volcán Popocatepetl en 1994, integrado por 14 inmuebles de Puebla y Morelos (incluido el de Huejotzingo); y las Misiones franciscanas de la Sierra Gorda de Querétaro en 2003, compuesto por cinco misiones construidas en la segunda mitad del siglo XVIII (UNESCO, sf).

Algunas de las razones por las cuales estos recintos no sólo forman parte de las visitas escolares, sino también del turismo local, nacional y extranjero, son: su carácter de monumento histórico, ser Patrimonio de la Humanidad y/o localizarse en un lugar turístico.

Al respecto, la Secretaría de Turismo (2015) señala que el turismo:

Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

Sin embargo, este concepto es muy general e incluye todos los destinos turísticos: playas, Pueblos Mágicos, balnearios, museos, viajes de negocios, retiros. Por ello, la misma secretaría profundiza en un término enfocado al turismo en destinos culturales y museos.

El turismo cultural, indica la Secretaría de Turismo (2014), es "aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico".

### **Salas y recorrido en los museos de arte sacro**

El recorrido por estos museos incluye la gran mayoría del inmueble, a excepción de los espacios utilizados para oficinas del propio recinto y por la iglesia anexa abierta al culto, que ocupan algunas celdas (antiguas habitaciones) y la sacristía, respectivamente.

Los espacios que fueron utilizados durante la vida conventual ahora son parte de las ambientaciones museísticas, como la cocina, el refectorio, la sala de profundis, la biblioteca, los baños y/o las celdas.

Por ello es necesario conocer el uso que se les dio a estos espacios durante el virreinato para entender cómo se adaptaron al recorrido museístico, ya que actualmente el nombre de la sala respeta el uso original de cada área del recinto.

El arquitecto Carlos Flores Marini señala que el conjunto conventual del siglo XVI fue la respuesta a las condiciones que giraban en torno a la evangelización, planteamiento surgido de las recopilaciones españolas respecto a los antecedentes indígenas (Museo ex convento agustino de San Pablo, 2014).

El convento del siglo XVI, sin importar la orden religiosa que lo erigiera, tenía los mismos parámetros constructivos, con ligeras variaciones de acuerdo con el clima y la ornamentación; recordando que normalmente se considera que las edificaciones franciscanas son de las más humildes y las agustinas las más ostentosas.

De acuerdo con los requerimientos de las órdenes monásticas de esa época, los religiosos, antes de comer en el refectorio (comedor), rezaban el Salmo de profundis (de ahí el nombre de la sala) y los sufragios de los difuntos; estos espacios debían ubicarse en la planta baja del convento (incluida la zona de la cocina y despensa).

En la planta alta se encontraban las celdas (habitaciones) de los frailes o monjas, la biblioteca, la celda prioral y la capilla doméstica.

También eran importantes las áreas al aire libre. En el caso de los recintos masculinos, contaban con atrio, que antecede al templo y al convento, lugar delimitado por bardas y en el cual se ubicaba la arcada real o arcos de acceso, la cruz atrial, la capilla abierta o de indios y las cuatro capillas posas en cada esquina del patio, utilizadas para la procesión de Semana Santa.



*Figura 1.1. Claustro del ex convento de Santa Mónica, actual Museo de Arte Religioso.*

Otra de las zonas al aire libre era el huerto, ubicado en la parte de atrás del inmueble y en donde los religiosos cultivaban sus alimentos. En algunos casos también contaban con acueducto. Los museos de El Carmen, Tepotzotlán y Huejotzingo conservan sus huertos, aunque sólo los dos primeros están abiertos al visitante. Mientras que los huertos de Acolman y Guadalupe desaparecieron.

Las fuentes que se consultaron para redactar este primer capítulo, específicamente los apartados de cada museo, fueron las cédulas y folletos de cada recinto, debido a que son las mismas con las que cuenta el visitante para realizar su recorrido. Algunos puntos se complementaron con información de libros especializados en el tema.

Debido a que esta tesis no es de historia ni de arte sacro, no tendría caso profundizar en estos aspectos, pero sí es necesario mencionarlos porque son parte del contexto de los museos que se abordan en esta investigación. Además, esta información se proporcionará en los contenidos de la propuesta, que se desarrollará en el cuarto capítulo.

## **1.2. Museo de Arte Religioso**

El **Museo de Arte Religioso** se encuentra en el ex convento de Santa Mónica del siglo XVII (véase figura 1.1), en el centro de Puebla, en los límites de la zona turística y rodeado de comercios de talavera y dulces típicos. Su iglesia anexa sigue abierta al culto y es popularmente conocida como El señor de las maravillas.

Es el único museo del INAH dedicado a la vida conventual femenina. A lo largo de sus 27 salas exhibe obras arte sacro de los siglos XVI al XIX, conformado por cuatro colecciones de antiguos conventos femeninos de la ciudad de Puebla:

Santa Mónica (agustinas recoletas), Santa Catalina (dominicas), del Señor San Joaquín y Santa Ana (capuchinas) y La Soledad (carmelitas descalzas); creadas por autores renombrados como Juan Correa, Miguel Cabrera y Juan de Villalobos, por mencionar algunos.

Entre las piezas que exhibe y resguarda el museo se encuentran: lienzos (con representaciones de la vida de Cristo y la Virgen, retratos de santos y santas, apóstoles y alegorías), documentos, libros, textiles, ornamentos ceremoniales y una serie de coronas de profesión de las monjas.



Figura 1.2. Sala Cocina, del Museo de Arte Religioso.

El recorrido del museo refleja la vida cotidiana de este convento austero; las salas están ambientadas de tal manera que el visitante se da una idea de las actividades que se llevaban a cabo en espacios como el refectorio (comedor), la biblioteca, los coros, los baños y las celdas (habitaciones).

Forma parte de las actividades culturales y turísticas del centro de Puebla; organiza talleres, cursos, conferencias, ciclos de cine, concursos de fotografía, un rally anual, cuenta cuentos, recorridos nocturnos, visitas guiadas y exposiciones temporales. Además, participa en la Noche de Museos, organizada por la Secretaría de Cultura estatal.

También desarrolla programas de investigación y restauración, cuyos resultados se presentan en conferencias y/o exposiciones temporales: *Piezas en diálogo*, *Calendario Litúrgico*, *Piecomus*, *Contextus* y *Reconocer*, en las que participan investigadores invitados, pertenecientes a instituciones y universidades del INAH, del estado y particulares.

*Piezas en diálogo* está integrada por un máximo cuatro piezas entrelazadas temáticamente. *Calendario litúrgico* está relacionada con las celebraciones católicas y el acervo del museo. *Contextus* sigue el eje del pensamiento filosófico y teológico de Europa y América.

*Reconocer* son seminarios de estudios de la colección permanente del museo. Y *Piecomus*

se basa en investigaciones especializadas de una selección de las piezas del museo, haciendo énfasis en el análisis individual.

Ofrece guías en español e inglés, y cuenta con materiales didácticos para niños, y es punto de venta de libros de la misma temática del museo, como *Monjas coronadas*, de Alma Montero.

Los servicios de accesibilidad que se observan en este museo y que se dan a conocer a través de sus distintos medios de comunicación son: rampas, elevadores, sillas de descanso y sanitarios para personas con discapacidad. Así como entrada gratuita los domingos a todos los mexicanos y residentes, y entre semana acceso libre para estudiantes, maestros, personas de la tercera edad, personas con discapacidad, menores de 13 años, mayores de 60 años y jubilados.

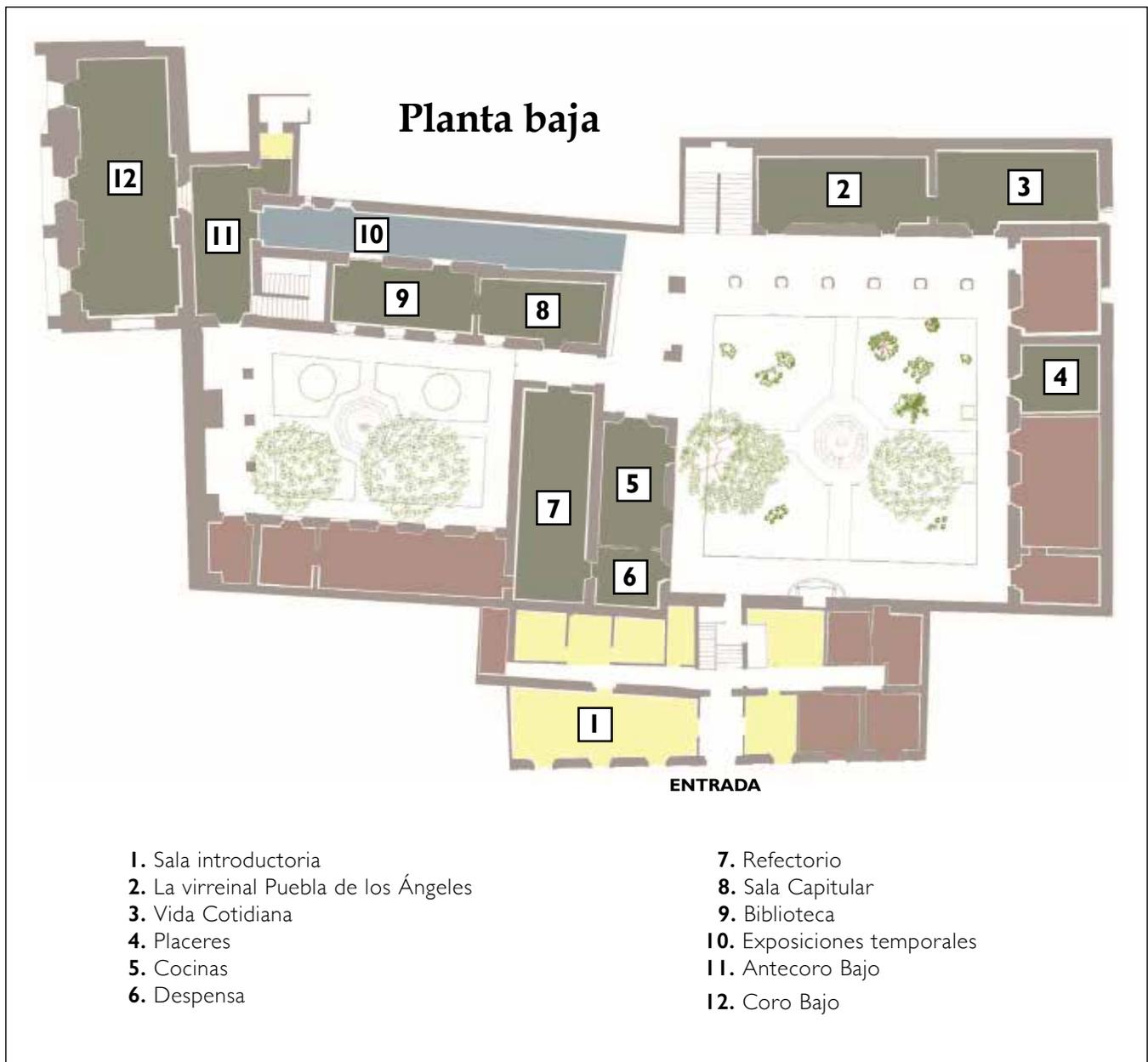
### Recorrido por el museo

El recorrido inicia en la *sala introductoria*, en donde se proporciona el contexto histórico de la fundación del convento de Santa Mónica, y en general de los conventos femeninos y masculinos en América (véase figura 1.3).

Enseguida se pasa al patio de profesas (el principal), que representaba el paraíso terrenal y que estaba reservado para las monjas que habían tomado sus votos; los senderos del patio se juntan desde los cuatro puntos cardinales hacia el centro, en una fuente, que simboliza los ríos de gracia y virtud (Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones, 2012).

En la planta baja, rodeando el patio de profesas, se ubican las salas: *La virreinal Puebla de los Ángeles*, *La vida cotidiana en un convento de clausura* y la de *Placeres*.

En la sala *La virreinal Puebla de los Ángeles*, a través de retratos y mapas históricos, se habla de la fundación de una villa española en 1531, que posteriormente se convirtió en la ciudad de Puebla (Museo de Arte Religioso, 2014 y 2015).



*Figura 1.3. Mapa del recorrido de la planta baja del Museo de Arte Religioso.*

Las reglas y actividades dentro de éste y otros conventos novohispanos se detallan en la sala *La vida cotidiana* en un convento de clausura, que exhibe retratos de monjas de distintas órdenes religiosas. En este espacio se observan, gracias a una reciente excavación, etapas constructivas previas del convento.

En la sala de *Placeres* se conservan dos tinas de baño originales decoradas con talavera. Cruzando el patio de profesas, se sitúa la cocina decorada con talavera y la despensa (véase figura 1.2). Aquí, las monjas poblanas mezclaron ingredientes de origen americano y europeo, creando exquisitos platillos para deleitar a la élite virreinal, recetas que lograron salir del convento, como el mole poblano, el pipián y los chiles en nogada (Museo de Arte Religioso, 2014 y 2015).

El *refectorio*, el lugar en el que comían las monjas mientras oían pasajes bíblicos, está ambientado como pudieran haber estado situadas las mesas, sillas y la vajilla; además expone óleos de temas como *La última cena* y *El Lavatorio*.



Figura 1.4. Mapa del recorrido de la planta alta del Museo de Arte Religioso.

Cruzando el corredor que lleva al patio de novicias (el secundario y más pequeño), se llega a *Sala capitular*, que exhibe mobiliario y óleos con representaciones de arcángeles, la trinidad, el Cristo de los azotes y un crucifijo. En la *Sala capitular* se reunían las monjas para discutir acerca del funcionamiento y vicisitudes del convento, y para organizar las fiestas de los santos.

La siguiente sala es *La biblioteca*, que resguarda libros impresos en Europa y la Nueva España, que datan de los siglos XVII al XX, algunos de estos libros se exponen abiertos. También se muestran imágenes al óleo de doctores de la iglesia.

La sala de exposiciones temporales conecta la biblioteca con el Antecoro bajo, que exhibe periódicos de principios del siglo XX, que dan

cuenta del descubrimiento de las monjas que se ocultaban dentro del convento, luego de que quedara prohibida la reclusión forzada de religiosas.

Al fondo, se encuentra el Coro bajo, aquí se ubica la cripta y el área en el que se velaba a las monjas fallecidas, que podían ser vistas por sus familiares desde la iglesia, pero cuyos restos jamás podrían abandonar el convento.



Figura 1.5. Sala Despacho de la priora.

Una escalera de caracol se dirige al Coro alto (véase figura 1.4), desde este lugar las monjas oían misa a través de unas pequeñas aberturas en la pared que da a la iglesia anexa; nadie del exterior podía ver a las monjas una vez profesas.

El Antecoro alto lleva a tres espacios: la segunda sala de exposiciones temporales, la escalera rumbo al patio de novicias y a la sala conocida como el *Pasillo de San Agustín*. En este pasillo se exhiben obras que narran la vida de San Agustín (fundador de la orden agustina), hijo de Santa Mónica (de quien toma su nombre el ex convento).

A lo largo del pasillo, se ubican las salas que exhiben relicarios, objetos elaborados por las monjas; la ambientación de una de sus celdas (incluyendo los cilicios que tenían la obligación de usar para autoinfligirse dolor); y las salas que muestran óleos de la vida de santos y de patrocinios devocionales.

Al fondo, está la sala *Despacho de la priora* (madre superiora), habitación que tiene una pequeña puerta hacia una casa particular, la cual ayudó a las monjas a mantenerse ocultas luego de las Leyes de Reforma, que prohibía la inculstración (véase figura 1.5). En 1934, el inspector Valente Quintana descubrió esa misma puerta y expulsó a las monjas.

Al concluir el pasillo, uno se encuentra en la parte alta del patio de profesas, rodeado por la *Sala de terciopelos*, con seis cuadros de gran formato elaborados en la primera mitad del siglo XIX.

La *Sala Mariana*, conformada por óleos de distintas advocaciones de la Virgen María, narra su vida desde su nacimiento y hasta su ascensión al cielo.

Al final del recorrido por el **Museo de Arte Religioso**, se ubican las salas de *Monjas Coronadas* y *Místicas*. La primera exhibe óleos de monjas coronadas por flores, ceremonia que se realizaba en dos ocasiones: cuando tomaban los votos y cuando fallecían. Mientras que en la sala de *Místicas* se exponen óleos que representan a monjas teniendo experiencias místicas o divinas (debido a sus largos periodos de ayuno), como experimentar las heridas sufridas por Jesús en la crucifixión.

### Contexto histórico y contemporáneo

En el siglo XVII, el inmueble histórico sede del **Museo de Arte Religioso** funcionaba como albergue de mujeres españolas casadas, cuyos maridos se encontraban fuera de Puebla de los Ángeles.



Figura 1.6. Patio de profesas, ex convento de Santa Mónica.

Después se utilizó para la reclusión forzada de prostitutas y luego como colegio de niñas.

Fue hasta 1687 que el colegio, gracias a su prestigio, se convirtió en convento de agustinas recoletas, que se caracterizaron por su austeridad y ascetismo; en sus primeros cinco años, el obispo de Puebla dio profesión a 24 colegialas (Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones, 2012).

El convento de Santa Mónica era de monjas descalzas, es decir, seguían reglas estrictas y sin lujos; ser agustinas recoletas implicaba tener una vida aún más austera, subsistir con mínimos recursos y vivir en comunidad.

Las reglas de esta orden indicaban ayunar con frecuencia y portar cilicios en brazos y muslos para autoinfligirse dolor; prácticas que buscaban el fortalecimiento espiritual; algunas monjas se excedían y llegaban a alucinar por falta de alimento y pérdida de sangre; sin embargo, más que alarmar, las alucinaciones eran consideradas experiencias místicas.

“En 1861, tras la promulgación del decreto de exclaustación con motivo de las Leyes de Reforma, las monjas mónicas tuvieron que vivir de manera discreta e ilegal, ocultas tras los muros de sus conventos” (Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones, 2012, p. 11).

Desde su construcción hace más de 250 años, la arquitectura de este convento ha sido modificada por remodelaciones, ampliaciones

o reparaciones. A principios del siglo XX quedó rodeado de casas, ayudando a las monjas a permanecer escondidas luego de la exclaustación de las Leyes de Reforma.

En 1934, las monjas fueron expulsadas del inmueble y dos años después el ex convento fue transformado en **Museo de Arte Religioso** de Puebla y declarado Monumento Colonial.

El museo pasó a manos del INAH en 1940 y desde entonces el acervo se compone de los bienes incautados a las monjas capuchinas, catalinas, solentinas y mónicas.

De 2005 a 2011, la museografía fue reestructurada y se añadieron cuatro salas al recorrido, con 1,300 piezas en exhibición y alrededor de 3,500 bajo su resguardo. Además, especialistas del INAH restauraron 285 obras; y de la bodega del museo se sacaron 50 piezas, que por primera vez se pusieron a la vista del público. También se realizaron trabajos arquitectónicos y de conservación del edificio (INAH, 2012).

El 1 de enero de 2013, el Templo de Santa Mónica, anexo al ex convento y abierto al culto religioso (mejor conocido como el Templo del Señor de las Maravillas), sufrió un incendio que afectó a un óleo, un cromo, ocho pinturas de caballete y los acabados del inmueble. En marzo de ese año, especialistas de la Coordinación Nacional de Conservación del Patrimonio Cultural del Instituto Nacional de Antropología e Historia realizaron las labores de restauración (INAH, 2013).

### 1.3. Museo de El Carmen

El **Museo de El Carmen** se ubica en el ex colegio de San Ángel Mártir, en San Ángel, donde es parte de la vida cotidiana y cultural de los habitantes del sur de la Ciudad de México (véase figura 1.7).

El acervo que exhibe de manera permanente está conformado por alrededor de 300 piezas,

entre esculturas, pinturas, grabados, retablos, momias y mobiliario novohispano; entre los autores de estas piezas destacan artistas como Cristóbal de Villalpando, Juan Correa y Miguel Cabrera.

El museo ofrece un panorama del origen e historia de la orden carmelita; también es constante el tema alusivo a la Virgen del Carmen.

La arquitectura del colegio inicialmente fue austera, según las reglas dictadas por Santa Teresa de Jesús a la orden de los carmelitas; como la sencillez y armonía del claustro y el patio de estudiantes (Museo de El Carmen, 2015).



Figura 1.7. Claustro del ex colegio de San Ángel Mártir, actual Museo de El Carmen.

Mientras que espacios como los lavabos (recubiertos con talavera poblana), la Sacristía (con cinco lienzos de Villalpando y decorado de artesanado barroco en el techo), las Criptas (elegantes tumbas para la nobleza sanangelina) y la Capilla doméstica, fueron ricamente adornadas con el paso de los años.

En el **Museo de El Carmen** se ofrecen visitas guiadas, talleres, cursos, conferencias y exposiciones temporales; además de colocar el Altar de Dolores, el altar de Día de Muertos y presentar pastorelas; así como unirse a la Feria de las Flores, organizada por la delegación y en la que participan todos los museos y centros culturales de San Ángel.

Los servicios de accesibilidad que se observan en este museo y que se dan a conocer a través de sus distintos medios de comunicación son: guías especiales previa cita, rampas, sillas de descanso, entrada gratuita dominical y entre semana acceso libre a estudiantes, maestros, personas de la tercera edad, personas con discapacidad, menores de 13 años, mayores de 60 años y jubilados.

Este recinto también presta sus instalaciones para las actividades culturales y artísticas de otras instituciones y empresas. Además de actividades como Jueves de tertulias, el Seminario de análisis sobre la gestión del patrimonio cultural mexicano 2015, la Noche de museos y el Altar de Dolores.

### Recorrido por el museo

El recorrido museográfico inicia cruzando el Patio de Estudiantes (véase figura 1.8), que lleva a la antigua portería del ex colegio, que era el espacio que separaba a los frailes del mundo exterior; se conserva pintura mural de distintas etapas.

Posteriormente se entra a la celda del portero, que en la actualidad es la *Sala introductoria* del museo, en donde se explica la historia de los carmelitas y del recinto museístico a través de líneas del tiempo de los siglos XVI al XX, incluidos los contextos históricos de Europa, Asia, África, América y México. Además de la historia y desarrollo de los carmelitas desde su surgimiento en Palestina, su paso por Europa y desarrollo en la Nueva España, y específicamente la fundación del colegio de San Ángel Mártir.

Inmediatamente se llega al claustro, la armonía del juego de luz y sombra del patio son acompañados por el sonido del agua de la fuente, decorada con talavera del siglo XVIII, que simboliza la vida y



Figura 1.8. Mapa del recorrido de la planta baja del Museo de El Carmen.

comunión entre lo humano y lo sagrado; a la fuente la rodean arboles de naranjo.

Los conventos carmelitas, como éste, sólo tenían claustro bajo en señal de austeridad, por ello los corredores de la planta alta están al aire libre (Museo de El Carmen, 2014, 2015 y 2016). Al cruzar este patio, se encuentra la Sacristía, lugar en donde se guardaba la vestimenta y accesorios para la misa, área ricamente decorada

con artesanado barroco en el techo y con un panel de cinco lienzos autoría del pintor novohispano Cristóbal de Villalpando.

La Sacristía, actual *Sala Villalpando*, da la bienvenida con una breve reseña de la obra y técnica de este pintor; y conserva el mobiliario original del siglo XVII empotrado en la pared, además de una pileta para lavarse las manos antes de oficiar misa, del siglo XVIII.



Figura 1.9. Mapa del recorrido de la planta alta del Museo de El Carmen.

Saliendo de la Sacristía, se ubican los lavabos del siglo XVII ricamente ataviados con talavera; esta área está cubierta de pintura mural e inscripciones en latín. Aquí, los frailes se lavaban pies y manos a manera de purificación antes de acudir a misa.

Una escalera desciende a las Criptas, localizadas debajo del presbiterio de la iglesia. En esta zona, ricamente decorada con talavera y pintura mural, se enterraban a los frailes y a sus benefactores. (véase figura 1.10). En una de las cámaras se conserva un pequeño retablo con un lienzo del siglo XVII, que representa al señor de la columna.

Es aquí en donde se exhiben una docena de momias, descubiertas por los revolucionarios que, en su búsqueda de tesoros ocultos por los carmelitas, excavaron en las criptas del ex convento. Los cuerpos momificados ya no se volvieron a enterrar debido a que la gente de San Ángel las adoptó como un icono de la comunidad. Para continuar con el recorrido, es necesario volver al claustro (el patio de la fuente) y entrar por la puerta del fondo. Al volver al interior, hay tres ramificaciones del recorrido: el pasillo que lleva al huerto, la escalera hacia las celdas y la biblioteca, y otro pequeño patio para el resto de las salas.



Figura 1.10. Cripta y momias expuestas al público.

El huerto es sólo una fracción de lo que fue el original, conformado históricamente por árboles frutales, de peras, duraznos y manzanas; ermitas, puentes, canales, estanques y andadores.

En la actualidad conserva una fuente y 4 bancas, rodeados de senderos, palmeras, árboles frutales y flores de colores. Desde este punto se puede observar la avenida Insurgentes sur y el paso del Metrobús. Un buen lugar para descansar antes de continuar el recorrido por el museo.

Las escaleras conducen a largos corredores de la planta alta (véase figura 1.9). Uno de ellos se dirige a la Capilla doméstica, que conserva el retablo del siglo XVIII (véase figura 1.11). La luz artificial hace brillar el retablo y los marcos dorados de la serie de óleos atribuidos a Acosta. En este espacio los frailes oían misa sin dejar la clausura del colegio.

Uno de los corredores de las celdas (habitaciones de los frailes) conduce a la sala *Cultura carmelita*, que exhibe óleos y libros de los siglos XVII y XVIII, y da cuenta del aporte literario de los carmelitas a través del teatro evangelizador.

De regreso por el mismo corredor, se encuentra la *Sala de Literatura*, un mirador desde el cual se observan las cúpulas y la espadaña, iconos de este monumento histórico. Esta sala también exhibe mobiliario de los siglos XVII y XVIII, y una escultura de santa Teresa.

El ex colegio de San Ángel Mártir tiene 64 celdas numeradas, cada una decoradas con pintura mural monocromática que data del siglo XVII, con representaciones de la Virgen del Carmen y de Jesús Crucificado.

La celda número 1 está ambientada con una cama y una mesa con su silla. En tres celdas más se exhiben distintos óleos que describen escenas de vírgenes y santos.

Al fondo del pasillo se encontraba la biblioteca, que llegó a albergar más de 12,000 volúmenes. Ahora sólo una inscripción sobre la puerta recuerda que alguna vez estuvo aquí la biblioteca. Actualmente es la pinacoteca del museo, que exhibe nueve óleos de gran formato, como la serie de la vida de la virgen de Cristóbal de Villalpando y el Patrocinio de la Virgen del Carmen.

Siguiendo por otro de los corredores, se llega a un pequeño cuarto que da a la iglesia, en este lugar los frailes oían misa sin ser vistos. Al salir de este espacio, el pasillo se vuelve más amplio y aquí se exhiben retratos de los siglos XVII y XVIII de santos y obispos, además de ser la entrada al coro de la iglesia.

El último de los corredores de celdas se dirige a la escalera, para regresar a la tercera ramificación del recorrido, que lleva al pequeño patio de naranjos y al anterefectorio y refectorio (cocina y comedor del colegio carmelita).

En el anterefectorio y refectorio se encuentra la sala de exposiciones temporales. A un lado de esa área se ubica el auditorio.

Al final del pasillo, un corredor exterior conduce al patio y a la casa del acueducto. El patio del acueducto conserva los arcos del siglo XVII, que transportaban el agua para abastecer los estanques, lavabos, la cocina y las letrinas del colegio.

El vestíbulo de la planta alta de la casa del acueducto exhibe óleos de ángeles y arcángeles.

En el área que antiguamente ocupó la cocina de la Casa del Acueducto, se encuentra la sala que exhibe retratos de frailes de la orden carmelita, atribuidos al Taller de Miguel Cabrera del siglo XVIII.



Figura 1.11. Capilla doméstica, con retablo del siglo XVIII.

Al caminar por el pasillo del mirador, se aprecian óleos con diversas temáticas, como el patrocinio de la Virgen del Carmen sobre ánimas del purgatorio y la réplica en óleo del escudo de Hernán Cortés.

A la mitad del pasillo se ubica el Dosel, que exhibe óleos de monjas santificadas. A un lado se ubica la recámara 1, que exhibe mobiliario y óleos de santos y monjas.

En la recámara 2 inicia la exposición fotográfica *San Ángel, afanes de la memoria*, conformada por reproducciones de fotografías antiguas desde fines del siglo XIX y hasta los años 60 del siglo pasado, provenientes del Sistema Nacional de Fototecas del INAH.

Las imágenes muestran distintas zonas de San Ángel y sus alrededores, como el tranvía, la Feria de las Flores y el ex colegio carmelita abandonado; e incluso distintos eventos en los que estuvo presente Álvaro Obregón.

La exposición fotográfica continúa en el Mirador; desde el cual se puede apreciar el acueducto y lo que antiguamente era su continuación, cruzando la avenida Revolución, en donde se encontraba la caja de agua del colegio, construcción que actualmente alberga a la Casa de Cultura Jaime Sabines.

### Contexto histórico y contemporáneo

Este colegio de carmelitas descalzos fue construido entre 1615 y 1617 por fray Andrés de San Miguel, con un estilo manierista, en las afueras del capital de la Nueva España, ahora San Ángel, en el sur de la Ciudad de México (Museo de El Carmen, 2014, 2015 y 2016).

Los carmelitas seguían la reforma del silencio, clausura, castidad y obediencia, además de la vida contemplativa y el desarrollo de servicios pastorales en iglesias conventuales y escuelas monacales.

El escudo que identifica a los carmelitas es una cruz rodeada por tres estrellas dentro de un escudo coronado, que hacen referencia al monte Carmelo, en Palestina, lugar en el que surgió esta orden religiosa.

El colegio de San Ángel fue el más grande que tuvieron los carmelitas. Aquí impartían cátedras de facultades menores y teología eclesiástica, y llegó a tener hasta 51 estudiantes. Destaca su biblioteca por contener 12,000 volúmenes (Museo de El Carmen, 2014, 2015 y 2016).



*Figura 1.12. Atrio y fachada del ex convento de San Miguel Arcángel de Huejotzingo, actual sede del Museo de la Evangelización.*

Debido a la prosperidad del colegio, los carmelitas descalzos influyeron en la vida económica y social de San Jacinto Tenanitla, a tal punto de que cambió su nombre en el siglo XVIII por el de San Ángel.

Las Leyes de Reforma obligaron la salida de los carmelitas y la división de los terrenos del colegio para venderlos a particulares; la parte que conservó el gobierno fue utilizada como cárcel municipal hasta principios del siglo XX.

En la Revolución Mexicana, el edificio fue ocupado por grupos revolucionarios, que descubrieron a las momias que ahora exhibe el museo.

En 1929, a raíz del protagonismo que adquirió San Ángel en la vida pública del país tras el asesinato de Obregón, la Secretaría de Educación Pública formalizó la creación del **Museo de El Carmen**, que diez años más tarde pasaría a manos del recién creado Instituto Nacional de Antropología e Historia (Museo de El Carmen, 2010).

La Secretaría de Educación Pública se hizo cargo del inmueble en 1921 y el Museo de Arte Colonial se inauguró en 1929, diez años después se creó el INAH y desde entonces este recinto museístico está bajo su resguardo.

En 1984, San Ángel fue declarado Zona Nacional de Monumentos Históricos y cuenta con más de 80 edificaciones de la época virreinal.

De 2010 a 2012, la museografía fue reestructurada y actualmente se enfoca en tres ejes rectores: la historia y arquitectura del inmueble, el establecimiento y desarrollo de los carmelitas en San Ángel, y el recorrido plástico y estético del acervo novohispano (INAH, 2012).

#### **1.4. Museo de la Evangelización**

El convento de San Miguel Arcángel de Huejotzingo, sede del actual **Museo de la Evangelización**, fue uno de los primeros cuatro recintos de este tipo que se fundaron en la Nueva España, junto con los de Cuernavaca, Texcoco, Tlaxcala y Tzintzuntzan, entre 1524-1526 (véase figura 1.12).

El inmueble de Huejotzingo forma parte de los Primeros Monasterios del siglo XVI en las laderas del Popocatepetl, declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1994; que incluye 14 inmuebles de Puebla y Morelos.

El museo ofrece un acercamiento al proceso de evangelización de la zona centro del país, de aquí su nombre, y se compone de obras de arte religioso que formaron parte de los bienes de este convento franciscano.

En sus salas exhibe pinturas, esculturas, mobiliario y pintura mural de los siglos XVI al XVII, sobresale la imagen que muestra a los 12 primeros franciscanos que llegaron a la Nueva España en 1524.

La importancia del ex convento de San Miguel Arcángel de Huejotzingo reside en ser el primer lugar del nuevo territorio en el cual se oficiaron los sacramentos del bautismo, comunión y matrimonio (INAH, 2010).

El **Museo de la Evangelización**, además de la exposición permanente, ofrece muestras temporales, visitas guiadas y charlas académicas y culturales.

### Recorrido por el museo

La entrada se ubica a un costado de la iglesia, por los arcos, espacio llamado portal de peregrinos. El recorrido comienza al fondo de un pequeño patio, en la antigua portería, lugar hasta donde podía entrar la gente común (véase figura 1.13).

En este espacio se conserva un mural del siglo XVI que representa la anunciación, un escudo de la orden franciscana y un confesionario empotrado en la pared norte que da a la iglesia, lo cual permitía que el fraile confesara a los feligreses sin tener que salir del convento.

Un oscuro pasillo, ambientado de esta manera para recordar el retiro de los frailes, se dirige al claustro bajo, en donde los corredores conservan pintura mural. Del lado de la iglesia, se conservan dos nichos con pintura decorativa en blanco y negro con flores, ángeles, símbolos religiosos y frases en latín.

En cada una de las esquinas del claustro bajo se muestran ángeles cargando los elementos de la Pasión. También se aprecia a la Inmaculada concepción, acompañada de dos santos. Desde el patio de la fuente se puede observar el campanario de la iglesia.

Otro pasillo oscuro conduce a la antesacristía, que exhibe objetos litúrgicos ocupados en las misas, como campanas e incensarios, y un lavabo decorado con talavera.

Al regresar por el mismo pasillo, se encuentra la *Sala de Profundis*, llamada así porque aquí se cantaba el salmo 129, que inicia diciendo: *De profundis clamavi ad te domine...* (De lo profundo clamo a ti señor...). En este espacio se velaba a los frailes difuntos, además servía para la meditación y hacer penitencia (Museo de Huejotzingo, 2014 y 2015).

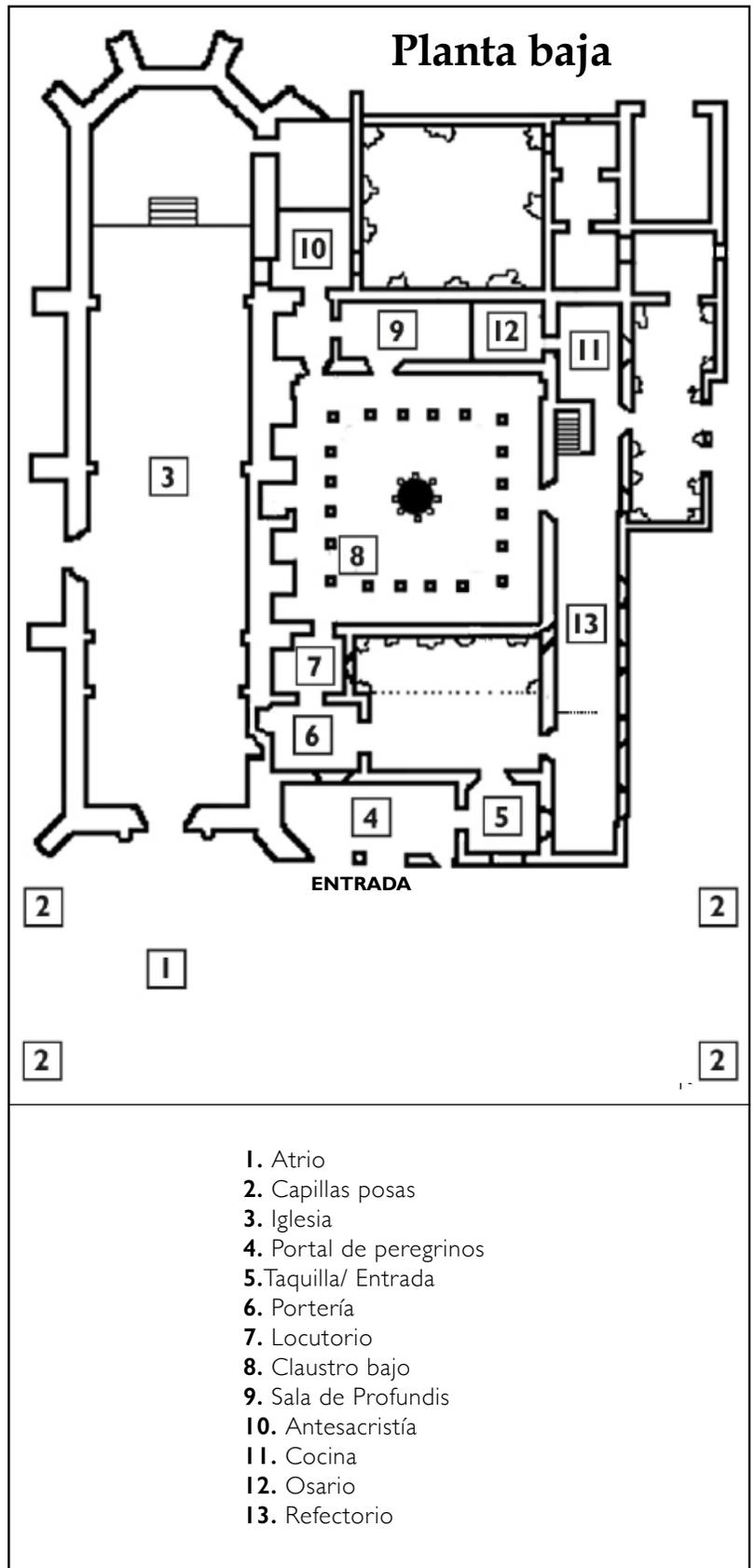
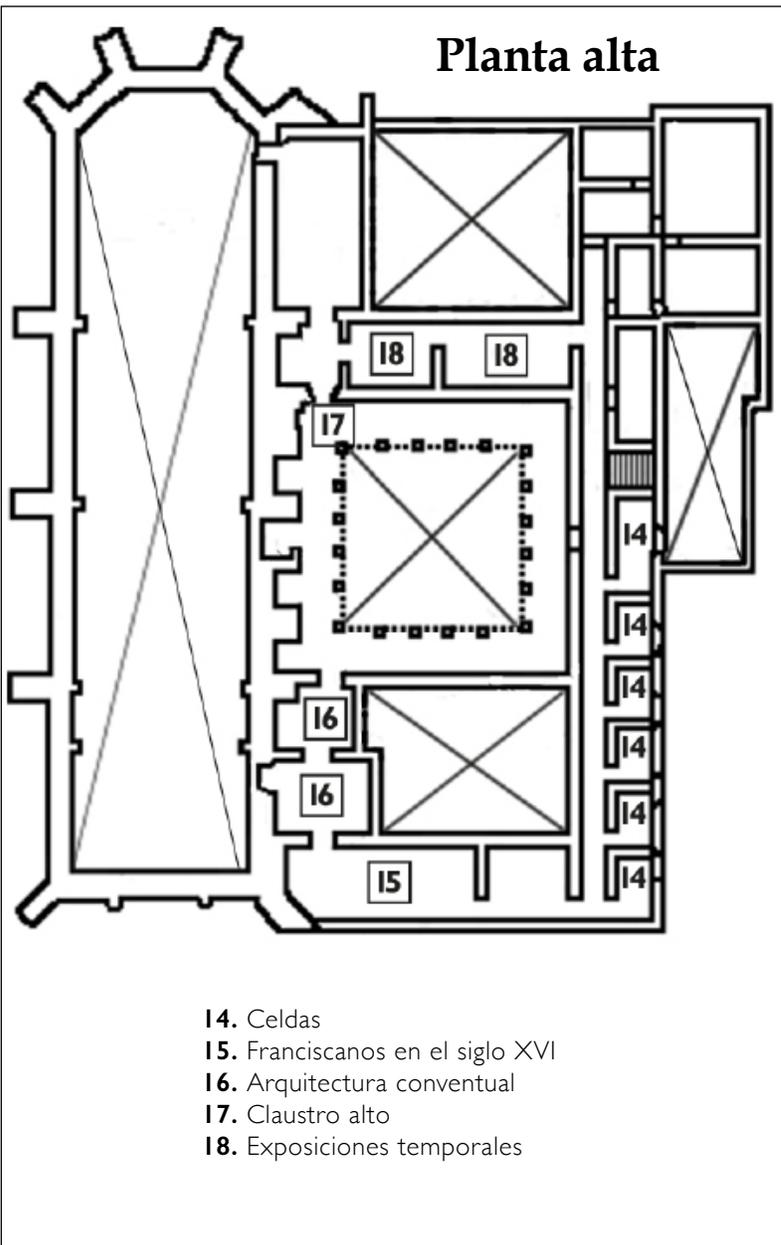


Figura 1.13. Mapa del recorrido de la planta baja del Museo de la Evangelización.

## Planta alta



- 14. Celdas
- 15. Franciscanos en el siglo XVI
- 16. Arquitectura conventual
- 17. Claustro alto
- 18. Exposiciones temporales

Figura 1.14. Mapa del recorrido de la planta alta del Museo de la Evangelización.

Conserva pintura mural con representaciones de santos y santas, y la escena del lavatorio. Destaca la imagen de los doce primeros franciscanos que llegaron a la Nueva España, plasmados sobre una de las puertas, acompañados de sus nombres.

De regreso al claustro bajo y dirigiéndose al refectorio, una escalera conduce a seis celdas ambientadas (véase figura 1.14). En el cubo de la escalera, que es pequeño y sencillo, se exhibe un óleo de la Virgen de Guadalupe.

En las celdas se observan esculturas, pinturas y mobiliario de madera: un camastro, una mesa con silla y un pequeño armario. Además de óleos de la Pasión de Cristo y retratos de santos.

Cada una de las celdas se diferencia por la escultura que exhiben: el señor del perdón, el señor de las tres caídas, el niño Jesús y dos crucifijos.

En el corredor de las celdas se exhiben óleos de escenas de la Pasión de Cristo, retratos de Vírgenes y monjas místicas.

Al final de este pasillo se encuentran las salas que abordan algunos aspectos de las actividades que realizó la orden franciscana en el siglo XVI, sobre todo entre 1523 y 1570 en nuestro territorio, a través de citas textuales de los escritos de los propios frailes.

También se explica la historia de Huejotzingo desde la época prehispánica, cuando era centro administrativo y religioso, y hasta la evangelización de la zona. Temas como alianzas y guerras que hubo entre mexicas, cholultecas, tlaxcaltecas y huexotzincas; y la posterior unión entre estos dos últimos pueblos y los españoles para conquistar Tenochtitlan.

Además de la historia luego de la conquista, como la llegada de los 12 primeros franciscanos en 1524, que se dividieron para fundar monasterios en México, Texcoco, Tlaxcala y Huejotzingo, éste último construido en 1529 a cargo de fray Juan de Alameda.

Por medio de fotografías y diagramas, se explican algunas soluciones arquitectónicas para usar los espacios durante la evangelización, como las capillas

abiertas o las capillas posas. Otros detalles arquitectónicos, como fachadas y atrios, se observan a través de fotografías de otros ex conventos franciscanos del siglo XVI.

Al salir al claustro alto, el muro que da a la iglesia posee cuatro nichos decorados con pintura mural, igual que en la parte baja. Al asomarse por los arcos, en la parte alta del ex convento, se pueden observar dos relojes de sol.



Figura 1.15. Claustro del ex convento de San Miguel de Huejotzingo.

La última sala de información histórica se muestra un mapa de la división de provincias para la predicación de las órdenes y las estrategias de evangelización. En espacio existe una ventana a través de la cual se puede ver el retablo del altar principal de la iglesia.

En estas salas de información histórica también se exhiben esculturas talladas en madera policromada y estofada, que representa a santos, apóstoles, frailes y a la Virgen.

Después de cruzar la sala de exposiciones temporales, se llega a la escalera. Ya en la planta baja, la siguiente sala es la cocina. En esta área, que se comunicaba con el frigorífico y la panadería, se observa una enorme chimenea, mobiliario propio de una cocina y un óleo del santo franciscano Pascual Bailón, patrón de los cocineros. En la sala del fondo, se exponen cuatro momias y un cráneo.

De regreso por la cocina se encuentra el refectorio (comedor), ambientado con mesas, sillas y vajilla de talavera; además de óleos que narran la vida y actividades de los frailes. La última sala exhibe óleos de diversas temáticas, como las representaciones de ánimas del purgatorio.

El recorrido concluye afuera del museo, en el atrio de la iglesia, en donde se encuentran cuatro capillas posas que se utilizaban durante Semana Santa y para la catequización de los indígenas.

El ex convento de Huejotzingo es de los pocos que conservan sus cuatro capillas posas, las cuales se ubican en cada esquina del atrio. Estas construcciones, que datan de 1550, están dedicadas a la Asunción, a San Juan Bautista, a San Pedro y San Pablo, y a Santiago.

### Contexto histórico y contemporáneo

Antes de la llegada de los evangelizadores, Huejotzingo era un poblado indígena que se unió a los tlaxcaltecas en la batalla de conquista, iniciando con la matanza de los cholultecas. Por ser enemigos de los mexicas y aliados de los españoles, Huejotzingo fue de los primeros poblados en ser evangelizados.

La construcción inicial del convento se realizó entre 1524 y 1529, que ya no existe. En 1529, fray Juan de Alameda traslada a las poblaciones prehispánicas de las barrancas cercanas al volcán Iztaccíhuatl hacia el actual centro de Huejotzingo y en donde se volvió a edificar el monasterio (Museo de la Evangelización, 2014 y 2015).



**Figura 1.16.** Ex Colegio de Propaganda Fide de Nuestra Señora de Guadalupe, actual sede del Museo de Guadalupe.

El ex convento amurallado está conformado por un extenso atrio, claustro (véase figura 1.15), capillas posas, el huerto y la iglesia que permanece abierta al culto.

Uno de los métodos para evangelizar fueron las imágenes, que se reproducían en lienzos y en muros de las construcciones religiosas.

La pintura mural del ex convento de Huejotzingo, elaborada al fresco, describe pasajes bíblicos y las procesiones de Semana Santa, además muestra santos franciscanos y a los mismos frailes que habitaron este lugar.

En 1981 iniciaron los trabajos de restauración del inmueble y en 1985 se inauguró el **Museo de la Evangelización**, a cargo del INAH.

En 1994, la UNESCO incluyó en la lista de Patrimonio de la Humanidad a los Primeros monasterios del siglo XVI en las laderas del Popocatepetl, conformados por 14 ex conventos de Puebla y Morelos.

La UNESCO explica que esta distinción se les otorgó porque “estos edificios son representativos del modelo arquitectónico adoptado por los primeros misioneros – franciscanos, dominicos y agustinos– que evangelizaron a las poblaciones indígenas en el siglo XVI.

De acuerdo a la UNESCO (sf): “Son también un ejemplo de una nueva visión de la arquitectura,

en la que los espacios abiertos cobran una nueva importancia. Ese modelo ejerció una gran influencia en todo el territorio de México y más allá de sus fronteras”.

### 1.5. Museo de Guadalupe

A seis kilómetros de la capital zacatecana se localiza el **Museo de Guadalupe**, ubicado en el ex Colegio de Propaganda Fide de Nuestra Señora de Guadalupe, fundado a principios del siglo XVIII y declarado en 2010 como Patrimonio de la Humanidad dentro de la Ruta del Camino Real de Tierra Adentro por la UNESCO (véase figura 1.16).

Cuenta con 27 salas de exposición permanente, divididas en salas históricas y la pinacoteca. Las históricas incluyen la portería, la biblioteca conventual, el coro y áreas decoradas con óleos que abarcan casi todo el muro: claustro de San Francisco, escalera regia y claustro de la Pasión.

Mientras que las salas de la Pinacoteca están conformadas por obras virreinales de artistas como Cristóbal de Villalpando, Miguel Cabrera, Antonio de Torres y Gabriel José Ovalle. Además, se explica el estilo barroco en el arte de la época y las técnicas y materiales utilizados por los grupos gremiales de escultores y pintores del siglo XVII.

Entre sus pasillos, escaleras y diversos espacios, el museo exhibe pinturas, esculturas, arte plumario y más de 8,000 libros, todo este acervo data de los siglos XVI al XIX.

Cuenta con librería, tienda del INAH, ludoteca, auditorio y biblioteca, conformada por un amplio acervo principalmente virreinal y un fondo especial de fotografías de la ruta del Camino Real de Tierra Adentro.

El museo ofrece audio guías, visitas guiadas, talleres, actividades educativas, conferencias, presentaciones de libros y exposiciones temporales. Su actividad cultural más destacada es el Festival Barroco, que dura alrededor de una semana e incluye conferencias, exposiciones

temporales, charlas gastronómicas, recorridos especiales, teatro, talleres y conciertos.

Los servicios de accesibilidad que se observan en el museo y que se dan a conocer a través de sus distintos medios de comunicación son: audio guías, elevador y sillas de descanso. Como parte del Programa integral de accesibilidad se instalaron rampas fijas y semifijas, pavimentos firmes y antiderrapantes, cajones de estacionamiento y señalización visual y simbólica. Además la entrada es gratuita los domingos, y entre semana el acceso es libre a estudiantes, maestros, personas de la tercera edad, personas con discapacidad, menores de 13 años, mayores de 60 años y jubilados.

### Recorrido por el museo

Luego de atravesar el patio externo y un pasillo introductorio, el recorrido inicia en la *Portería* que era la entrada al colegio (véase figura 1.18), aquí se muestran óleos de los fundadores del colegio de Guadalupe y de la Virgen del Refugio de los Pecadores.

Enseguida se entra al Claustro de San Francisco, que exhibe 26 óleos de gran formato que narran la vida y milagros de este santo. El claustro es uno de los espacios en los que más se puede apreciar la arquitectura del ex colegio, como sus pasillos, arcos y uno de sus patios (véase figura 1.17).

La Celda conventual narra visualmente cómo pudieron ser las habitaciones de los franciscanos que vivieron en el colegio; con una cama, silla y pequeña mesa de madera.

Posteriormente uno sube por la llamada Escalera regia, una de las más majestuosas en la América virreinal. Está decorada por óleos de tamaño monumental, el patrocinio de la Virgen de Guadalupe sobre los franciscanos, la Virgen del apocalipsis y el arcángel Gabriel luchando contra un demonio de múltiples cabezas; y una alegoría de la iglesia triunfante.

Al llegar a la planta alta, el recorrido se divide en dos. La visita de las salas históricas continúa a la izquierda, en la Celda del guardián (véase figura 1.19). Aquí se detallan las labores del guardián del colegio, que con ayuda de los padres dirigía el lugar:

Inmediatamente después, sigue el Pasillo de los Mártires del Japón, con pinturas de las torturas sufridas por los franciscanos que tuvieron la encomienda de evangelizar esas tierras.

Al final del pasillo, la Biblioteca conventual deslumbra con la exhibición de más de 8,000 volúmenes novohispanos, de teología, vida de los santos, derecho, matemáticas y literatura.

Unas pequeñas escaleras conducen al coro del Templo de Guadalupe y al coro de la Capilla de Nápoles. En el primero destaca la sillería en madera de dos niveles, decorada con motivos marianos y la escultura en tamaño natural de San Francisco de Asís. Este espacio tiene lienzos trabajados ex profeso para el coro.



Figura 1.17. Claustro del ex colegio de Propaganda Fide.

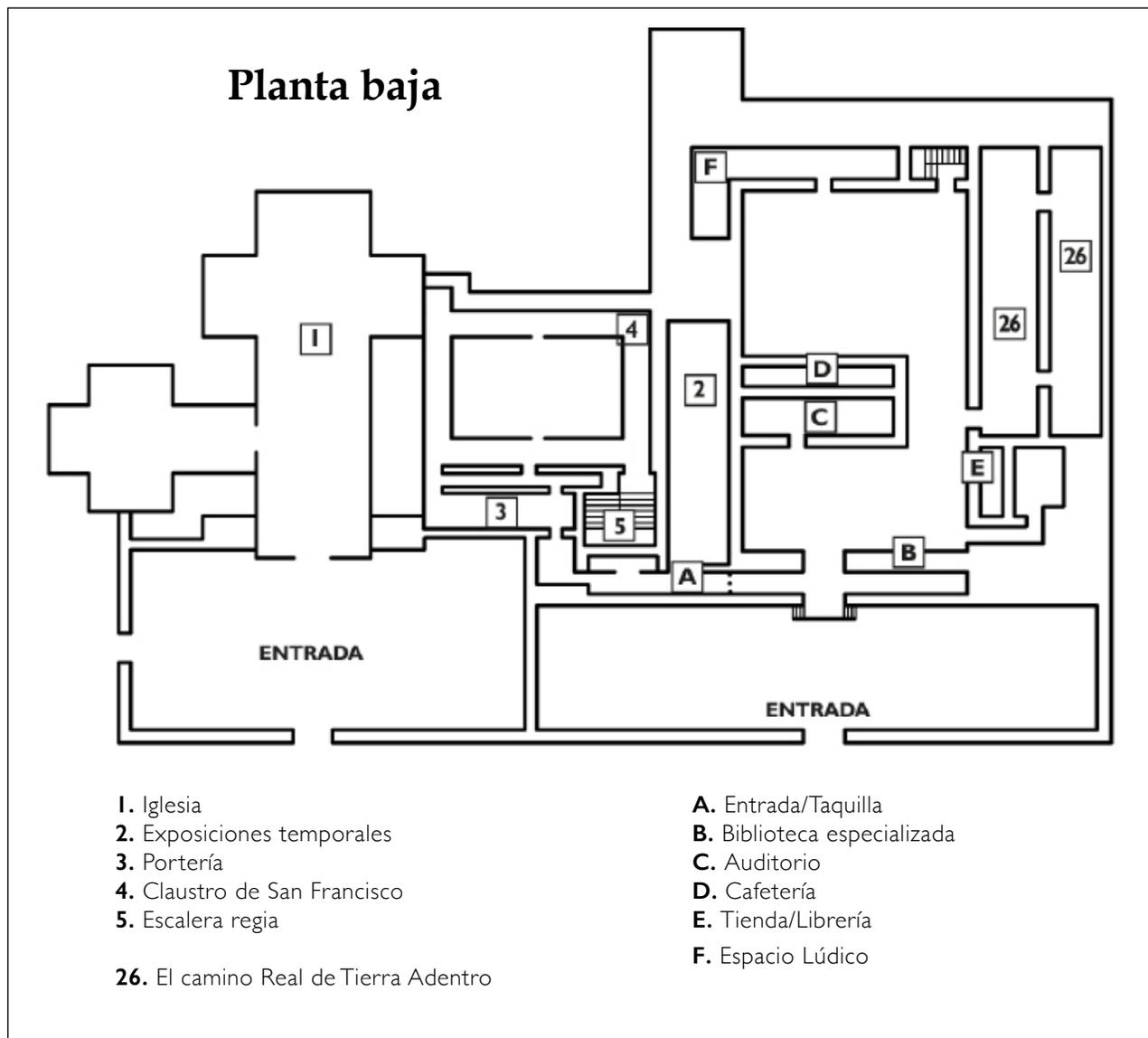


Figura 1.18. Mapa del recorrido de la planta baja del Museo de Guadalupe.

Al bajar, la siguiente sala es el *Claustro de la Pasión*, en cuyos pasillos se aprecian 29 óleos de gran formato de escenas bíblicas relacionadas con la vida de Cristo, como el Domingo de Ramos, el Viacrucis o el Santo Sepulcro.

En las celdas de este claustro se encuentran las salas de *Teología* y *Filosofía*, que explican que estas disciplinas eran parte de la educación de los frailes, así como arte y gramática.

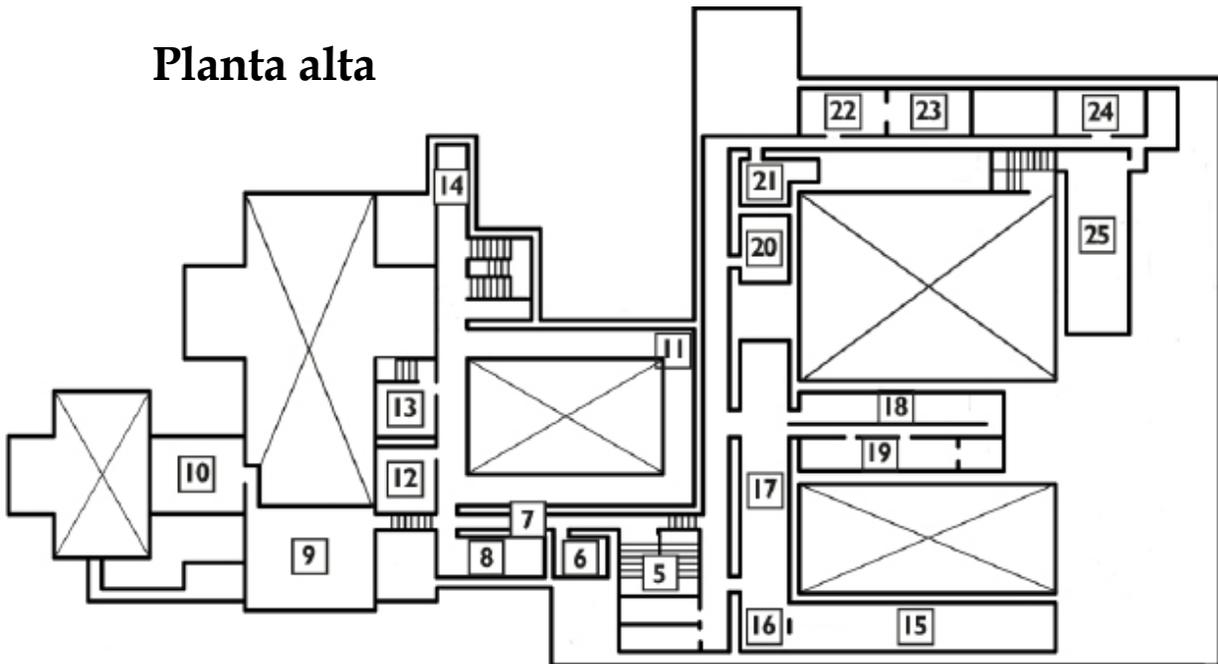
También se exhiben retratos de importantes teólogos, como San Agustín o Santo Tomás de Aquino. Además, desde este espacio se observa el altar del Templo de Guadalupe, utilizada por los enfermos o ancianos para asistir a misa.

Por ello, es que se muestran algunos frascos ocupados en la enfermería.

Al fondo del claustro de la pasión se ubica la sala de *Misioneros y habitantes del colegio de Guadalupe*. Aquí se habla de las misiones que tuvieron los franciscanos en el norte del territorio y se muestran sus rutas en un mapa. Además, muestra una banca con los escudos de siete de las ordenes novohispana, que incluye la explicación de su iconografía, y retratos de algunos franciscanos durante sus misiones.

Después hay que regresar a la escalera regia para continuar el recorrido por la última sala histórica, la *Ex biblioteca*, ubicada en el tercer

## Planta alta



- |  |  |
|--|--|
| <b>6.</b> Celda de Guardían                    | <b>16.</b> Cristóbal de Villalpando                      |
| <b>7.</b> Pasillo de los Mártires del Japón    | <b>17.</b> Gabriel José de Ovalle: La Pasión de Cristo   |
| <b>8.</b> Biblioteca conventual                | <b>18.</b> Devociones novohispanas                       |
| <b>9.</b> Coro del Templo de Guadalupe         | <b>19.</b> Antonio de Torres: La vida de la Virgen María |
| <b>10.</b> Coro de la Capilla de Nápoles       | <b>20.</b> Miguel Cabrera: La vida de la Virgen María    |
| <b>11.</b> Claustro de la Pasión de Cristo     | <b>21.</b> Arte conventual                               |
| <b>12.</b> Salón de Teología                   | <b>22.</b> Técnicas y materiales del arte novohispano    |
| <b>13.</b> Salón de Filosofía                  | <b>23.</b> Advocaciones marianas                         |
| <b>14.</b> Misioneros y habitantes del colegio | <b>24.</b> Capilla de la enfermería                      |
| <b>15.</b> Una mirada al barroco               | <b>25.</b> Manuel Pastrana y el romanticismo mexicano    |

Figura 1.19. Mapa del recorrido de la planta alta del Museo de Guadalupe.

piso del inmueble para estar lejos del ruido de los habitantes del colegio. Actualmente exhibe tres lienzos que se encontraban en el *Refectorio* (comedor), dos pasajes de la vida de Jesús y una alegoría de la Virgen del Refugio.

Las salas de la Pinacoteca inician con *Una mirada al barroco*, en donde se explica el barroco como un estilo que cambió la vida y artes novohispanas. Además, se muestran esculturas, pinturas y un libro de coro con influencias y modelos europeos, pero con un toque surgido de la propia Nueva España.

En la sala *Cristóbal de Villalpando* se pueden ver cuatro alegorías de este prolífico pintor novohispano del siglo XVII, que elaboró óleos para las órdenes religiosas de la Nueva España, como los dominicos, franciscanos, jesuitas y carmelitas

La sala *Gabriel José de Ovalle: La Pasión de Cristo*, como su nombre lo dice, expone una serie de 15 óleos sobre tela que describen este pasaje bíblico, realizados por el pintor novohispano para los franciscanos de Propaganda Fide.

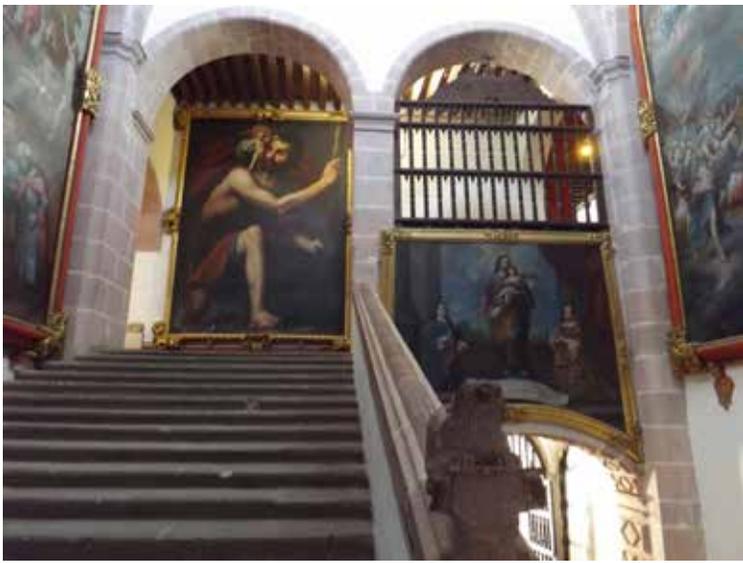


Figura 1.20. Escalera Regia, decorada con óleos de gran formato.

El área dedicada a *Devociones Novohispanas* expone óleos de hombres y mujeres santos (algunos considerados doctores de la iglesia por ser eruditos y maestros de fe), que se utilizaban como modelo a seguir por la sociedad novohispana. Cada retrato se distingue por la vestimenta y atributos particulares de cada personaje.

La sala *Antonio de Torres: La vida de la Virgen María* está compuesta por una serie de 15 lienzos que muestran las diversas facetas de la vida de la madre de Jesús.

Este pintor se caracteriza por la dulzura de los rostros de sus personajes, la intensidad de los colores utilizados y por incluir elementos singulares en la composición de sus cuadros.

*Miguel Cabrera: La vida de la Virgen María*, otra de las salas del museo dedicadas a uno de los pintores más importantes de la Nueva España, está compuesta por una serie de 14 óleos que narran la vida de la Virgen María y que originalmente formaban parte de un retablo.

Un pasillo lleva a un cuadro de la Virgen de Guadalupe y al doblar la esquina se encuentran las salas de *Arte Conventual* y de *Técnicas y materiales del arte novohispano*, en las cuales se detallan los procesos del trabajo gremial de escultores y pintores del siglo XVII.

En *Advocaciones marianas* se encuentran óleos que representan las diversas facetas de la Virgen

María, dependiendo de la etapa de vida o muerte de Jesús o del lugar en el que se le venera.

Un largo pasillo conduce a la *Capilla de la enfermería*, que era parte de los servicios de salud para los franciscanos del colegio y estaba dedicada a San Antonio de Padua. En su lugar original se conservan los lienzos de la vida de este santo y de tres de las apariciones de la Virgen de Guadalupe. Además de cuatros con escenas de advocaciones marianas.

Posteriormente se encuentra la sala *Manuel Pastrana y el Romanticismo Mexicano*, que resguarda y exhibe la más grande colección de obras de este pintor zacatecano, que estudió en la Academia de San Carlos a finales del siglo XIX.

*El camino Real de Tierra Adentro*, la última sala del recorrido, se ubica en la planta baja, pasando la Ludoteca y el patio de los aljibes. Aquí se habla de esta ruta histórica de 2,600 kilómetros de extensión y que servía para el comercio y las comunicaciones; además de la historia del transporte en el siglo XIX. Por ello, exhibe carruajes, un tranvía y carretas antiguas.

### Contexto histórico y contemporáneo

El colegio se construyó en los primeros años del siglo XVIII en la Huerta de Melgar, llamado así por el propietario que donó el terreno en 1674, en el cual yacía una ermita dedicada a la Virgen del Carmen. Dos años después se concedió el permiso de edificar un santuario a la Virgen de Guadalupe y una hospedería para los frailes que viajaban al norte del territorio (Coordinación Nacional de Difusión, 2014).

El Colegio Apostólico de Propaganda Fide de Nuestra Señora de Guadalupe fue fundado el 12 de enero de 1707 por fray Antonio Margil de Jesús, con donaciones de ricos hacendados de la zona y ayuda del ayuntamiento de Zacatecas.

En este espacio que originalmente tuvo una extensión de 25 kilómetros cuadrados, se preparaba a los frailes franciscanos, incluyendo

criollos y mestizos, que tenían la misión de evangelizar el norte del territorio, como Coahuila, Tamaulipas, Texas y Luisiana.

En el Colegio de Guadalupe habitaban 30 frailes, aunque el colegio contaba con 69 celdas (habitaciones). Los franciscanos que estudiaban para posteriormente evangelizar el norte, tenían que prepararse mínimo dos años dentro del colegio. Las clases incluían teología, filosofía, arte y gramática.

En 1767, luego de la expulsión de los jesuitas, los franciscanos de este colegio se quedaron con 15 misiones de la sierra Tarahumara.

En 1859, a raíz de las Leyes de Reforma, los franciscanos fueron desalojados del inmueble y éste pasó a ser propiedad del Gobierno de Zacatecas. Tuvo diferentes usos, como vecindad, caballerizas y fábrica de cerillos. Años más tarde, algunos franciscanos ocuparon los claustros.

Para 1862, una parte del inmueble se destinó a la escuela de artes y oficios de Guadalupe, por iniciativa de las autoridades municipales. En 1878 funcionó como hospicio para niños y a la par, desde 1881 fue asilo de niños. En 1908 se eliminaron los colegios de propaganda Fide y la mayor parte del inmueble estuvo cerrada durante años.

El Museo de antigüedades del ex convento de Guadalupe abrió en 1917 y su primer director fue el pintor Manuel Pastrana. Éste fue el primer museo de Zacatecas. Para 1939, el inmueble fue declarado monumento nacional y pasó a manos del recién creado Instituto Nacional de Antropología e Historia. El asilo de niños cerró en 1934 y el hospicio en 1971. Desde 1953 ese espacio es ocupado por el seminario.

En 2010, la ruta histórica Camino Real de Tierra Adentro fue declarada como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO y la sede del Museo de Guadalupe fue uno de los puntos de este camino novohispano de 2,600 kilómetros de extensión (del norte de la Ciudad de México hasta Texas y Nuevo México), utilizado para el comercio y la evangelización (Museo de Guadalupe, 2016 y 2016).

En julio de 2012, el museo recibió la visita diplomática de los reyes de España, Felipe VI y Letizia Ortiz, acompañados por el presidente Enrique Peña Nieto y su esposa; con la guía de la directora del INAH, María Teresa Franco.

## 1.6. Museo Nacional del Virreinato

El mayor atractivo cultural y turístico del Pueblo Mágico de Tepetzotlán, en el norte del Estado de México, es el **Museo Nacional del Virreinato**, con sede en el antiguo Colegio de San Francisco Javier, construido de 1580 a 1767 (Museo Nacional del Virreinato, 2015 y 2016).

Se estima que visitar el museo requiere de al menos una hora y 30 minutos para recorrerlo completo, ya que está compuesto por tres pisos, más de 20 espacios originales y salas de exposiciones permanentes y temporales.



Figura 1.21. Antigua Templo de San Francisco Javier, cerrado al culto y abierto a la visita pública.

## Planta de acceso



México Virreinal  
1. Conquista

Templo de San Francisco  
2. Casa de Loreto  
3. Camarín de la Virgen

México Virreinal  
4. Primera Sociedad virreinal  
5. Integración de la Nueva España  
6. Las reformas Borbónicas y la crisis de la sociedad virreinal

7.- Biblioteca antigua

Oriente en Nueva España  
8. Marfiles  
9. Porcelanas  
10. Taraceas

11. Capilla doméstica  
12. Patio de Aljibes  
13. Botica

Figura 1.22. Mapa del recorrido de la planta de acceso del Museo Nacional del Virreinato.

El museo resguarda casi 34,000 piezas de los siglos XVI al XIX, entre pintura, escultura, gráfica, artes decorativas, libros e instrumentos musicales.

El recinto y sus salas expositivas se dividen en dos principales temáticas: el museo de sitio, que explica la historia de la Compañía de Jesús y la evolución constructiva del edificio; y el museo

histórico, que se enfoca en la historia del México Virreinal, desde la llegada de los españoles en el siglo XVI y hasta las reformas borbónicas en el siglo XVIII.

Además de las exposiciones permanentes: *Monjas coronadas. Vida conventual femenina*, *Artes y oficios de la Nueva España*, y *Oriente en*

## Planta baja

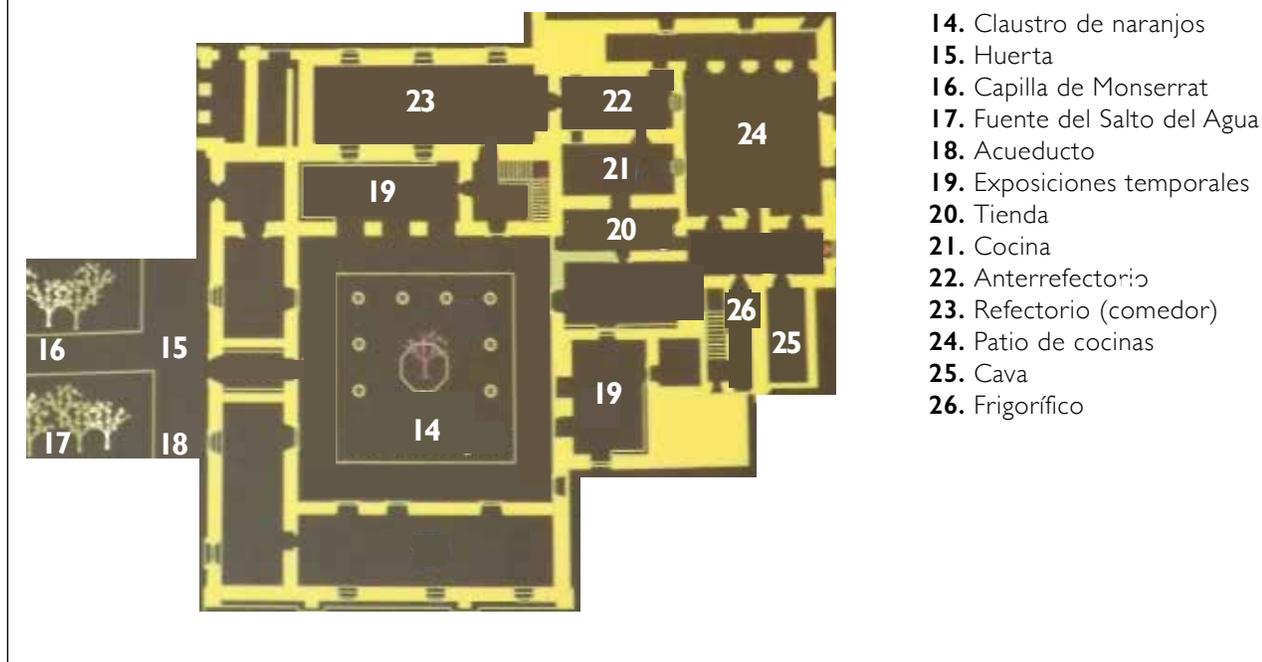


Figura 1.23. Mapa del recorrido de la planta baja del Museo Nacional del Virreinato.

la Nueva España. Cuenta con Biblioteca de consulta para público general y biblioteca antigua de consulta para especialistas, Librería Educal y Hostería (restaurante).

El museo realiza diversas actividades culturales, académicas y artísticas, como conciertos, obras de teatro, talleres, exposiciones temporales, seminarios, conferencias, cursos y Noche de Museos. También ofrece visitas guiadas, especiales y nocturnas, asesorías de Servicios Educativos a estudiantes (de primaria, secundaria y bachillerato) y asesorías académicas (a tesis de licenciatura y posgrado).

Los servicios de accesibilidad que se observan en este museo y que se dan a conocer a través de sus distintos medios de comunicación son: préstamo de sillas de ruedas, sillas de descanso, audio guías de renta, rampas, réplicas táctiles de obras pictóricas y cédulas en Braille. Además de la implementación del Programa integral de accesibilidad, que incluye la adecuación de espacios para personas discapacitadas y el uso de nuevas tecnologías para atender a personas con discapacidad motriz, auditiva, visual y del lenguaje; y la puesta en marcha del Programa de visitas bilingües para personas sordas y oyentes. También entrada gratuita dominical y entre semana acceso libre a estudiantes, maestros, personas de la tercera edad, personas con discapacidad y menores de 13 años, mayores de 60 años y jubilados.

### Recorrido por el museo

La entrada al museo es por la antigua portería del colegio, que conserva pintura y decoración mural. Se encuentra en el atrio de los olivos, entre la hostería y la Parroquia San Pedro Apóstol abierta al culto; no el Templo de San Francisco Javier, que solo se puede visitar dentro del museo.

Al entrar, veintidós óleos de Cristóbal de Villalpando reciben al visitante en el Claustro de Aljibes, en ellos se narra la vida de San Ignacio de Loyola. El primer corredor de este claustro bajo conduce a las veintidós salas que conforman la temática *El México colonial*, que se divide en *Conquista*, *Primera Sociedad Virreinal*, *Integración de la Nueva España*, *Reforma Borbónica* y *Crisis de la Sociedad Virreinal*, y *Vida cotidiana*.

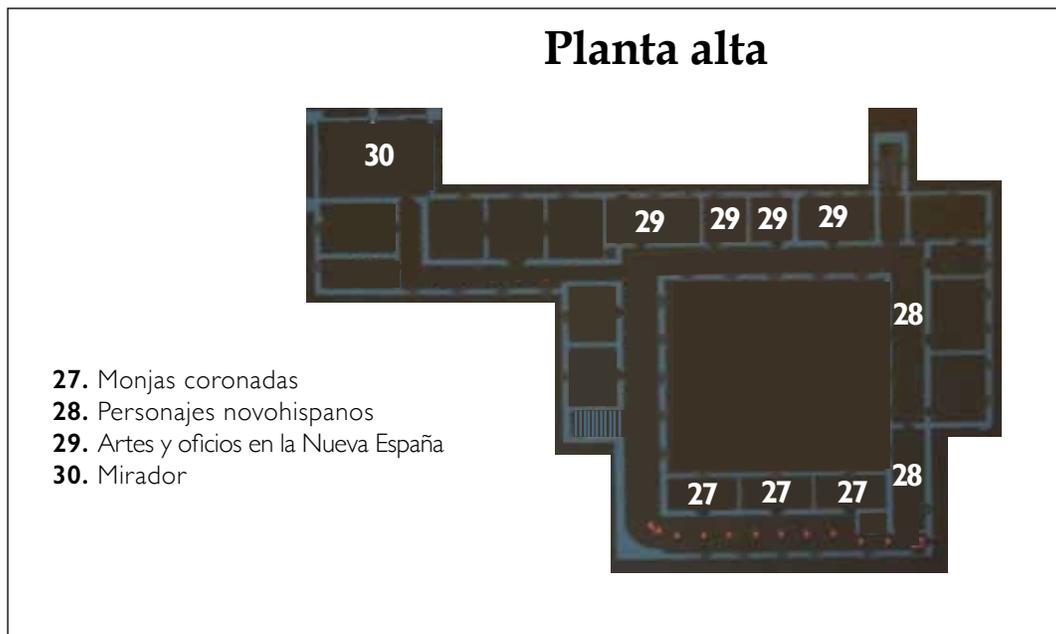


Figura 1.24. Mapa del recorrido de la planta alta del Museo Nacional del Virreinato.

En las áreas de introducción, correspondientes a la Conquista, se explica el contexto y distribución de los grupos prehispánicos, con piezas arqueológicas, ilustraciones, imágenes de códices y mapas.

Además de objetos de navegación, réplicas en miniatura de embarcaciones españolas e historias de naufragos y expediciones antes de la Conquista. Contexto de guerra de mexicas y españoles, a través de armaduras y armas de cada bando, y mapas del avance de los conquistadores y del territorio mexicana.

Al final del pasillo, al salir de las primeras salas, se ubican las escaleras que conducen al Templo de San Francisco Javier; ahora cerrado al culto, pero abierto para la contemplación de sus retablos del siglo XVIII. En ocasiones es escenario de conciertos corales y de órgano (véase figura 1.22).

De regreso en el recorrido, continúan las salas del *México Virreinal*, enfocadas a la *Primera Sociedad Virreinal*, que aborda aspectos la explotación de recursos, como la minería, cultivos y ganado, que se ejemplifican con objetos de la época.

Y la *Conquista espiritual*, que se explica a través del proceso de evangelización, la enseñanza de artes y oficios que los frailes inculcaron a los

indígenas y la mano de obra que representaron para la construcción de conjuntos conventuales.

Pasando la maqueta del antiguo colegio jesuita y al rodear el claustro alto de los naranjos, se localiza la sala *Oriente en la Nueva España*, en donde se habla del comercio proveniente de Japón, China, Filipinas, India y Medio Oriente, principalmente de marfil, porcelana, taracea y “enconchados”.

Inmediatamente después yace casi intacta la biblioteca antigua, con un curioso aviso que indica que aquella persona que extrajera algún libro de ésta sería ex comulgado. Actualmente resguarda más de tres mil volúmenes provenientes de éste y otros fondos conventuales.

Es momento de bajar por las escaleras, rumbo al patio de naranjos, en cuya fuente se pueden pedir deseos. En esta área también se ubican las salas de exposiciones temporales y el acceso a la Huerta (véase figura 1.23).

Los caminos empedrados de la huerta llevan a recorrerla por completo, desde la zona utilizada para talleres y obras de teatro, pasando por la Capilla de Monserrat del siglo XVIII y hasta la fuente original del Salto del Agua, que se ubicaba en la Ciudad de México.

Nuevamente se pasa por el patio de naranjos y antes de subir se encuentra la tienda del museo, con libros, revistas y diversos artículos. Cruzando la tienda, está la recreación histórica de la cocina y el refectorio, espacio originalmente utilizado como comedor y ahora como zona de conferencias y/o de restauración que el público puede observar desde el anterrefectorio.

El patio de cocinas conserva la fuente que abastecía de agua a la cocina y que provenía de un manantial cercano. Aquí mismo se observa un reloj de sol. De vuelta en el interior, las recreaciones históricas de la cava y el frigorífico.

La escalera más próxima guía a la Capilla doméstica o de novicios, construida en 1604 y remodelada en el siglo XVIII. Destaca su retablo estilo barroco y la bóveda decorada con yesería policromada y los escudos de las primeras órdenes religiosas que llegaron al nuevo territorio (Véase figura 1.25).

Al salir de la Capilla doméstica, la escalera de enfrente conduce a la planta alta, en donde se ubican las salas de *Monjas coronadas*, *Artes y oficios en la Nueva España*, y *Personajes novohispanos*, además del mirador (véase figura 1.24).

En *Monjas coronadas* se muestra la vida conventual femenina, organización interna, vestimenta, rituales relacionados a su profesión y muerte, experiencias místicas, arte culinario y educación dentro de los conventos novohispanos. Además de objetos e información en braille.

La sala *Artes y oficios en la Nueva España* explica los distintos gremios o agrupaciones de trabajadores de un mismo oficio, con mayor énfasis en los pintores, loceros y escultores e impresores. En *Personajes Novohispanos*, una serie de retratos muestra a los personajes destacados de la época, divididos en: jerarquía eclesiástica, sociedad y gobierno; así como las distintas labores que desempeñaban.

Finalmente, un largo pasillo se dirige al mirador, que ofrece un amplio panorama de la parte sur de Tepotzotlán e incluso, si está despejado, se puede ver la Sierra de Guadalupe, ubicada en la intersección de los municipios mexiquenses de Ecatepec, Coacalco, Tultitlán y Tlalnepantla, y de la delegación Álvaro Obregón, de la Ciudad de México.

Al bajar, antes de salir del museo, queda por ver la Botica y el patio de enfermería, cuya bóveda conserva pintura mural que representa escenas alusivas a la medicina y los santos patronos de la misma.

### Contexto histórico y contemporáneo

El Colegio de San Francisco Javier, fundado en 1586, fue el noviciado de los jesuitas en la Nueva España. Aquí los jóvenes estudiaban para ingresar a la Compañía de Jesús, se les enseñaba filosofía, teología, letras clásicas y filosofía. También era ocupado por los padres como descanso a su regreso de las misiones en el norte del territorio (Museo Nacional del Virreinato, 2011).



Figura 1.25. Capilla doméstica, conserva el decorado original.



*Figura 1.26. Ex convento de San Agustín, actual sede del Museo Virreinal de Acolman.*

Asimismo, el inmueble albergaba al Seminario de San Martín, en donde los jesuitas brindaban educación de tres años a los niños indígenas de las principales familias de Tepotzotlán, les enseñaban a leer, hablar y escribir español, además de la doctrina cristiana. Algunos niños, los de mayores aptitudes, eran instruidos en la música, canto y gramática latina.

En el siglo XVIII, el colegio era uno de los centros educativos más importantes del virreinato y por ende tenía gran número de tierras, haciendas y ranchos.

La expulsión de los jesuitas de Tepotzotlán ocurrió la madrugada del 25 de junio de 1767, en mandato de la nueva política borbónica y por órdenes del rey Carlos III de España. Los jesuitas fueron arrestados y obligados a embarcarse hacia Europa.

En 1885, la Compañía de Jesús regresó a Tepotzotlán, pero el colegio nunca volvió a tener el esplendor de antaño. En 1877, el gobierno federal consideró transformar el ex colegio en cárcel, pero el entonces presidente Porfirio Díaz descartó el plan.

A mediados del siglo XX, en 1964 y por mandato presidencial de Adolfo López Mateos, en este inmueble fue inaugurado el Museo Nacional de Virreinato. En 2014, el Museo Nacional del Virreinato celebró su 50 aniversario.

## 1.7. Museo Virreinal de Acolman

El ex convento de San Agustín, sede del **Museo Virreinal de Acolman**, se ubica muy cerca de la Zona Arqueológica de Teotihuacán, en el Estado de México (véase figura 1.26).

En el inmueble colonial se puede apreciar pintura mural del siglo XVI, con representaciones de santos agustinos y pasajes de la Pasión de Cristo.

Actualmente, su guión museográfico se encuentra en proceso de reestructuración, por lo cual el inmueble permanece sin colección expuesta, sin embargo, el recinto se encuentra abierto al público.

Dentro del inmueble, además de su pintura mural y arquitectura, se pueden apreciar espacios como el portal de peregrinos, la cocina, el refectorio, la sala de Profundis, el claustro mayor y menor, las celdas, la capilla abierta y la tina de baño.

El museo presenta un programa fijo de actividades culturales anuales: aniversario del museo (marzo), Altar de Dolores (marzo-abril), Día Internacional de los Museos (mayo), exposición temporal con piezas del museo (julio), ofrenda de Día de Muertos (octubre-noviembre) y nacimientos (diciembre).

También organiza exposiciones temporales como alternativa de su reestructuración museográfica, es decir, por el momento no se exhibe el acervo del museo, sin embargo, algunas piezas se sacan de las bodegas para que los visitantes las puedan apreciar a través de exhibiciones temporales.

Los servicios de accesibilidad que se observan en el museo y que se dan a conocer a través de sus distintos medios de comunicación son: rampas y sillas de descanso. Además de entrada gratuita dominical y entre semana acceso libre a estudiantes, maestros, personas de la tercera edad, personas con discapacidad, menores de 13 años, mayores de 60 años y jubilados.

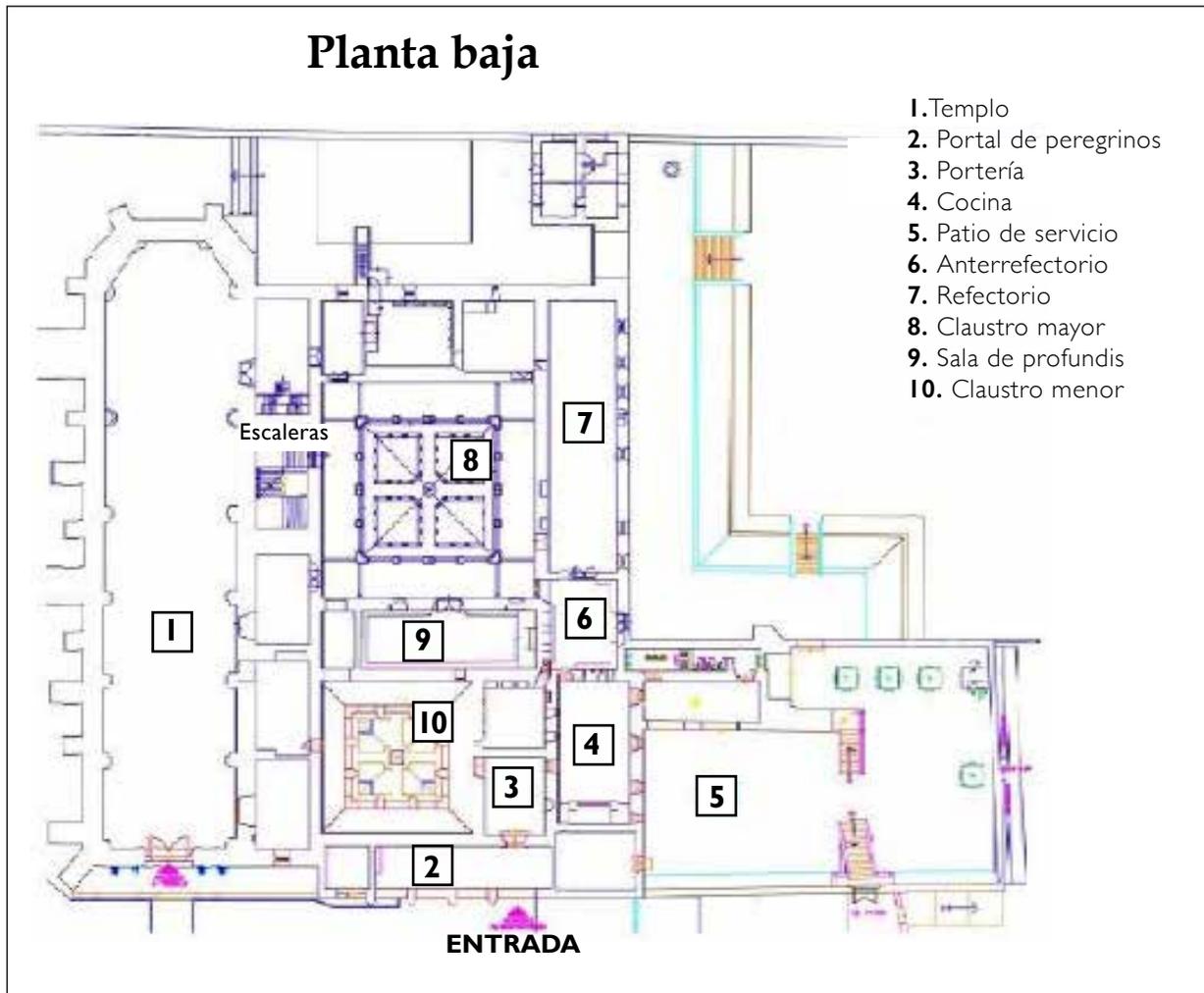


Figura 1.27. Mapa del recorrido de la planta baja del Museo Virreinal de Acolman.

### Recorrido por el museo

El acceso al museo se ubica en el portal de peregrinos, a un costado de la iglesia, dentro del atrio que está rodeado de una barda estilo fortaleza. La entrada es por la antigua portería, en donde se expone una maqueta del ex convento y el mapa del recorrido por el museo (véase figura 1.27).

La primera sala es la cocina que conserva la chimenea de mampostería, en donde con carbón se preparaban los alimentos utilizando los vegetales y legumbres del huerto del convento, y los animales que criaban los frailes (Museo Virreinal de Acolman, 2015 y 2016).

También se puede ver una pequeña ventana que conecta a la antigua bodega de alimentos, construida con piedra refractaria para mantener el espacio con una menor temperatura y así conservar fresca la comida. Además, se exhibe una réplica en miniatura de la fachada de la iglesia.

La siguiente sala del recorrido es el anterrefectorio (antecomedor), aquí se preparaban las porciones de comida para los frailes. Actualmente es un lugar oscuro en el que se exhibe la pieza del mes.

Posteriormente se ubica el refectorio (comedor), espacio en el cual se exhibía la mayoría de las obras del acervo, cuyo guión museográfico está en proceso de reestructuración. Por el momento, en esta área se montan las exposiciones temporales.

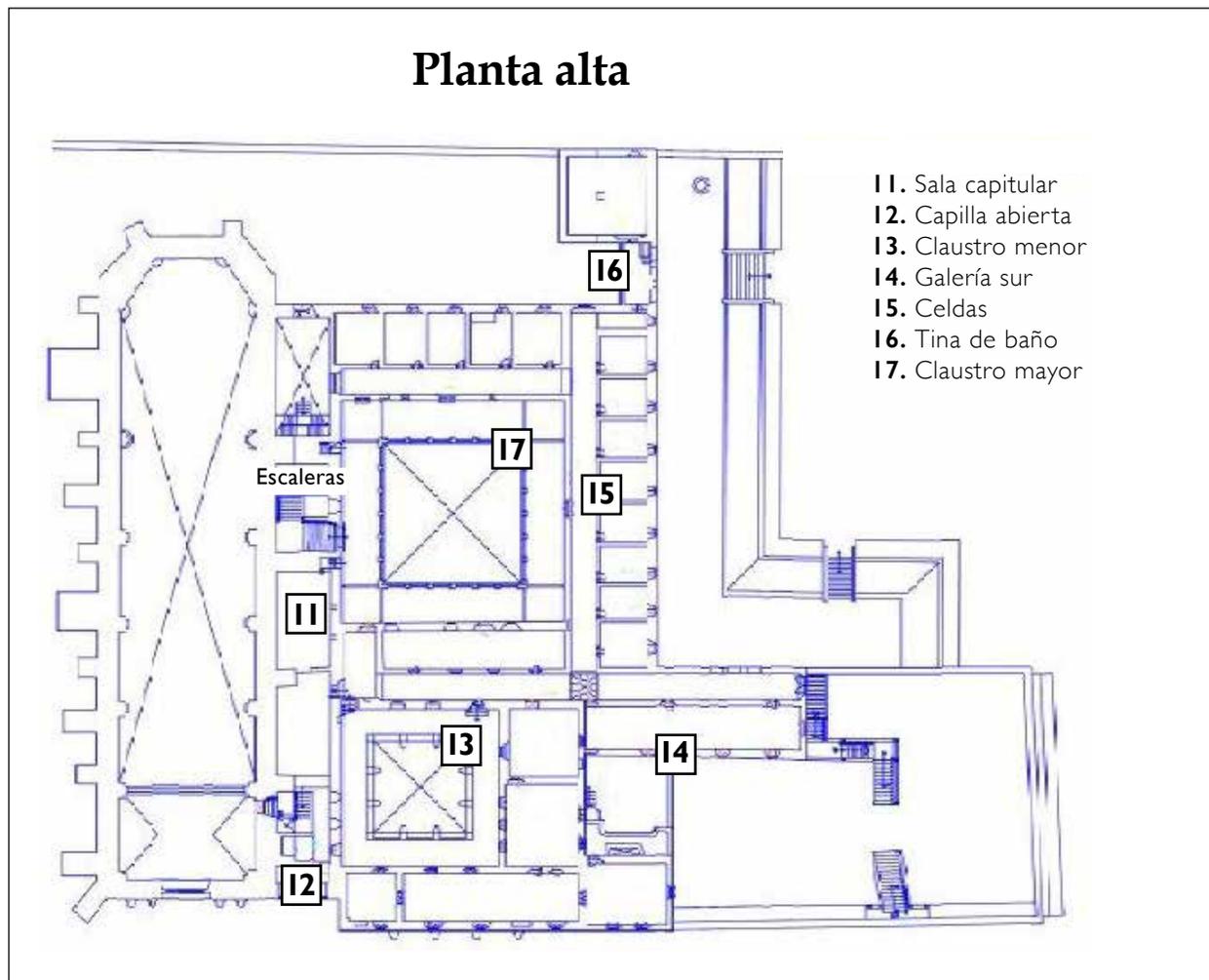


Figura 1.28. Mapa del recorrido de la planta alta del Museo Virreinal de Acolman.

El refectorio conserva pintura mural en la bóveda, se trata de un gran monograma con el nombre de Jesús y el artesanado, que son "reproducciones repetitivas de figuras geométricas y de querubines" (Museo Virreinal de Acolman, 2015 y 2016, sala refectorio)

En este espacio también se conserva un lavabo con restos de pintura mural, con la representación de dos ángeles. Además de una especie de púlpito que forma parte de la arquitectura del salón, desde el cual se leían las lecturas de doctrina religiosa durante la comida (Museo Virreinal de Acolman, 2015 y 2016).

Al cruzar la puerta, se llega al claustro mayor, con pequeños árboles frutales y un pozo en el centro. En los corredores se aprecian restos de

pintura mural policroma cerca del techo, con fitoformas en círculos, rostros de querubines, epigrafía que retoma algunos salmos y frases de la filosofía agustina. En la unión de cada arco exterior se observan relieves que decoran las juntas de la arquería, muchas hacen alusión a la Pasión de Cristo.

En el cubo de la escalera, que asciende en sentido contrario a las manecillas del reloj, se conserva pintura mural policroma, una virgen lactante del siglo XVIII y artesanado en la bóveda.

En la planta alta (véase figura 1.28), la primera área que se recorre es la *Sala Capitular*, utilizada para las exposiciones temporales. En esta habitación se llevaban a cabo las reuniones

de los responsables de cada convento de la región, llamadas Capítulos provinciales (como los de 1560 y 1605), durante los cuales se analizaban las estrategias de la evangelización de los indígenas (Museo Virreinal de Acolman, 2015 y 2016).

Un pequeño pasillo conduce a la capilla abierta, utilizada para oficiar las misas dirigidas al pueblo indígena, que no estaba acostumbrado al culto en espacios cerrados y que tampoco podía entrar a la iglesia por no estar aún bautizados.



*Figura 1.29. Claustro mayor, planta alta.*

La capilla abierta, ubicada en el segundo nivel, está dedicada a Santa Catalina de Siena, representada en una pintura mural del siglo XVI, en la cual se le ve coronada, con una espada y a sus pies la cabeza del emperador Maximino, enemigo de los primeros cristianos (Museo Virreinal de Acolman, 2015 y 2016). Actualmente, esta capilla abierta funciona como mirador hacia el atrio, el cual desempeñaba un papel muy importante en la Nueva España, pues era la versión cristiana de la plaza ceremonial prehispánica.

Regresando por el mismo pasillo, la siguiente área es el claustro menor visto desde la planta alta, desde donde se ve la piedra volcánica al descubierto y una cruz de piedra al centro del área abierta.

Después de un largo pasillo, se llega al corredor de las celdas, en donde todas están numeradas. La celda número 13 está ambientada como pudo haber estado durante su ocupación: una cama de madera, una silla y un baúl.

Al terminar el corredor de las celdas, se ubica la Sacristía vista desde la planta alta, el lugar en donde se preparaba el párroco y los oficiantes de las ceremonias litúrgicas. Aquí también se guardaban las vestimentas, ornamentos y artículos utilizados para la misa.

Dando la vuelta a la izquierda, se encuentra la salida a la planta alta del claustro mayor; decorada con epigrama que retoma algunos salmos y frases de la filosofía agustina, pintada muy cerca del techo (véase figura 1.29).

En cada esquina, la pintura mural narra escenas de la pasión de Cristo, como la flagelación, la coronación de espinas y la crucifixión; además del Juicio Final.

De vuelta en la planta baja, el claustro menor conserva pintura mural con representaciones de la Anunciación, la Epifanía, la Visitación y el Nacimiento. En el muro del pasillo poniente existe una inscripción y una marca a 1.27 metros, que indica el nivel que alcanzó la inundación del 18 de septiembre de 1925.

Finalmente, se encuentra la sala de profundis, lugar en el que se reunían los habitantes del convento para orar diariamente; además de ocuparse para velar a los frailes fallecidos. Esta sala se localiza junto a la cocina, punto en el que inició el recorrido del **Museo Virreinal de Acolman** (2015 y 2016).

## Contexto histórico y contemporáneo

La edificación del convento de San Agustín Acolman comenzó en 1540, a cargo de la orden agustina. El inmueble tuvo distintas etapas constructivas, que concluyeron en 1560.

Los agustinos abandonaron el convento entre 1753 y 1756, a causa de la secularización impuesta por la Corona española; el clero secular ocupó el edificio hasta principios del siglo XX (Museo Virreinal de Acolman, 2015 y 2016).

Desde el siglo XVII, el ex convento de San Agustín Acolman sufrió inundaciones a causa del desbordamiento del río San Juan y la presa del Rey, las más intensas se registraron en 1629, 1645 y 1762 (Museo Nacional del Virreinato, 2014).

El gobierno mexicano inició el rescate del inmueble en 1920, una de las fases fue el desazolve del lugar, el cual concluyó en 1950. Por decreto presidencial, el **Museo Virreinal de Acolman** fue inaugurado en 1921 y la exhibición de esculturas se encontraba en el segundo piso, que no fue alcanzado por las inundaciones previas. En 1933 se le decretó como monumento histórico.

Hasta 1992, el museo exhibió obra pictórica y escultórica religiosa cristiana, libros del fondo parroquial, objetos prehispánicos y elementos arquitectónicos rescatados del desazolve provenientes del inmueble y enriquecidos con obra requisitada de otros conventos (INAH, 2015, Ex convento de Acolman).

En 2012 concluyó una de las fases de la restauración del inmueble. En la actualidad, su guión museográfico se encuentra en reestructuración.

# Capítulo 2

## Difusión en los museos de arte sacro

*Misión del museo  
Investigar, conservar y difundir el patrimonio histórico,  
mueble e inmueble, tangible e intangible  
bajo nuestra custodia, para el fortalecimiento  
de la identidad y la apropiación paulatina  
por parte de todos los mexicanos  
de su patrimonio cultural.*

Museo de Arte Religioso (2014).





La **divulgación** está presente en museos científicos, arqueológicos e históricos, la encontramos en los cedularios, los folletos del recorrido, visitas guiadas, en las actividades académicas como conferencias y diplomados, o al informar de investigaciones históricas y de restauración. Los museos de arte sacro son de divulgación histórica porque abordan una temática especializada.

“La divulgación no implica el mismo nivel de conocimientos entre el emisor y el público al cual va dirigido, por el contrario, el público es heterogéneo y no necesariamente busca aprender” (Lozada-Chávez, sf).

Es decir, los recintos de arte sacro recurren a la **divulgación** para poner al alcance del público general y/o no especializado los contenidos del museo, a través de un lenguaje coloquial y sencillo, sin fines exclusiva o estrictamente educativos.

Por otra parte, las actividades culturales y artísticas que realizan los museos son difundidas, dadas a conocer, extendidas, esparcidas, propagadas (Real Academia de la Lengua Española, 2016), pues sus contenidos son comprendidos por el público general y no requieren mayor explicación científica, ya que la cultura general de cada persona le permite entender a groso modo a qué se refiere lo que difunden los centros culturales.

Al profundizar en **difusión** del patrimonio cultural, el concepto es más específico: “La difusión es una gestión cultural mediadora entre el patrimonio y la sociedad” (García, 2011, p. 153). Implica gestión por el proceso de documentar, valorar, interpretar, manipular, producir y divulgar; que transforma el objeto a difundir en algo comprensible y asimilable entre su pasado histórico y su presente. También involucra a la cultura por tratarse del patrimonio cultural tangible e intangible, en su contexto histórico y presente, que al pertenecerle a cada ciudadano, se convierte en parte de su identidad.

Y mediadora porque requiere de enlaces técnicos y materiales entre el patrimonio y las personas, que son los medios tradicionales y digitales que, en este caso, utiliza cada museo de arte sacro; como carteles, guías, sitios web, paseos virtuales y redes sociales.

El INAH, a través de la Dirección de Medios de Comunicación que genera boletines de prensa y capsulas informativas, recurre tanto a la **difusión** como a la **divulgación** para dar a conocer sus investigaciones, hallazgos, exposiciones, talleres, conferencias y demás actividades culturales, artísticas y académicas.

En la **difusión/divulgación** de los museos de arte sacro es necesario que exista la multidisciplina, que los investigadores, diseñadores y periodistas o comunicólogos entrelacen conocimientos por el bien no solo del museo, sino de sus visitantes.

Cuando el área de difusión de algún museo carece de cualquiera de estos tres actores, es evidente: la información es errónea, la redacción es incomprensible o visualmente es horrible. Tampoco se trata de que cada quien haga lo suyo, como en exposición de primaria en donde “no me meto con tu tema porque eso te toca a tí”; sino de entrelazar conocimientos y experiencias.

Los **periodistas** creen ser la disciplina que cambiará el rumbo del país, también los diseñadores creen esto de sí mismos y los investigadores se dicen algo similar, pero pocas veces son conscientes de que no lo lograrán los unos sin los otros. No sólo en el caso de la difusión de museos, sino en varios aspectos y entre distintas disciplinas.

Al hablar de los investigadores, se considera a las distintas disciplinas presentes en los museos de arte sacro:

- Restauración
- Historia
- Arqueología histórica
- Arquitectura
- Museografía
- Diseño
- Periodismo/comunicación

Así como hay museos que carecen del **diseñador** o **periodistas/comunicadores**, también hay recintos que no tienen investigadores de todas las disciplinas e incluso hay lugares que no cuentan con un solo investigador de planta.

También se dan los casos en que personal de otras disciplinas desempeña puestos cuyos conocimientos no posee de carrera, se puede recurrir al sentido común y al aprendizaje sobre la marcha, pero no siempre se obtendrán los mismos resultados que con un egresado de la disciplina requerida.

Incluso se da el caso de que una misma persona tiene que desempeñar el trabajo de varias, lo que implica que tenga (o deba tener) conocimientos de más de una disciplina.

En los seis museos de arte sacro, así como existen diferencias en la conformación de su equipo de difusión, estrategia, medios utilizados y actividades que se dan a conocer; también hay similitudes, como el diseño de carteles, guías impresas del recorrido, uso de redes sociales y páginas web.

A continuación, se explicará cómo y por qué **el periodismo tiene que ver con la difusión en museos, al igual que el diseño**, y a su vez se analizarán los medios impresos utilizados por los seis museos para su difusión.

## 2.1. Periodismo cultural y de divulgación histórica

El periodismo, al igual que el diseño, se puede desempeñar en diversas áreas y no sólo en periódicos o noticiarios de radio y televisión. Uno de esos lugares insospechados para desempeñar el periodismo son los museos y su difusión.

Incluso, se da el caso de algunos escritores que son (o fueron) periodistas o viceversa, como los mexicanos Julio Scherer, Vicente Leñero, Juan Villoro, Carlos Monsiváis y Elena Poniatowska.

Existen **distintos conceptos de lo que es periodismo**, que hablan más de esa sensación de ser periodista que de su definición, por ello se recurrirá a lo que el escritor y periodista colombiano Gabriel García Márquez (1996) decía acerca de esta profesión:

El periodismo es una pasión insaciable que sólo puede digerirse y humanizarse por su confrontación descarnada con la realidad. Nadie que no la haya padecido puede imaginarse esa servidumbre que se alimenta de las imprevisiones de la vida. Nadie que no lo haya vivido puede concebir siquiera lo que es el palpito sobrenatural de la noticia, el orgasmo de la primicia, la demolición moral del fracaso.

Nadie que no haya nacido para eso y esté dispuesto a vivir sólo para eso podría persistir en un oficio tan incomprensible y voraz, cuya obra se acaba después de cada noticia, como si fuera para siempre, pero que no concede un instante de paz mientras no vuelve a empezar con más ardor que nunca en el minuto siguiente.

El periodismo tiene distintas maneras de transmitir la información, como los géneros periodísticos; plataformas de comunicación como la prensa escrita, radio, televisión y web.

Incluso existe especialización como en el diseño, que en periodismo se divide en distintas

temáticas: político, deportivo, cultural, científico, histórico, social, de guerra, de investigación y de espectáculos. Es como pensar en Diseño editorial, de empaques, industrial, web y gráfico, ya que cada una requiere de conocimientos especializados, aunque todas comparten los mismos principios.

También se deben tomar en cuenta las dos partes de la difusión en museos: el periodista que trabaja en medios de comunicación y tiene al museo como fuente de información; y al periodista que trabaja dentro del museo o del recinto cultural como parte del área de difusión.

En la difusión de museos están presentes tanto el periodismo cultural como el histórico.

Respecto al **periodismo cultural**, el periodista argentino Jorge Rivera (1995), especialista en esta rama, explica que:

Se ha consagrado históricamente con el nombre de periodismo cultural a una zona compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o de divulgación, los terrenos de las "bellas artes", "las bellas letras", las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental.<sup>1</sup>

El periodismo cultural no sólo abarca a las bellas artes, como pintura, escultura, danza, teatro, arte; también incluye tradiciones, artesanías y patrimonio cultural.

Algunos programas o secciones culturales tocan temas que se encuentran entre el periodismo científico, cultural e histórico, como restauraciones de objetos e inmuebles históricos, hallazgos arqueológicos o temas históricos, como conmemoraciones o descubrimientos.

Sin embargo, el **periodismo histórico** es diferente al científico y al cultural, ya que a veces es atemporal y su proceso de realización aplica otra metodología. A continuación, se explica qué es el periodismo histórico:

Es el relato verificado de hechos del pasado con el objetivo de formar y entretener al gran público. En general, es atemporal y no está sometido a la actualidad.

Es un trabajo a largo plazo que implica la metodología científica de la investigación histórica al trabajo periodístico y utiliza como fuentes principales los libros y artículos científicos de Historia, los archivos y las hemerotecas. En definitiva, es trasladar el trabajo del historiador a las redacciones a cargo de periodistas especializados.

El reto es combinar lo mejor del historiador (la investigación) con lo mejor del periodista (habilidades comunicativas) y llevar la ciencia histórica al gran público de una manera atractiva. El autor puede ser indistintamente un periodista o un historiador; siempre que aplique el método y estilo correspondiente (Aguilera y Durán, 2014, p. 10 y 11).

Las instituciones que realizan periodismo histórico son: National Geographic y History Channel. O en México: el Instituto de Investigaciones Históricas de la UNAM, el Colegio de México, o el INAH y sus diversas publicaciones (*Arqueología Mexicana*, *Historias y relatos*, *Alquimia*, *Gaceta de museos*).

<sup>1</sup>Estamental: Relativo al estamento.

Estamento: Estrato de una sociedad, definido por un común estilo de vida o análoga función social (Real Academia Española, 2016).

Al parecer, en los periódicos mexicanos el periodismo histórico es de relleno y aun no encuentra su lugar; a veces se publica en la sección cultural, otras en ciencia y hasta en espectáculos. En ocasiones es una mezcla entre el periodismo científico e histórico, al abarcar disciplinas como arqueología, antropología, historia, prehistoria y etnografía. Por ello, el periodista que cubra estas fuentes debe tener conocimientos previos o al menos contexto del tema especializado.

Ahora la pregunta es ¿Qué tipo de periodismo se requiere para la difusión y divulgación de los museos de arte sacro? Considero que un híbrido entre el cultural, científico, de investigación e histórico.

## 2.2. Géneros periodísticos

La información periodística se trasmite a través de los géneros periodísticos y al que más se recurre para tal fin es a la Noticia, pero existe un amplio abanico de ellos con diversos objetivos y estilos de redacción.

Los géneros periodísticos se clasifican de acuerdo a su carácter informativo, interpretativo o híbrido de sus contenidos:

- **Informativos:** Noticia, entrevista y reportaje
- **Opinativos:** Artículo, editorial, crítica y reseña
- **Híbridos:** Crónica y columna

Los periodistas mexicanos Vicente Leñero (el Joan Costa del periodismo latinoamericano) y Carlos Marín (director del periódico Milenio), en su libro Manual de periodismo (Leñero y Matín, 1996), explican los aspectos fundamentales de los géneros periodísticos:

La **Noticia** es todo aquel hecho novedoso de interés colectivo, es el "alma" y punto de partida del periodismo. De ésta se alimentan los demás géneros.

La **Entrevista** es la conversación entre el periodista y cualquier persona, a través de la cual se

reúnen opiniones, comentarios, interpretaciones o anuncios que resultan ser noticia.

La información periodística surge de las respuestas del entrevistado. Puede ser entrevista noticiosa (que aporta elementos para la noticia), de opinión (sobre hechos actuales o no) o de semblanza (centrada en la personalidad, logros y trascendencia del entrevistado).

La **Crónica** es la narración de los hechos, de acuerdo al orden en el que se fueron dando. Recrea la atmósfera en la que se desarrollaron los eventos.

Existen tres tipos: informativa (el cronista se limita a dar información, sin emitir opiniones), opinativa (informa y opina simultáneamente, como en las crónicas de fútbol) e interpretativa (informa, pero sobre todo interpreta y emite juicios de valor).

El **Reportaje** es el género periodístico más completo de todos y puede contener varios de ellos (noticia, entrevista, crónica, columna, artículo, ensayo) e incluso literarios (novela corta, cuento, comedia). Amplía, complementa y profundiza la noticia, no solo informa, también describe, entretiene y documenta. Para esto necesita investigar, recurrir a varias fuentes.

Este género se divide en: reportaje demostrativo (prueba una tesis, investiga un tema, explica un problema), descriptivo (describe situaciones, personajes, lugares o cosas), narrativo (narra un suceso, cuenta una historia), instructivo (divulga conocimientos científicos o técnicos) y de entretenimiento.

La información proporcionada por las guías impresas, e incluso en las cédulas del museo, además de divulgación histórica, podría considerarse reportaje.

Los géneros periodísticos enriquecen y hacen menos monótona la información que se quiere transmitir, ya sea de los museos de arte sacro o cualquier temática.

Incluso existen elementos que complementan y explican a detalle la información, como: sumarios, numeralías, mapas e infografías.

### 2.3. El INAH y la difusión de sus museos

El Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) es un organismo federal creado en 1939 y depende de la Secretaría de Cultura. Está encargado de investigar, conservar y difundir el patrimonio arqueológico antropológico, histórico y paleontológico de la nación, para el fortalecimiento de la identidad y memoria de la sociedad (INAH, 2015).

A nivel nacional, tiene a su cargo 120 museos, 31 centros regionales, tres escuelas de nivel superior y seis coordinaciones nacionales. Además, resguarda 29,000 sitios arqueológicos (181 abiertos al público), más de 110,000 monumentos que datan de los siglos XVI al XIX y acervos documentales, fotográficos, sonoros y filmicos.

La difusión del patrimonio cultural es parte de los objetivos estratégicos del INAH, la cual tiene tres objetivos a cumplir (Coordinación Nacional de Recursos Humanos del INAH, 2009):

- Difundir los resultados de la investigación, formación y conservación
- Ampliar y fortalecer los canales de divulgación para contribuir a la valoración, disfrute y preservación
- Consolidar y desarrollar los espacios culturales abiertos al público para ofrecer mejores servicios y favorecer el conocimiento directo del patrimonio

La difusión de sus museos y sus actividades se da por varias vías: a través de la Dirección de Medios de Comunicación, la Coordinación Nacional de Difusión, los Centros INAH ubicados en cada estado y de las áreas de difusión de cada museo.

La **Coordinación Nacional de Difusión**, como su nombre lo señala, “difunde el patrimonio cultural, científico, educativo, técnico y artístico del INAH entre los diferentes sectores de la población mexicana y el extranjero” (SEP e INAH, 2007, p. 585).

Esta coordinación se encarga de coordinar el programa de difusión y promoción del instituto con instituciones públicas y privadas nacionales e internacionales, además de la edición de publicaciones impresas (libros, revistas, guías, carteles) y la expo-venta de las mismas (incluida la organización anual de la Feria Internacional del Libro de Antropología e Historia).

Algunas veces diseña, imprime y difunde los carteles de las actividades o exposiciones de cada museo (los más de 120 que existen en todo el país) y en ocasiones elabora guías de museos.

También supervisa el acervo documental, fílmico, periodístico y radiofónico del banco de datos del INAH, así como administrar la Fototeca Nacional ubicada en Hidalgo, incluido el Encuentro Nacional de Fototecas.

Por otra parte, la **Dirección de Medios de Comunicación** fue creada para “facilitar a los medios de comunicación todos los servicios informativos que dan a conocer eventos y acciones que desarrolla el Instituto Nacional de Antropología e Historia” (SEP e INAH, 2007, p. 315).

Esta dirección es la encargada de ser el enlace entre el INAH y los medios de comunicación a nivel estatal, nacional e internacional, para dar a conocer eventos y acciones que desarrolla el Instituto; esto a través de sus departamentos de prensa, radio, televisión y web.

Entre sus funciones se encuentra: "Realizar productos culturales (guías, páginas electrónicas, catálogos y programas) con el fin de contribuir a la divulgación del patrimonio histórico y antropológico del instituto" (SEP e INAH, 2007, p. 316).

Es así que elabora boletines de prensa, carteles de actividades y el contenido del sitio web oficial del instituto, como fotogalerías, infografías, reportajes, juegos, cápsulas de radio y video, micrositos de museos y exposiciones temporales, contenidos multimedia e interactivos. Además, utiliza redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y G+ (de Google) y Youtube para la difusión de las actividades culturales y académicas, y dar a conocer las investigaciones del instituto.

La difusión del patrimonio se realiza por medio de publicaciones editoriales y periódicas, recorridos virtuales, el programa de turismo cultural del INAH, producción de fotografías, videos y documentales, diseño de carteles e infografías, redacción de boletines de prensa, recursos multimedia, redes sociales y la coordinación de diversas áreas nacionales y estatales.

Los museos del INAH responden directamente a la **Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones**. A su vez, todos los museos cuentan con áreas que se encargan de su funcionamiento interno, algunas han sido modificadas de acuerdo a las necesidades de cada recinto.

Los organigramas de cada uno de los seis museos que forman parte de esta tesis muestra que los departamentos encargados de difusión y organización de actividades culturales varían, aunque en la mayoría de los casos son las áreas

de difusión cultural, servicios educativos y/o gestión cultural o del patrimonio.

El **Museo de Arte Religioso**, en el ex convento de Santa Mónica en Puebla, cuenta con las áreas de Difusión Cultural, que también se encarga del servicio social y voluntariado, y Servicios Educativos, que organiza los talleres.

El área de difusión cuenta con un diseñador de planta, que se encarga de elaborar todos los carteles de las actividades del museo.

La promoción de las actividades es a través de boletines de prensa y carteles que se envían a medios de Puebla y nacionales; además de la distribución del cartel impreso o digital en 105 medios nacionales y estatales, 33 museos poblanos, iglesias y puntos de información turística; así como a la Dirección de Medios de Comunicación (Tlapa, 2014).

La difusión digital es a través del blog [santamonicapuebla.wix.com/inicio](http://santamonicapuebla.wix.com/inicio), un correo de gmail y las redes sociales: Ex convento de Santa Mónica en Facebook, Santa Mónica Museo en G+ (de Google), museostamonica en Twitter y SantaMonica54 en Youtube.

En el **Museo de El Carmen** existen tres áreas que se dedican a organizar las distintas actividades culturales del recinto: Comunicación Educativa, Gestión Cultural y Difusión Cultural. Comunicación Educativa o servicios educativos organiza actividades artísticas y talleres. Gestión cultural desarrolla talleres, cursos y visitas guiadas y especiales.

Y el área de Difusión cultural organiza y da a conocer las actividades culturales y artísticas del museo. Colocan carteles afuera del museo y los reparte en los museos cercanos, y distribuye volantes en las zonas aledañas al inmueble.

La difusión digital es por correo electrónico y las redes sociales Instagram, Facebook y Twitter. El material promocional del museo lo elabora el diseñador del recinto y el jefe de Difusión.

En ocasiones, se lleva a cabo una rueda de prensa para dar a conocer alguna exposición temporal o actividad cultural importante. Proporciona información del evento, como una breve investigación histórica de ser el caso, así como la fecha y horario del mismo; esto a través de un boletín de prensa e informando de la actividad a la Dirección de Medios de Comunicación, para que a su vez lo difunda.

Este museo tiene dos páginas web, pero ninguna está actualizada (D. Alcalá, comunicación personal, agosto 2015).

El **Museo de la Evangelización** no tiene área de difusión, pero sí de servicios educativos, que lleva a cabo talleres para niños durante verano y época decembrina. Las actividades culturales que realiza las gestiona el Centro INAH Puebla o el área administrativa del museo, que también tiene un programa para llevar la información del museo a las escuelas aledañas (Maritano, 2014)

Es importante mencionar que por el momento el museo no cuenta con director (a), únicamente tiene un encargado del museo, que es el administrador del mismo.

El **Museo de Guadalupe** tiene las áreas de Comunicación Educativa y Gestión cultural, que se encargan de la organización de las actividades educativas, culturales y académica, así como el diseño de los materiales para su realización y difusión, que a su vez se lleva a cabo a través de diversos medios, como conferencias de prensa, entrevistas, boletines, la página oficial del museo y sus redes sociales (Museo de Guadalupe, 2015).

El **Museo Nacional del Virreinato** cuenta con las áreas de difusión cultural, servicios educativos, atención a medios y diseño, que se encarga de la difusión y atención a los visitantes. Para su difusión realiza carteles impresos y digitales, utiliza redes sociales y tiene una página web, con historia del colegio y el museo, las salas, temáticas y actividades mensuales. Organiza conferencias de prensa y boletines para dar a conocer sus exposiciones temporales (Museo Nacional del Virreinato, 2011).

El **Museo Virreinal de Acolman** tiene tres áreas enfocadas en las actividades culturales: Gestión del patrimonio, Promoción cultural y Comunicación educativa. Gestión del patrimonio se encarga de organizar y desarrollar proyectos, como las exposiciones temporales y actividades culturales.

Comunicación educativa organiza talleres, visitas guiadas al público general y a grupos escolares (del nivel básico a posgrado), asesora a los visitantes y explica datos históricos e iconográficos del acervo y la arquitectura del ex convento (Mena, 2016).

Promoción cultural se enfoca en la difusión de las actividades culturales a través de los medios masivos, correo electrónico, redes sociales como Facebook y Twitter. Diseña y distribuye material promocional como carteles, lonas y separadores.

Además, visita instituciones educativas, asociaciones civiles y gubernamentales, y ferias culturales, para promover el museo y sus actividades, realizando pláticas y talleres. Están a cargo de las visitas nocturnas y de un stand en la feria de la Piñata en diciembre (Peña, 2016).

## 2.4. Actividades culturales y académicas

Las actividades culturales que se realizan en estos y otros museos son académicas, educativas, culturales, artísticas y recreativas, como exposiciones temporales, conferencias, talleres, cursos, diplomados, visitas

guiadas, festivales, proyección de películas y conciertos. Incluso se desarrollan actividades anuales relacionadas con la temática y misión de los recintos en los que se encuentran.

Existen actividades que son similares en todos los museos, sin importar su temática, como la colocación del Altar de Día de Muertos, la Noche de Museos, Día Internacional de Monumentos Históricos, Día Internacional de Museos y las relacionadas a la época decembrina, como las pastorelas.

Una de las actividades propias de los museos de arte sacro es el Altar de Dolores, que se coloca en Semana Santa, tradición virreinal que consistía en colocar una semana antes del Viernes Santo, en casas e iglesias, un altar en honor a la Virgen de los Dolores como consuelo ante la pérdida de su hijo Jesucristo.

Actualmente, los museos de arte sacro mantienen esta tradición desde un enfoque cultural y de la conservación del patrimonio intangible. En ocasiones, se desarrollan actividades complementarias como conferencias, talleres y visitas guiadas que giran en torno a esta exhibición.

El altar del Día de Muertos también es una constante, extendiendo su duración de dos a cuatro semanas, en el cual cada recinto incluye piezas de su acervo, ya sea pinturas, esculturas o momias, y dedicándola a personajes novohispanos y actuales relacionados con la temática e historia del museo.

Desde 2003, la festividad indígena de Día de Muertos es considerada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por parte de la UNESCO (sf), por ello estos espacios culturales fomentan su difusión y conservación.

En diciembre, las posadas, pastorelas y nacimientos se hacen presentes al estar relacionados con la evangelización, la misión original de estos ex conventos. Los frailes que habitaron estos lugares las practicaron y

porque se encuentran plasmados en algunas de las piezas que forman parte de la exposición permanente de estos museos.

El Consejo Internacional de Museos (ICOM, por sus siglas en inglés) de la UNESCO organiza el Día Internacional de los Monumentos y Sitios, el 18 de abril; y el Día Internacional de los Museos, el 18 de mayo. Museos de distintas temáticas se unen a estas conmemoraciones que cada año se centran en algún tema específico. En 2015, el Día Internacional de los Museos se enfocó en la temática de una sociedad sostenible y en 2016 se dedicó a Museos y paisajes.

La Noche de Museos se ha implementado con gran éxito en los últimos años, cada espacio cultural decide qué actividades llevar a cabo, pero deben cumplir con ciertas características: desarrollarse el último miércoles de cada mes, prolongar la apertura del museo de 18:00 a 22:00 horas e incluir recorridos nocturnos. En México se lleva a cabo el último miércoles de cada mes, aunque hay museos que lo recorren al viernes.

Inicialmente se enfocaba en el público que carecía de tiempo para visitar los museos en fin de semana o durante el día, pero se ha modificado para incluir al público general. Esta iniciativa surgió en Berlín hace 35 años y lo han adoptado capitales de países latinoamericanos como Sao Paulo, Brasil; La Paz, Bolivia; Montevideo, Uruguay; y Buenos Aires, Argentina. En México se realiza en el Distrito Federal, Puebla y Guadalajara (Ávila, 2013).

Otra de las actividades a la que se unen diversos museos es la Noche de las Estrellas, que inicialmente se realizaba en enero, pero la actividad consiste en la observación astronómica con o sin telescopio de las estrellas, planetas y la Luna, es así que se recorrió a noviembre que permite una mejor observación. En 2015 tuvo el título de *Préndete con la luz del Universo*.

Durante 2015, los seis museos de arte sacro realizaron diversas actividades culturales,

artísticas, educativas y académicas. A continuación, se mencionan las principales actividades que llevaron a cabo, las cuales se conocen a través de la recopilación de los carteles que se diseñaron para difundir cada una de éstas.

Las actividades culturales del **Museo de Arte Religioso** de 2015 iniciaron en marzo con las alusivas a Semana Santa y concluyeron a mediados de diciembre con Posada y clausura de los talleres. Los únicos meses en los que no hubo eventos fueron junio y agosto.

Principalmente dieron continuidad a sus programas académicos y de investigación, relacionadas con exposiciones temporales y conferencias de *Reconocer* y *Contextus*.

Las actividades más sobresalientes de ese año fueron: el *Encuentro de Cocina conventual*, que se realizó por cuarto año consecutivo y estuvo dedicado al Galeón de Manila, con conferencias, recorridos y degustaciones del 8 al 14 de octubre. Y el 80 aniversario del museo, que del 11 al 13 de noviembre se celebró con una exposición de restauración y conferencias.

Además, desarrollaron actividades referentes a Semana Santa (exposición y talleres de judas de cartón y tapetes de aserrín), El Día Internacional de los Monumentos y Sitios Históricos (concurso y exposición de fotografía), el Día Internacional de los Monumentos y Sitios Históricos (con ponencias) y el Día de Muertos (con ofrenda y conferencia sobre el tema).

Las actividades culturales del **Museo de El Carmen** iniciaron con talleres en enero y febrero. En marzo comenzó la Noche de Museos, con ponencias y ciclo de cine. Terminaron el año con talleres decembrinos y la exposición temporal de nacimientos.

Las actividades más sobresalientes de ese año fueron: la Noche de museos (seis fines de mes, con ponencias y ciclo de cine), la exposición temporal *La poesía vista por el arte* (organizada por Grupo Milenio y conformada por obra de 34 artistas mexicanos contemporáneos) y los Jueves de tertulias (conformados por cinco o seis ponencias).

También se llevaron a cabo las conmemoraciones del Día Internacional de los museos (con talleres, visitas especiales y dramatizadas), Día de muertos (con la colocación de ofrenda) y de Semana Santa (con el Altar de Dolores). Así como visitas especiales y dramatizadas, conferencias, cursos y talleres.

Las actividades académicas fueron: el Congreso Internacional *La orden del Carmen descalzo en Hispanoamérica a 430 años de su llegada*, los seminarios *Análisis sobre la gestión del patrimonio cultural mexicano 2015* y el permanente de iconografía (tres sesiones), y el curso *El más allá novohispano* (integrado por diez sesiones, distribuidas en tres meses).

En el **Museo de la Evangelización** las actividades culturales fueron pocas, ya que sólo se realizaron tres a lo largo del año, además de las visitas guiadas que se ofrecen casi a diario.

En Semana Santa se colocó el Altar de Dolores, que incluyó conferencia inaugural; la exposición temporal *A través de las miradas ineludibles*, que de octubre a noviembre mostró fotografías de diversos ex conventos novohispanos de Puebla y Morelos.

Y en diciembre se llevó a cabo el ciclo de conferencias *Los inicios de la evangelización novohispana*, conformado por cuatro ponencias, un documental y la presentación de un conjunto coral.

Las actividades de 2015 en el **Museo de Guadalupe** iniciaron con la conclusión de la muestra temporal *Batalla de Zacatecas*. Sus actividades culturales iniciaron a finales de marzo con los talleres: símbolos de la Pasión, hilos y bordados, llaveros y encuadernación con estampado; además con las visitas guiadas al Claustro de la pasión y a la serie de la Pasión de Cristo de Gabriel García Ovalle.

La actividad más destacada fue el 14°. Festival Barroco, que se realizó durante seis días de septiembre y octubre. Incluyó actividades como ciclos académicos y recorridos especializados y teatralizados en torno a la exposición temporal *Molinos novohispanos*.

Además de actores caracterizados como personajes barrocos en zancos, conciertos de música clásica, sinfónica, barroca y de flauta, performance, obras de teatro, talleres y buffet de comida barroca.

A lo largo del año hubo talleres, visitas guiadas, curso de verano *A jugar se ha dicho*, el simulacro nacional contra sismos, festivales de música y la *Mesa sobre la investigación, conservación y futuro del Camino Real de Tierra Adentro*.

También se realizaron dos exposiciones temporales: *Batalla de Zacatecas* (junio 2014-enero 2015) y *Molinos novohispanos* (agosto 2015-febrero 2016). Y la presentación de los libros *El recuento de los años* (julio), *Visita de los Reyes de España a Zacatecas* (octubre) y *Vocabulario eclesiástico novohispano* (octubre).

En el **Museo Nacional del Virreinato** las actividades académicas comenzaron la segunda semana de enero, con el curso *Conventos de Santa Isabel: arqueología e historia*. Y la siguiente semana iniciaron las actividades culturales con los talleres de Letras capitulares, como parte de la exposición temporal *Magnificat: secretos de los libros de coro*.

Cada mes se llevó a cabo un curso diferente del programa académico del museo, con

cuatro sesiones cada jueves e impartido por investigadores y especialistas para el público general. Con temáticas como la arqueología, historia, conventos, el pecado, la muerte, la fotografía histórica, las islas filipinas, órdenes religiosas masculinas, mercados coloniales, la mexicanidad, el Pacífico colonial y arte novohispano.

Durante 2015 se realizaron dos exposiciones temporales: *Magnificat: secretos de los libros de coro* (noviembre 2014-mayo 2015) y *Miguel Cabrera. Las tramas de la creación* (noviembre 2015-febrero 2016).

Se realizaron dos Ciclos de cine: *Escritores mexicanos* (abril-junio), dedicado a libros adaptados al cine; y para el público infantil *Historia en movimiento* (julio-agosto), conformado por películas mexicanas.

En abril también se llevó a cabo la noche de museos como parte del Día Internacional de los Museos, dedicado a los afrodescendientes y a Juan Correa; y en noviembre hubo otra noche de museos, entorno a la exposición temporal de Miguel Cabrera (con rally, presentación de catálogo y cine al aire libre).

También se desarrollaron diversos encuentros y festivales de música. Destacaron el VIII Festival de Órgano (agosto), el XVI Festival de música antigua (octubre) y el 2°. Encuentro de museografía y conservación (noviembre). Así como presentaciones de libros de historia, iconografía, pintura y temáticas relacionadas con Tepetzotlán y los jesuitas. Talleres de letras capitulares, pintura virreinal y el taller de verano *El museo tras bambalinas* que duró 10 días a finales de julio. Además de obras de teatro, la ofrenda monumental y visitas especiales por el Día de Muertos, pastorelas, conciertos y obras de teatro.

En el **Museo Virreinal de Acolman** las actividades culturales iniciaron en enero con la exhibición de la pieza del mes y terminaron a finales de diciembre con visitas nocturnas.

Las actividades más recurrentes fueron la exhibición de la pieza del mes, el ciclo de cine, las charlas culturales y las exposiciones temporales. También se desarrollaron actividades similares a otros museos, como la colocación del Altar de Dolores, el altar de Día de Muertos y nacimientos; así como la celebración del Día Internacional de los Museos en mayo.

En noviembre y diciembre se implementaron los recorridos nocturnos, que tuvieron gran éxito, ya que se sobrepasaron el cupo y llegó más gente de la esperada. Además, las actividades decembrinas se incrementaron en comparación con las de todo el año, con pastorela, talleres y exposición del nacimiento.

## 2.5. Carteles de las actividades culturales 2015

Uno de los medios utilizados para la difusión de las actividades antes mencionadas son los carteles impresos y/o digitales, que en la mayoría de los casos son diseñados por los encargados y personal de las áreas de difusión, que no siempre son diseñadores ni comunicadores visuales ni periodistas.

Por ello se analizaron algunos de los carteles utilizados en 2015 para la difusión de las actividades culturales de estos seis museos.

El cartel es un medio de comunicación, cumple una función testimonial y decorativa. La función de los carteles culturales es difundir las actividades culturales, artísticas o intelectuales y va dirigidos a "iniciados aficionados" de un área en particular (música culta, teatro, cine, investigaciones, etc.).

En este tipo de carteles no es necesario hacer uso de la simpleza de signos verbales e icónica que caracteriza a los carteles comerciales y de propaganda, pues éste se dirige a un público dotado de una cierta cultura artística, el cual está más capacitado para decodificar mensajes un poco más complejos y ricos en contenidos (Vallenilla, 1993, p. 9).

Estos carteles no generan en el público la necesidad de obtener lo que se está anunciando, sino que buscan informar de las actividades culturales al público general, pero también (y sobre todo) a los interesados y adeptos a ciertas actividades culturales.

Existen carteles culturales que se permiten en virtud del bagaje cultural de su público, rebasar el aspecto informativo del mensaje -pero sin eliminarlo-, por las cualidades de la forma visual. Es un cartel que llega a propiciar una relación estética directamente a nivel contemplativo debido a que la relación utilitaria (comunicación del mensaje) son superadas fácilmente (Ocampo, 2007, p. 59 y 60).

Incluso, en algunos casos las interpretaciones de las imágenes contenidas en ellos requieren de un bagaje cultural más amplio o de "iniciados aficionados" en historia y/o arte sacro, como tener conocimientos básicos de iconografía o conocer a los autores de la época, ya que se trata de esculturas, pinturas y arquitectura novohispana.

Esto no impide que el público general se entere de las actividades culturales de los museos, por su función informativa; pero tendrá un mayor significado para aquellas personas conocedoras de la temática de arte sacro; y a su vez, esto es lo que convierte a los materiales de difusión en carteles culturales, de acuerdo a los conceptos antes explicados.

A continuación, se analizarán algunos carteles culturales y académicos, utilizados por los seis museos de arte sacro para la difusión de sus actividades durante 2015 y la primera mitad de 2016, tomando en cuenta diversos elementos de diseño y comunicación visual.

Primero se analizarán en conjunto todos los carteles de un mismo museo, para mostrar si existe o no conexión o continuidad visual entre cada diseño.

Los elementos que se tomaron en cuenta para analizar los carteles son la composición, cromática, tipografía e imagen, entre otros que más adelante se mencionarán. Los cuales se eligieron debido a su recurrente presencia en la mayoría de los carteles, a manera de homogenizar el análisis.

Estas características son indispensables al momento de crear cualquier diseño, de acuerdo a los libros *Los elementos del diseño. Manual para diseñadores gráficos* (Samara, 2008), *Principios universales de diseño* (Lidwell, Holden y Butler, 2005) y *Diseño gráfico. Fundamentos y prácticas* (Dabner, 2005).

Cabe mencionar que anteriormente los carteles culturales utilizados por los cuatro museos de arte sacro incluían el emblema de la SEP, por pertenecer a Conaculta. A partir de 2016, éstos se sustituyeron por el emblema de la Secretaría de Cultura federal.

### **Elementos de diseño presentes en los carteles culturales y académicos**

#### **Funcionalidad**

Satisfacción de necesidades determinadas. En este caso, la funcionalidad recae en el objetivo del cartel cultural, que es el de difundir y por consiguiente contar con elementos como la claridad, ir acorde al público al que va dirigido, proporcionar la información completa.

#### **A quien va dirigido**

Estos museos de arte sacro están dirigidos al

público general, algunas de sus actividades están diseñadas para distintos tipos de público: infantil, adultos mayores, personas con discapacidad, académicos, estudiantes. Por lo tanto, los carteles deben especificarlo o al menos darlo a entender.

#### **Información**

**Organización:** La información se puede organizar por categoría, cronología, ubicación, orden alfabético o continuidad (descendente o ascendente).

**Jerarquía:** La información se estructura de acuerdo a su importancia o dependiendo a lo que se le quiera dar mayor importancia.

**Claridad:** Entendimiento del texto de acuerdo al lenguaje utilizado (por palabra o redacción).

#### **Tipografía**

**Legibilidad:** Claridad visual, determinada por el tamaño, tipo de letra, contraste, bloques de texto y espaciado.

**Tipo de letra:** Serif y sans serif

**Contraste:** El nivel óptimo de contraste entre el fondo y el texto debe ser del 70%. O bien, fondo negro y texto claro, o viceversa.

#### **Texto**

**Bloques:** Para los bloques de texto, es deseable que cada línea mida máximo entre 8 y 13 centímetros o de 10 a 12 palabras o de 35 a 55 caracteres. Se recomiendan líneas cortas.

**Espaciado:** Sirve para conseguir un equilibrio visual en los caracteres, debido a que el ojo interpreta las formas de las palabras como imágenes. También ayuda a la legibilidad.

**Realce (en el texto):** Es una técnica para atraer la atención a un punto determinado. Cuando se aplica en el texto, pueden utilizarse negritas, cursivas, subrayado, tipo de letra, color, inversión o intermitencia. El realce debe ser sutil o causará ruido en la composición.

## Composición

Es la estructura y organización de los elementos del diseño para lograr una comunicación visual efectiva.

**La regla de tercios:** Técnica de composición en la que el plano sobre el que se va a diseñar se divide en tercios, para identificar las divisiones estéticas de disposición de los elementos, creando una cuadrícula invisible de cuatro intersecciones (dos verticales y dos horizontales).

**Retícula:** Refleja la distribución de columnas y márgenes, que muestran la ubicación de texto, imágenes y títulos principales.

**Buena continuación:** Es una de las características de la percepción de la Gestalt, en donde se producen líneas o curvas imaginarias como resultado de la distribución y alineamiento de los elementos de la composición.

**Diagrama de Gutenberg:** Es el patrón que generalmente sigue la vista al observar textos densos o distribuidos de manera homogénea. En el caso de los carteles culturales, solo aplica en las convocatorias, por la gran extensión del texto. Inicia en la parte superior izquierda y desciende de manera diagonal hasta la parte inferior derecha.

**Hórror vacui:** Preferencia por no dejar espacios en blanco (que pueden servir como descansos visuales), sino rellenarlos con objetos y elementos.

**Iteración:** Proceso de repetir diseños, pero ajustando sus elementos de manera progresiva, para explorar y probarlos.

**Simetría:** Equilibrio visual entre los elementos de la composición, casi como reflejo.

**Proyección tridimensional:** Sensación tridimensional de los objetos e imágenes, generada por elementos como la interposición, tamaño, elevación, perspectiva lineal o atmosférica, textura y/o sombra.

**Conexión de lo uniforme:** Existe cuando los elementos comparten características visuales análogas, como el color o líneas de conexión, que hace que estén relacionados entre sí.

**Saturación de elementos:** Ocurre cuando a la composición se le agregan elementos de más que generan una carga innecesaria al cartel, que provoca ruido visual, el cual provoca que el mensaje se pierda o sea confuso.

**Cromática.** "El color se emplea en diseño para atraer la atención, agrupar elementos, indicar significados y realzar estética" (Lidwell et al. 2005).

## Imagen

**Función:** La función de la imagen, en este caso de los carteles culturales, se referirá a si es decorativa (solo estética), descriptiva (relacionada directamente con el texto) o educativa (con fines pedagógicos).

**Realce:** Es una técnica para atraer la atención a un punto determinado. Cuando se aplica en la imagen, puede ser con el color o tamaño.



Figuras 1.1 y 1.2. Carteles promocionales, publicados en redes sociales.

**Preferencia por la sabana:** Al utilizar paisajes de fondo, se prefieren los entornos similares a la sábana: paisajes abiertos, verdes y presencia uniforme de hierba o árboles. Sobre todo el público infantil se ve atraído hacia estos paisajes.

**Connotación de iluminación:** Interpretación de las zonas sombreadas u oscuras de los objetos o imágenes como resultado de las direcciones de una fuente de luz (natural o artificial).

Los carteles de los seis museos que se analizarán a continuación, presentan características generales que son similares, en cuanto a tamaño del papel (carta y/o tabloide), tipo de salida (impresa y/o digital), tipografía (serif y/o sans serif) y diseño en color:

### Museo de Arte Religioso

El **Museo de Arte Religioso** cuenta con diseñador que elabora los carteles para la difusión del recinto y sus actividades. Al recopilar todos los carteles, se observó que algunos forman parte de una serie visual por difundir la misma actividad.

Observamos que, en el caso de las series de los carteles promocionales del museo que informan las redes sociales y contactos, de las conferencias de *Reconocer* y las exposiciones temporales de *Contextvs*, existe lo que en periodismo se llama machote, que es una estructura sobre la cual se va modificando el color y la información conforme ésta va cambiando, pero el diseño es el mismo (véase figuras 2.1 y 2.2).

Esta conexión y unidad entre todos los carteles de la misma serie, le proporciona identidad visual no sólo a la propia serie, sino también a la actividad que están destinados a dar a conocer.

En el caso del aniversario 80 del museo, se recurrió a los colores amarillo, café y gris (el blanco y negro de las imágenes y fondos) para crear la conexión de unidad entre los diferentes carteles: distintas versiones en horizontal y vertical del calendario general de actividades y la exposición temporal alusiva.

En los carteles de las actividades del Día de Muertos, se observan dos que contienen la misma información, pero con distinta composición que se adapta al formato vertical u horizontal (véase figuras 2.3 y 2.4).



Incluso una misma actividad tuvo dos carteles anunciando lo mismo pero con variaciones en el diseño, puede ser simplemente el color de la imagen o ser un diseño totalmente distinto.

En los carteles de Semana Santa se creó uno para todas las actividades y otro para destacar una sola. Se trata de la exposición temporal de alfombristas mexicanos, cuya temática se centro en los judas. En ambos carteles se aprecia la imagen de un diablo elaborado en cartonería, pero uno es la fotografía y en el otro es un dibujo (véase figuras 2.5 y 2.6).

Figuras 2.3 y 2.4. Versiones del cartel del Día de Muertos.

No todos los carteles formaron parte de una serie o tuvieron variantes, hubo unos cuantos diseñados exclusivamente para un evento específico, taller, congreso o exposición temporal. A pesar de que unos cuantos están bien logrados, el diseño no se retomó en posteriores materiales de difusión de este tipo., como los del taller de máscaras, de la exposición temporal *Grabados y lienzos* o del taller de catrinas (véase figuras 2.7 y 2.8).

Las imágenes utilizadas en los carteles son los óleos que son parte del acervo del museo. Además de la presencia de fotografías de los objetos (ingredientes de la cocina conventual, máscaras o alebrijes) y personas mencionadas (ponentes o restauradores); e ilustraciones (el judas de Semana Santa, la monja calaverizada del Día de Muertos o la catedral convertida en cámara).

Figuras 2.5 y 2.6. Carteles de las actividades de Semana Santa.

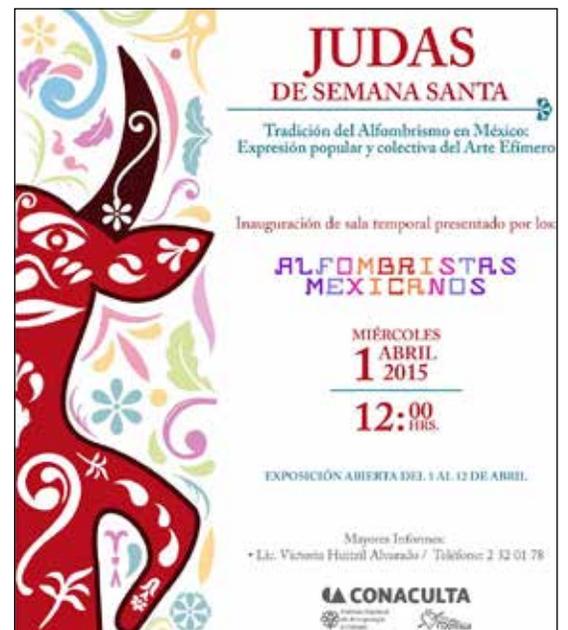




Figura 2.7. Cartel del Taller de máscaras.

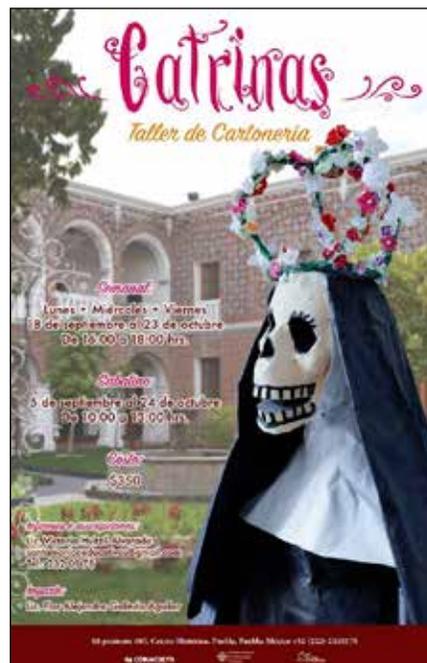


Figura 2.8. Cartel del taller de catrinas.

<b>Fecha de difusión</b>	<b>Enero-diciembre 2015 y enero-mayo 2016</b>
<b>Función</b>	Difundir el museo y sus actividades culturales y académicas.
<b>Contenido</b>	Información de los eventos (lugar, fecha, horario y en qué consiste cada uno).
<b>Qué transmiten</b>	Los colores e imágenes transmiten curiosidad, no sólo por saber de qué se tratan, sino también por asistir al evento que anuncian.
<b>A quién va dirigido</b>	Al público general, familias, turistas, habitantes de Puebla, investigadores del arte sacro y época virreinal, e interesados en estas temáticas.
<b>Tipo de actividades</b>	Conferencias, exposiciones temporales, talleres, concurso de fotografía, presentaciones de libros y ciclos de cine. Además contactos con el museo (redes sociales, correo y teléfonos) e información del mismo (dirección, horarios, costos, descuentos).

<b>IMAGEN</b>	<b>Función</b>	Decorativa, descriptiva y educativa.
	<b>Descripción</b>	Fotografías de los óleos que forman parte del acervo, distintas áreas del museo (actuales y antiguas), objetos utilizados en los talleres (máscaras y cartonera) e ilustraciones.
	<b>Significado</b>	Principalmente se trata de piezas del museo que muestran acercamientos a detalle de los personajes retratados en los óleos, como a Jesús, santos, monjas, vírgenes; ya sea porque en la actividad se habla de alguno de estos personajes (mártires y doctores), de una temática entorno a ellos (anunciación) o de la propia pieza (manufactura, iconografía, autor).

INFORMACIÓN	<b>Organización</b>	Los títulos de las actividades ocupan la parte central.
	<b>Jerarquía</b>	La mayor jerarquía recae en el título de la actividad. En algunos casos, se le da la misma prioridad a la imagen que al texto; en otros, la imagen tiene más importancia que el texto.
	<b>Claridad</b>	Son claros por el lenguaje que utilizan y la información que proporcionan.

TIPOGRAFÍA	<b>Legibilidad</b>	La mayoría son legibles, por el tamaño, elección de tipografía y contraste. Algunos no lo son debido a la saturación de texto, mala elección de los colores tanto del fondo como de la tipografía y por los fondos texturizados.
	<b>Contraste</b>	La gran mayoría tiene contraste por el uso de tipografía oscura sobre fondo claro y viceversa, pero hubo algunos casos que se utilizó tipografía clara sobre fondo ligeramente claro, lo cual dificultaba la legibilidad.

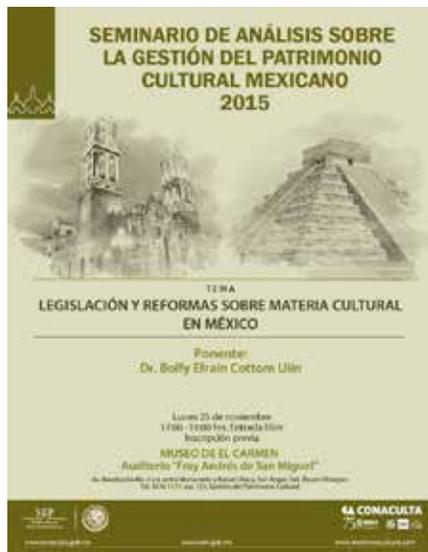
TEXTO	<b>Bloques</b>	Los bloques son de distintos tamaños, la mayoría están bien distribuidos, excepto cuando hay demasiado texto, como en las convocatorias.
	<b>Espaciado</b>	Es el adecuado, tanto entre caracteres como entre líneas.
	<b>Realce</b>	En todos los carteles se ve el realce en el nombre de las actividades, por el tamaño y color de la tipografía.

COMPOSICIÓN	<b>Retícula</b>	Existen diferentes retículas para la composición de todos los carteles del museo, es más evidente en los casos de los carteles en serie.
	<b>Iteración</b>	Está presente en los carteles seriados, en donde paulatinamente se va experimentando con ligeros cambios en la composición original.
	<b>Simetría</b>	En algunos se observa una ligera simetría, tanto de espejo como de equivalencia.
	<b>Conexión de lo uniforme</b>	La única conexión uniforme entre los carteles son los emblemas instituciones: el del museo y del INAH.
	<b>Saturación de elementos</b>	En pocos casos se da, debido a la extensión del texto o por los fondos que son texturizados.

En definitiva, la gran mayoría de los carteles diseñados para la difusión de las actividades del Museo de Arte Religioso están bien logrados, porque cumplen con su función, no sólo la de dar a conocer la actividad, sino también la de atraer al público debido a los colores utilizados y la composición bien resuelta.

Se percibe que varios de los carteles fueron planificados y analizados antes, durante y después de su diseño, tomando en cuenta los elementos diseñísticos para cada cartel, con el propósito de comunicar visualmente las actividades culturales y académicas del museo.

También se distinguen series de actividades que utilizan un diseño similar, que los identifica fácilmente como parte de la misma serie, pero que tiene ligeras adecuaciones dependiendo de la información de cada actividad.



Figuras 2.9 y 2.10. Carteles promocionales del Seminario anual del museo.

Sin embargo, algunos carteles parecen no haber sido diseñados con tiempo, ni con intencionalidad, como si no tuvieran alma. Es decir, rompen con los diseños bien logrados del resto de carteles; la composición no está bien resuelta, los colores no son adecuados o hay la saturación de elementos.

En general, los diseños utilizados por este museo ayudan a su difusión, tanto de sus actividades como del propio recinto y sus colecciones. Manejan colores atractivos y utilizan las imágenes de su acervo como gancho visual para atraer al público.

### Museo de El Carmen

El área de Difusión del **Museo de El Carmen**, se encarga de la elaboración de los carteles

de las actividades culturales y académicas, que son creados por el diseñador del museo y supervisados por el jefe del departamento, con la aprobación del director del recinto.

Algunos carteles utilizan diseños similares porque difunden una actividad que tiene continuidad. Por ejemplo, todos los carteles del *Seminario de gestión del patrimonio cultural* (véase figuras 2.9 y 2.10); los carteles de las actividades mensuales; o los de la Noche de Museos, que se llevan a cabo cada fin de mes (véase figuras 2.11 y 2.12).

Cada una de las tres series anteriores sigue la misma estructura de diseño, lo único que cambia de uno a otro es la imagen y la información, conservando la misma estructura visual; lo que le proporciona identidad visual a cada actividad.

Figuras 2.11 y 2.12. Carteles de Noche de Museos.

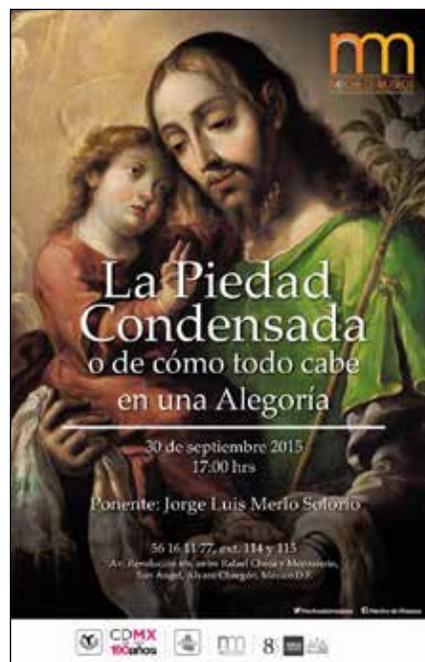
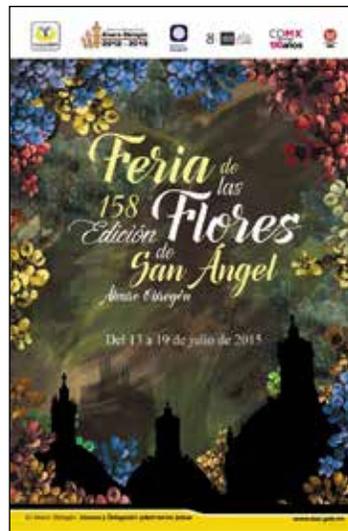




Figura 2.13. Cartel de Jueves de Tertulias.



Figuras 2.14 y 2.15. Feria de las flores.

En los carteles de los *Jueves de Tertulias*, el diseño que estaban utilizando como estructura estaba bien logrado, ya que cumplía con una buena composición y diseño de información (véase figura 2.13).

También se dio el caso de una sola actividad que tuvo dos versiones del mismo cartel, la única diferencia entre ambos fue su formato en vertical u horizontal y/o información complementaria, como en los carteles promocionales del Altar de Muertos.

Para las actividades de la Feria de las Flores se recurrió al mismo diseño (fondo, tipografía, colores), pero modificando la composición de los elementos de acuerdo a la información que se proporcionaba (previo, convocatoria, actividades) (véase figuras 2.14 y 2.15).

También hubo carteles que se crearon para una actividad específica y el diseño no se volvió a retomar a pesar de estar bien logrado; como los del curso de verano para niños, de las visitas especiales, del curso del *Más allá* o del Altar de Dolores.

En los carteles del **Museo de El Carmen** se aprecian ligeros errores en los diseños, saturación de elementos, problemas con la legibilidad y el contraste de la tipografía, el uso de imágenes y fondos oscuros, y colores fríos.

Fecha de difusión	Enero-diciembre 2015 y enero-mayo 2016
<b>Función</b>	Difundir el museo y sus actividades culturales y académicas.
<b>Contenido</b>	Información de los eventos (lugar, fecha, horario y en qué consiste cada uno).
<b>Qué transmiten</b>	A simple vista, transmiten la sensación de que se trata de actividades académicas, rígidas y para público conocedor (por los colores y título de las actividades). Al leer el cartel completo, la primera impresión cambia y se entiende que van dirigidos a todo el público y que pueden llegar a ser interesantes y entretenidas.
<b>A quién va dirigido</b>	Al público general, familias, turistas, habitantes de San Ángel y la Ciudad de México, investigadores del arte sacro y época virreinal, e interesados en estas temáticas.
<b>Tipo de actividades</b>	Noche de museos, seminarios, actividades mensuales, conferencias, exposiciones temporales, talleres y visitas guiadas.

IMAGEN	<b>Función</b>	Decorativa, descriptiva y educativa.
	<b>Descripción</b>	Fotografías de óleos, esculturas y de la arquitectura del ex convento sede del museo (José y el niño, monjas, santos, ángeles, vírgenes), fotografías e ilustraciones de monumentos históricos (ex conventos, templos, zonas arqueológicas) e instrumentos musicales.
	<b>Significado</b>	Los óleos y esculturas muestran el acervo del museo y a su vez ilustran la actividad en torno a estas piezas o la temática, en estos casos son investigaciones históricas. Las cúpulas del ex convento acompañan a las actividades mensuales debido a que son el ícono que identifica al museo, tanto en San Ángel como en toda la Ciudad de México. Las imágenes de templos y ex conventos (distintos al museo sede) ejemplifican el amplio abanico que abarcan los monumentos históricos.

INFORMACIÓN	<b>Organización</b>	Se le da prioridad a la imagen. El punto central está destinado al título de la actividad. La información complementaria se encuentra en la parte superior.
	<b>Jerarquía</b>	En la gran mayoría de los carteles, la información de mayor jerarquía es el título de la actividad. Posteriormente, el ponente y/o la fecha de realización. Y al final los datos complementarios (dirección, costos).
	<b>Claridad</b>	El lenguaje utilizado es sencillo y entendible, aún al hablar de los temas especializados.

TIPOGRAFÍA	<b>Legibilidad</b>	La mayoría de la tipografía es legible, salvo algunos casos cuyo fondo es texturizado.
	<b>Contraste</b>	Existe al haber utilizado tipografía clara en fondo oscuro o viceversa.

TEXTO	<b>Bloques</b>	En cada cartel se observan de dos a cuatro bloques de texto corto. Salvo en algunos casos, como las convocatorias, en donde existen más bloques y de mayor extensión debido a que la gran cantidad de información así lo requiere.
	<b>Espaciado</b>	Es el adecuado entre párrafos y golpes.
	<b>Realce</b>	El tamaño o color de la tipografía realzan algunas partes del texto, sobre todo en los títulos de las actividades.

COMPOSICIÓN	<b>Retícula</b>	Se aprecian distintas retículas entre los carteles. Las que más se repiten son las divisiones de dos a tres columnas y de tres a siete filas.
	<b>Iteración</b>	Al tener cuatro series, la iteración se observa de forma paulatina entre uno y otro, en donde se va experimentando con la tipografía, el tamaño de títulos e imágenes y la disposición de los elementos.
	<b>Simetría</b>	Existe la simetría de equivalencia en algunos de los carteles
	<b>Conexión de lo uniforme</b>	En los carteles en serie encontramos la conexión a través de la composición, la tipografía y los colores. El resto no tienen conexión entre sí y difícilmente se podría intuir que se tratan de carteles del mismo museo. Quizá el emblema distintivo del museo sea la conexión de uniformidad (la silueta de las tres cúpulas), pero es tan pequeño que podría pasar inadvertido.
	<b>Saturación de elementos</b>	Algunos carteles presentan saturación de elementos, pero no por la cantidad de texto, sino por el uso excesivo de efectos en los fondos o el tamaño de la tipografía.

En resumen, en el **Museo de El Carmen** ocurre algo similar que en el Museo de Arte Religioso, los carteles pertenecen a series de actividades que utilizan diseños similares que los hacen fácilmente identificables como parte del mismo conjunto; y tienen versiones de un mismo cartel, en vertical y horizontal.

Por el contrario, este museo utiliza en su mayoría colores sombríos y oscuros. Algunos óleos que utilizan para agregar en los carteles son oscuros, lo que no justifica el uso de colores oscuros en toda la composición.

Los carteles se encuentran al borde de la saturación de elementos, por la cantidad de texto incluido en la composición. En algunos se resuelve adecuadamente esta situación, en otros no, a pesar de que en ambos es la misma cantidad de texto.

Los tres problemas encontrados luego de analizar los carteles de este museo fueron: uso de colores oscuros, mucho texto y exceso de fondos texturizados; esto causa pesadez visual y saturación de elementos.

El punto a favor del **Museo de El Carmen** es que se preocupa porque cada una de sus actividades tenga cartel para darle difusión a la misma. Además, está al tanto de su difusión y les da seguimiento a todas sus actividades. Curiosamente, los carteles diseñados antes del periodo de análisis de esta tesis están bien logrados y utilizan colores cálidos.

### Museo de la Evangelización

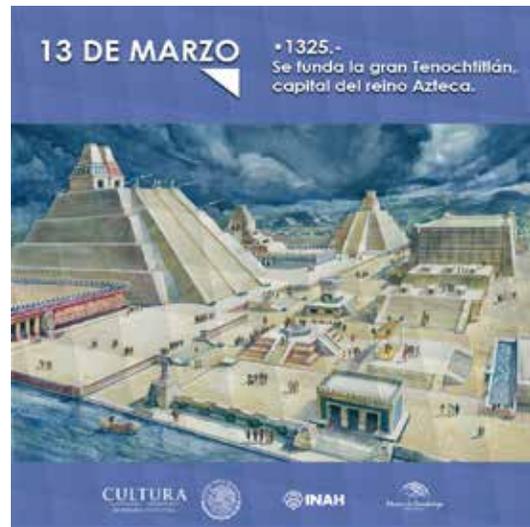
Este museo poblano no cuenta con área de difusión ni con una que organice sus actividades culturales y académicas. Estas tareas las realiza el encargado administrativo del museo, pues este recinto tampoco cuenta con director. Por ello sólo se pudieron conseguir tres carteles de las actividades culturales y académicas que se llevaron a cabo durante 2015 (véase figura 2.27).

Es evidente la necesidad de tener áreas encargadas de las labores esenciales del museo, como investigación, museografía y difusión, y que el área de servicios escolares se desarrolle y no solo exista de manera teórica.

Aunque se analizaron los carteles utilizados para difundir las escasas actividades realizadas en este museo, su diseño estuvo a cargo de personas ajenas al recinto, aunque sí eran las encargadas de llevar a cabo los eventos con apoyo de las instalaciones del museo.

*Figuras 2.27. Cartel e invitación de la apertura de la exposición temporal A través de las miradas ineludibles..*





Figuras 2.17 y 2.18. Carteles de efemérides.

### Museo de Guadalupe

En octubre de 2015, comenzaron a publicarse carteles de efemérides en las redes sociales del **Museo de Guadalupe**, de tres a diecisiete por mes. Las fechas conmemorativas que se recordaban fueron de historia de México (prehispánica, novohispana y siglo XX) y el mundo, literatura, música, cine y personajes de estas mismas temáticas (véase figuras 1.2.7 y 2.18).

Sin embargo, ninguna de las efemérides está relacionada directamente con el museo, ni con su historia, arquitectura o acervo; si acaso la Epifanía o la adoración de los reyes magos, por ser una temática representada en los óleos que exhibe este recinto.

También se diseñaron otros carteles para efemérides, pero éstos se enfocaron en conmemoraciones de octubre y noviembre,

los cuales eran más llamativos y menos institucionales (véase figuras 2.19 y 2.20).

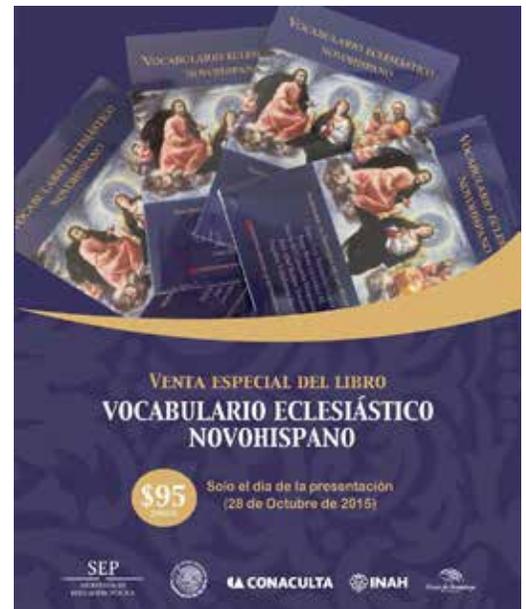
A pesar de que la labor del museo no es difundir fechas conmemorativas generales de historia y cultura, estos carteles están bien logrados (por su composición). Desafortunadamente, no se volvió a retomar este diseño para el resto de los carteles conmemorativos.

Estos carteles de efemérides digitales difundidos a través de redes sociales son ejemplo de cómo los materiales promocionales de los museos se han adaptado a los espacios de las redes sociales.

Es decir, al ser impresos son carteles en los formatos comúnmente utilizados (carta y tabloide), y al ser difundidos a través de internet (correo, páginas web o redes sociales) conservan este formato.

Figuras 2.19 y 2.20. Carteles de efemérides.





Figuras 2.21 y 22.2. Carteles de la presentación del libro *Vocabulario eclesiástico novohispano*.

Sin embargo, cuando se publican en redes sociales, todas las imágenes son "fragmentadas" en un formato cuadrado para su vista rápida, como imagen de perfil o en la galería.

Esto, el formato cuadrado, "corta" la imagen, que al abrirla aparece completa, pero las redes sociales actúan como proporcionadoras de información rápida y de imágenes rápidas (y cuadradas).

Por ello, se ha optado porque muchos carteles de museos (sobre todo los digitales) sean diseñados en formato cuadrado o tener varias versiones (tabloide y cuadrado). E incluso en formato rectangular, pero más alargado que el tradicional.

Estos últimos casos los observamos en los carteles de presentaciones de libros y conferencias, en donde se elaboraron dos versiones: tabloide y doble carta digital e impreso; y rectangular alargado en digital (véase figuras 2.21 y 2.22).

En febrero de 2016, además del formato especial para redes sociales, observamos el juego creativo entorno al enamoramiento por el Día del amor y la amistad, y el enamoramiento hacia el museo y sus colecciones (véase figura 2.23).

También observamos otros tamaños no tradicionales de cartel utilizados en redes sociales, como los rectangulares en horizontal para portada en Facebook (véase figura 2.24) o cuadrangular para Instagram (como en los carteles de conmemoraciones).

Un año antes, en marzo y abril de 2015, el formato rectangular ya se había utilizado en carteles de visitas guiadas y talleres, pero no para colocarlo como portada del perfil de Facebook (lo cual explicaría haber sido diseñado en este formato).

Difusión en museos de arte sacro

Figura 2.23. Cartel alusivo al Día del amor y la amistad.

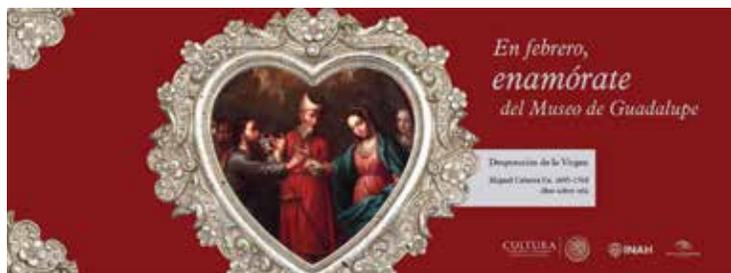


Figura 2.24. Cartel alusivo al Día internacional de la mujer.



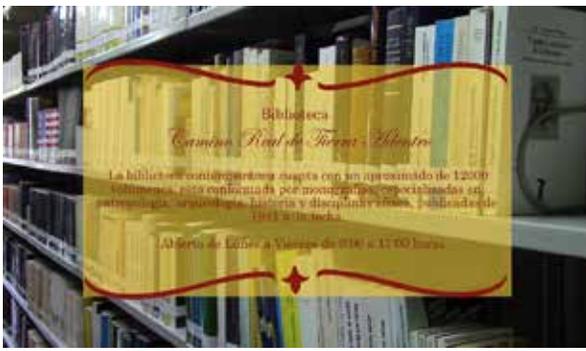


Figura 2.25. Cartel promocional de la biblioteca del museo.

En ocasiones se abusó del uso de fondo texturizado, que causa ruido visual y son inadecuados para la legibilidad del texto. Uno de estos casos fueron los promocionales de la Biblioteca del museo, que lo único que logran es que la información se haga pesada, aunque sea poco texto (véase figura 2.25).

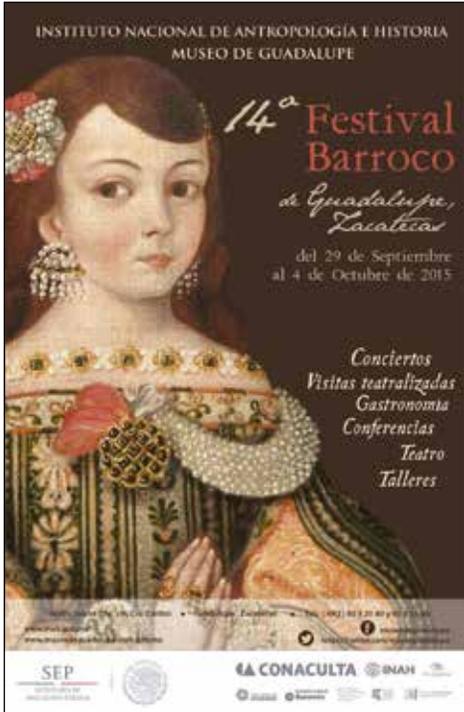


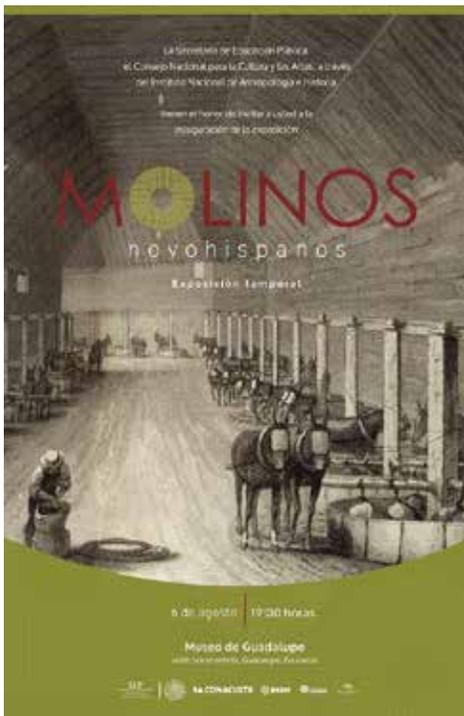
Figura 2.26. Cartel del Festival Barroco.

Una de las actividades más importantes del **Museo de Guadalupe** es el Festival Barroco. Los carteles utilizados para su difusión incluyeron materiales previos para generar expectativa (cuenta regresiva y el próximamente), el principal ilustrado con la imagen de una niña de la época barroca, el programa del festival y más de 20 individuales de las actividades.

Los carteles para este festival tienen identidad visual que los hace formar parte de la misma serie: los colores, la tipografía y las imágenes, ya sea la niña o sólo las flores (véase figura 2.26). Todos fueron digitales, sólo el principal fue impreso.

Hay exposiciones temporales, que van itinerando en distintos museos, y los carteles para su difusión los elaboran en las oficinas centrales del INAH en la Ciudad de México. En cada museo se realizan actividades entorno a la muestra temporal y por ende se generan carteles para promoverlas.

Es el caso de *Molinos novohispanos*, en donde el cartel principal se utilizó en todas las ocasiones, sólo cambiando los datos del museo sede y las fechas. Sin embargo, los carteles que se elaboraron únicamente para las actividades en este museo, entorno a la exposición, no siguieron el mismo patrón que el original (formato, composición, ni color), rompiendo con la identidad visual de los carteles (véase figuras 2.27 y 2.28).



Figuras 2.27 y 2.28. Carteles de la exposición temporal Molinos novohispanos.



<b>Fecha de difusión</b>	<b>Enero-diciembre 2015 y enero-mayo 2016</b>
<b>Función</b>	Difundir las actividades culturales y académicas del museo, y recordar efemérides.
<b>Contenido</b>	Información de las actividades (lugar, fecha, horario y en qué consiste cada uno) y datos de las efemérides.
<b>Qué transmiten</b>	Que se trata de actividades académicas formales y serias, por lo colores fríos.
<b>A quién va dirigido</b>	Al público general, familias, turistas, habitantes de Guadalupe y Zacatecas, investigadores del arte sacro y época virreinal, e interesados en estas temáticas.
<b>Tipo de actividades</b>	Efemérides, presentaciones de libros, visitas guiadas, conferencias, exposiciones temporales festivas culturales y de música antigua, promoción del museo y su biblioteca, y conmemoraciones.

<b>IMAGEN</b>	<b>Función</b>	Decorativa, descriptiva y educativa.
	<b>Descripción</b>	Fotografías, ilustraciones y óleos que retratan personajes bíblicos, históricos y populares. Ilustraciones y murales. Fotografías de las salas y fachada del museo. Y fotografías de los visitantes y de las personas que presentan conferencias, talleres o conciertos.
	<b>Significado</b>	Las imágenes hacen referencia directa a la actividad del cartel.

<b>INFORMACIÓN</b>	<b>Organización</b>	La información está organizada de manera descendente y/o entorno a la imagen.
	<b>Jerarquía</b>	El título de la actividad o efeméride tiene la mayor jerarquía.
	<b>Claridad</b>	El lenguaje utilizado es sencillo y claro, que ayuda a su comprensión.

<b>TIPOGRAFÍA</b>	<b>Legibilidad</b>	La tipografía es legible debido a su tamaño, contraste y espaciado. En algunos casos, el fondo texturizado o el bajo porcentaje en el contraste complica la legibilidad.
	<b>Contraste</b>	En la mayoría de los carteles existe el contraste por los fondos oscuros con tipografía clara y viceversa.

<b>TEXTO</b>	<b>Bloques</b>	Los encontramos o muy cortos o muy largos, no dentro del número de caracteres recomendado. En ambos casos, están bien distribuidos.
	<b>Espaciado</b>	Es el adecuado entre caracteres y líneas.
	<b>Realce</b>	Los títulos de las actividades tienen realce por el tamaño o color de la tipografía.

<b>COMPOSICIÓN</b>	<b>Retícula</b>	Todos tienen retícula, en donde más se aprecia es en la serie de efemérides tiene retícula de una o dos columnas y de tres a cuatro filas.
	<b>Iteración</b>	En los carteles en serie se observa entre el diseño de unos y otros de manera consecutiva.
	<b>Conexión de lo uniforme</b>	Entre series tienen conexiones más marcadas, como el color del fondo o la composición. Pero la conexión de lo uniforme encontrada en todos sólo es el emblema del museo y del INAH.
	<b>Saturación de elementos</b>	Algunos carteles están saturados de elementos decorativos, como fondos texturizados, flores y/o texto.

En el **Museo de Guadalupe** de nueva cuenta vemos que los carteles de una misma actividad siguen los mismos patrones de diseño, que los hacen fácilmente identi cables como parte del mismo conjunto.

Al parecer existe más de un diseñador para los carteles de las actividades de este museo, ya que se observan distintos estilos. Por una parte, uno acorde al proceso de creación y composición con resultados bien logrados; y por otra, diseños saturados y que no toman en cuenta ni los elementos compositivos básicos.

Por ejemplo, se aprecia que en la serie de efemérides existieron dos diseños distintos, el primero con tintes de iteración, tratando de mejorar el diseño con ligeras variaciones entre cada cartel, y otro muy bien logrado, con ilustraciones atractivas, poco texto y colores cálidos. A pesar de que el segundo diseño era mucho mejor que el primero, dejó de utilizarse.

### Museo Nacional del Virreinato

Los carteles de este museo son elaborados por el diseñador del área de difusión. Los carteles para difundir el museo se enfocan en las exposiciones permanentes del recinto. En el caso de 2015, se trató de las salas de *Monjas coronadas*, *Personajes novohispanos* y *Oriente en la Nueva España*.

Las actividades mensuales se difunden a través de carteles diseñados bajo la misma estructura. Los ligeros cambios se dan en el color del fondo y la distribución que depende de la cantidad de texto (que se modifica cada mes) y las dos imágenes elegidas para cada uno (véase figura 2.29 y 2.30).

Los carteles de las actividades académicas tienen un mismo patrón de diseño, aunque no tan evidente como se había visto en otros museos. La composición de los elementos es el mismo, pero cambiando el color, tipografía e

Figuras 2.29 y 2.30. Carteles de actividades mensuales.





Figuras 2.31 y 2.32. Carteles de las actividades culturales, artísticas y académicas de la exposición temporal Miguel Cabrera. Las tramas de la creación.

imagen, e incluso su tamaño. Cada cartel anuncia cursos de cuatro días, con temáticas distintas entre sí, pero todos dentro del periodo virreinal.

Sin duda, la serie para la difusión de los ciclos de cine es inconfundible, tanto por el fondo rosa mexicano, como por las siluetas del carrete de la película y el proyector. No hay una razón evidente para la elección del color (el tipo de películas, el museo), sin embargo, funciona muy bien para atraer la atención.

La exposición temporal más importante que tuvo este museo en 2015 y principios de 2016 fue *Miguel Cabrera. Las tramas de la creación*, con la obra pictórica de este pintor novohispano y actividades que se realizaron en torno a la muestra, como conferencias, recorridos y talleres.

Al parecer, los carteles fueron diseñados por dos o más personas, ya que el color de fondo y las tonalidades de la imagen son distintas. Inicialmente el azul del fondo era más oscuro (quizá de los carteles originales), posteriormente el color es similar al manto del personaje central del óleo que fue la imagen central del cartel.

En conjunto, resultan repetitivos a pesar de utilizar tres distintas imágenes, pues sólo se perciben ligeras variaciones en la composición. Por lo que no hay claridad en el cambio de información, ya que la similitud en el diseño causa confusión y da la impresión de que se trata de los mismos datos, a pesar de referirse a distintas actividades y eventos, aunque todos en el marco de misma exposición temporal (véase figuras 2.31 y 2.32).

También encontramos conflicto con el color, debido a que la exposición temporal y el Festival de música tienen uno similar. Es decir, el color es lo que les da identidad a los carteles de ambas actividades y esto podría ser confuso (véase figuras 2.33 y 2.34). Sobre todo, porque el Festival de música se llevó a cabo en octubre y la exposición temporal a partir de noviembre.

Figuras 2.33 y 2.34. Carteles del Festival de música antigua.



Es decir, una actividad le siguió a la otra. Esto da la sensación de que todos los carteles del museo son azules. La explicación podría ser que se trató de dos diseñadores distintos, que a su vez no conocían los carteles anteriores para constatar que fuera un color distinto o simplemente no se percataron del conflicto con la repetición de un tono similar.





Figura 2.35. Cartel de la imagen en 3D del ex colegio de San Francisco Javier.

A mediados de 2015, en el templo se realizaron registros con láser 3D, las imágenes difundieron a través de tres carteles. (véase figura 2.35). Por si solos muestran mucha información, pueden ser vistos por el público general, pero requieren conocimientos previo para su interpretación.

En este caso, el cartel sólo se quedó en la difusión de los resultados y no los divulgó, es decir, sólo se dio a conocer que se realizaron, pero no se explicó en qué consistió y el significado o interpretación de las imágenes obtenidas con el escáner.

Para la Noche de Museos se utilizaron tres versiones del mismo cartel, para la actividades, y dos con el programa. También se recurrió a versiones horizontales y verticales. Al cambiar de formato, se eliminan, anexan o modificar ligeramente algunos elementos.

En el resto de los materiales promocionales no se encontró similitud. Si acaso en dos carteles de talleres y una presentación de libro, pero solo por el fondo negro, la tipografía y edición de las imágenes es distinta.

Fecha de difusión	Enero-diciembre 2015 y enero-mayo 2016
<b>Función</b>	Difundir el acervo del museo y las actividades culturales y académicas.
<b>Contenido</b>	Información de las salas y de los eventos (lugar, fecha, horario y en qué consiste cada uno).
<b>Qué transmiten</b>	A través de los colores de los carteles se percibe que el museo tiene variedad en sus actividades, algunas para todo el público y otras más formales y serias para los académicos.
<b>A quién va dirigido</b>	Al público general, familias, turistas, habitantes de Tepotzotlán, investigadores del arte sacro y época virreinal, e interesados en estas temáticas. Mensuales, conferencias, cursos, ciclos de cine, exposiciones temporales, festivales de música antigua, resultados de estudios con escáner 3D, Noche de Museos, presentaciones de libros, talleres, concursos y recorridos especiales.
<b>Tipo de actividades</b>	Mensuales, conferencias, cursos, ciclos de cine, exposiciones temporales, festivales de música antigua, resultados de estudios con escáner 3D, Noche de Museos, presentaciones de libros, talleres, concursos y recorridos especiales.

IMAGEN	Función	Decorativa, descriptiva y educativa.
	Descripción	Principalmente acervo del museo: esculturas y pinturas. Pósters de películas del ciclo de cine. Y mapas de puntos del escáner 3D.
	Significado	Están relacionadas con el acervo del museo y las temáticas de cada cartel.

INFORMACIÓN	<b>Organización</b>	La mayoría de los carteles están organizados a partir del título de la actividad y posteriormente de manera descendente.
	<b>Jerarquía</b>	Es a manera de pirámide invertida, el peso más importante recae en el título de la actividad.
	<b>Claridad</b>	El lenguaje utilizado es claro y sencillo.

TIPOGRAFÍA	<b>Legibilidad</b>	La mayoría de las tipografías es legible debido al contraste, color, tamaño y espaciado, excepto en los casos que se utilizan letras distintas a las comunes para lectura o existen fondos texturizados.
	<b>Contraste</b>	Se aprecia en los fondos claros con letras oscuras y viceversa.

TEXTO	<b>Bloques</b>	Son de distintos tamaños. A pesar de la existencia de bloques largos, su lectura se facilita gracias a la diferencia de colores y el espaciado
	<b>Espaciado</b>	Es el adecuado entre caracteres y líneas.
	<b>Realce</b>	En el nombre de la actividad y en algunos casos las fechas y horarios, por el tamaño y color de la tipografía.

COMPOSICIÓN	<b>Retícula</b>	La mayoría utilizó retícula, pero son distintas entre sí.
	<b>Iteración</b>	En los carteles seriados, la iteración aparece en las modificaciones entre carteles.
	<b>Conexión de lo uniforme</b>	Tan sólo se observa en los emblemas del museo y del INAH, que aparecen en todos los carteles.
	<b>Saturación de elementos</b>	En algunos casos la saturación se debe a lo extenso del texto y que éste no está bien distribuido en el cartel.

Podría pensarse que al ser un museo nacional tendría más presupuesto y por ende diseños mejor logrados para los carteles de difusión de sus actividades, pero no es así en todos los casos. Existen errores de diseño como la saturación de elementos a causa de fondos texturizados o mucho texto, además del uso de fondos oscuros.

Los puntos a favor es que es el único museo que tiene carteles de difusión de cada una de sus salas de manera individual y el único en utilizar carteles de divulgación.

Este último, es el caso de las imágenes como resultado del registro con tecnología láser 3D del Templo de San Francisco Javier y el ex colegio jesuita. A los cuales, sin embargo, les hace falta información que explique el proceso y resultados, aunque sea de forma breve.

El punto en contra, es que utilizó azules muy similares para dos series de actividades distintas, la exposición temporal de Miguel Cabrera y el Festival de música antigua, que se realizaron en meses consecutivos (octubre y noviembre).

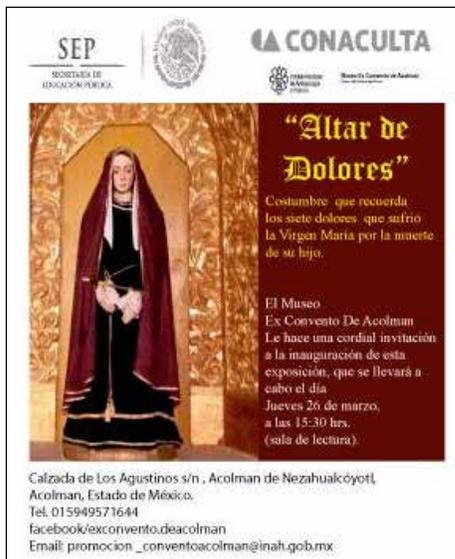


Figura 2.36. Cartel del Altar de Dolores 2015.

### Museo Virreinal de Acolman

Los carteles de difusión de las actividades culturales los elabora el área de Promoción cultural, que no tiene diseñador.

Los carteles que utilizó el **Museo Virreinal de Acolman** en 2015 y la primera mitad de 2016 parecieran diseñados en Word y no en otros programas más adecuados para diseño.

Entre los carteles, se distinguen los que están dedicados a las actividades mensuales, los de exposiciones temporales y de otro tipo de actividades como las visitas nocturnas.

Al ver los carteles del Altar de Dolores de 2015 y 2016 se ve claramente un gran cambio en el diseño. En el primero hay saturación de texto y la inexistencia del diseño de información (véase figura 2.36).



Figuras 2.37. Carteles del Altar de Dolores de 2016.

El segundo cartel está bien resuelto porque tiene diseño de información, que ayuda a que la información sea la adecuada e indispensable. La elección de colores está relacionado con las actividades de Semana Santa como lo es el Altar de Dolores, que es patrimonio intangible; además de que tiene conexión cromática con la imagen (véase figura 2.37).

En ambos, la imagen es la misma: la virgen de Dolores, pero la forma en la que se manejó es distinta. En la primera, los adornos del fondo causan ruido visual en la fotografía, que no está centrada, y nos muestran la escultura de frente.

En la segunda, sólo se ocupa la imagen de la virgen sin la presencia de ningún otro elemento. Además, la fotografía está en contrapicado y ligeramente de costado, lo que nos da un ángulo pocas veces visto y en este caso bien utilizado.

Figuras 2.38 y 2.39. Carteles de las visitas nocturnas.





Figuras 2.40 y 2.41. Carteles de la exposición temporal *Ángeles inmaculistas*.

Para promover las visitas nocturnas se utilizaron dos carteles distintos, uno de las actividades generales de diciembre con las visitas como punto destacado y otro exclusivo para informar del recorrido nocturno (véase figuras 2.38 y 2.39).

El primero, si no fuera por la elección de la tipografía y su tamaño, estaría bien resuelto, porque sí tiene diseño de información. El segundo, es poco creíble que se trate de un cartel oficial del museo, pues los emblemas institucionales están sobrepuestos, la tipografía utilizada es la prediseñada de Word y en la imagen se usó un efecto innecesario.

La información que aparece en la parte inferior de ambos sigue el diseño de los carteles del INAH, que proporciona todos los datos del recinto y aunque son muchos no se ven saturados porque están bien distribuidos.

Los carteles de las actividades mensuales siguen un mismo patrón: emblemas institucionales (algunos distorsionados) en la parte superior; datos del museo en la parte inferior; recuadros para textos e imágenes; demasiado texto; carencia de composición y diseño de información; mala elección de color; tipo y tamaño de letra; y algunos efectos sin razón de ser, como marcos, texturas y reflejos (véase figura 2.42).

También encontramos carteles de las exposiciones temporales del museo, en donde pasa algo similar que en los carteles de las actividades mensuales, se agregaron texturas innecesarias y la tipografía no es la adecuada. En los carteles de la exposición temporal *Ángeles inmaculistas* vemos diseños menos saturados, aunque aún con errores de diseño (véase figuras 2.40 y 2.41).

En el caso del cartel de la exposición temporal *El camino de San Agustín* vemos un cartel con diseño de información, y buena elección de la imagen de acuerdo al contenido del cartel y a la intención del mismo (véase figura 2.43).

A pesar de a ver utilizado un color como el amarillo para el texto, es legible e incluso ayuda a resaltar la imagen en blanco y negro. El cartel no contiene efectos innecesarios de Word, ni saturación de elementos (como los recuadros), ni demasiado texto.

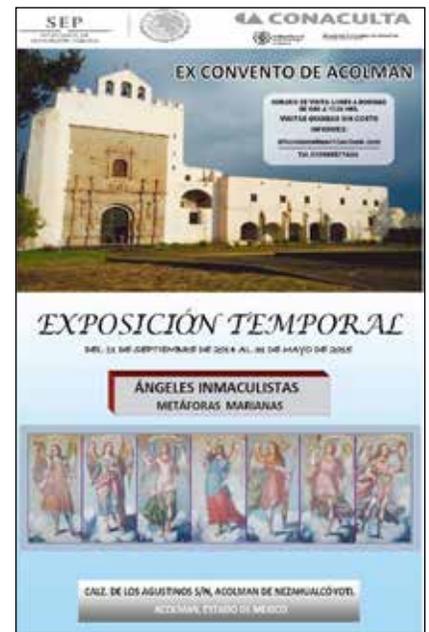
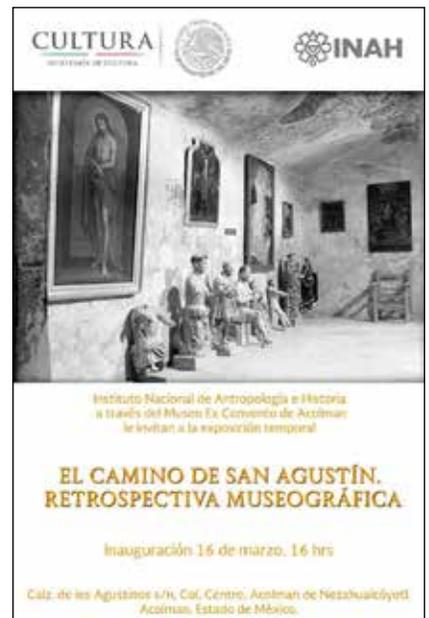


Figura 2.42. Cartel de actividades mensuales.



Figura 2.43. Cartel de la exposición temporal *El Camino de San Agustín*.



En algunos de los carteles anteriores ya se observaba el mal manejo de los emblemas institucionales, distorsionados o pixelados, pero en el cartel que fue utilizado para difundir la obra de teatro *La adoración de los Reyes de Acolman*, el principal problema es que no siguieron los protocolos de tamaño, ni que el fondo de todo el diseño coincidiera con el fondo de los emblemas institucionales.

<b>Fecha de difusión</b>	<b>Enero-diciembre 2015 y enero-mayo 2016</b>
<b>Función</b>	Difundir las actividades culturales del museo.
<b>Contenido</b>	Información de los eventos (lugar, fecha, horario y en qué consiste).
<b>Qué transmiten</b>	La sensación de que se trata de carteles de hace más de 10 años. La pesadez visual no invita a que sean leídos.
<b>A quién va dirigido</b>	Al público general, familias, turistas, habitantes de Acolman y municipios aledaños, investigadores del arte sacro y época virreinal, e interesados en estas temáticas.
<b>Tipo de actividades</b>	Altar de Dolores, exposiciones temporales, visitas nocturnas, Día de muertos, Día Internacional de Museos, charlas con investigadores y proyección de películas.

<b>IMAGEN</b>	<b>Función</b>	Decorativa y descriptiva.
	<b>Descripción</b>	Fachada del ex convento, fotografías antiguas del museo y piezas del acervo.
	<b>Significado</b>	La fachada es el icono del museo y del municipio de Acolman. Las piezas del acervo se utilizan de acuerdo a la temática de la actividad y su relación con la obra.

<b>INFORMACIÓN</b>	<b>Organización</b>	La información está organizada casi siempre de la misma manera: instituciones que organizan o nombre del museo en la parte superior; las actividades al centro y datos complementarios (como dirección y teléfonos) en la parte inferior.
	<b>Jerarquía</b>	La mayor jerarquía recae en el título de la actividad, que destaca por el tamaño y color de la tipografía.
	<b>Claridad</b>	Aunque se utiliza un vocabulario común, la información no es muy clara por la saturación de elementos y texto. Salvo en los dos últimos carteles (Altar de Dolores y la exposición de San Agustín).

<b>TIPOGRAFÍA</b>	<b>Legibilidad</b>	La legibilidad se ve afectada por la elección de tipografía y su color, así como por los fondos texturizados.
	<b>Contraste</b>	En la mayoría de los carteles no existe, por la elección de fondos texturizados o colores en fondos y tipografía que no generan contraste.

TEXTO	<b>Bloques</b>	Cuesta trabajo diferenciar los bloques de texto porque no se dejaron descansos visuales entre párrafos o líneas.
	<b>Espaciado</b>	El espaciado entre líneas no es el adecuado, porque se ve saturado.
	<b>Realce</b>	Muchas cosas están realizadas por color, tamaño o enmarcadas, lo que provoca saturación y no permite que solo una o dos destaquen adecuadamente.

COMPOSICIÓN	<b>Retícula</b>	Pareciera que se trata de las retículas prediseñadas de Word.
	<b>Conexión de lo uniforme</b>	En algunos casos, algún color de la imagen es utilizado para la tipografía.
	<b>Saturación de elementos</b>	La saturación de elementos ocurrió por utilizar en exceso fondos texturizados, enmarcar imágenes y texto, utilización de efectos innecesarios, incluir mucho texto, usar más de tres colores en la tipografía, por creer que más es mejor y no tener en cuenta la composición ni el diseño de información.

En resumen, los carteles del **Museo de Acolman** son el claro ejemplo de lo que pasa cuando un museo no tiene diseñador. Aunque tiene la intención de difundir sus actividades, el diseño de sus carteles podría no cumplir con este cometido debido a que no existe diseño de información ni composición, sólo saturación de elementos sin razón de ser y otros puntos que no fueron pensados visualmente antes de difundir el cartel.

Se observan tres etapas: los primeros presentan problemas de saturación e inexistencia de diseño de información. Los segundos tienen menos texto e información enmarcada, pero de forma ligera, todavía con problemas de uso de efectos innecesarios, pero menores. Y los terceros que están bien logrados y diseñados de acuerdo a las necesidades de cada actividad.

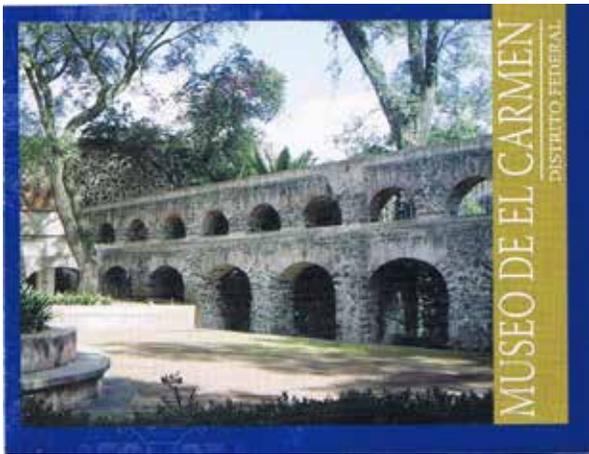
A comparación del resto de los carteles que utilizó el museo para la difusión de sus actividades culturales, los últimos dos están bien logrados. Los carteles del Altar de Dolores y de la exposición temporal de San Agustín de 2016 rompen con el formato usado en los demás.

Esperemos que el resto de carteles, después de los dos últimos analizados en esta tesis, sigan por este camino de tomar en cuenta la composición de los elementos.

Quizá los problemas de presupuesto no permitan tener un diseñador para crear los materiales de difusión del museo, pero existen otras alternativas como el servicio social (de estudiantes de diseño) o que los encargados y trabajadores del área de Promoción Cultural conozcan acerca de las nociones de diseño.

## 2.6. Guías y folletos informativos para los visitantes

Los folletos informativos y guías impresas son materiales de apoyo para los visitantes, en su mayoría son trípticos gratuitos que presentan una breve reseña de lo que se verá en el museo o son de temas complementarios, como monumentos históricos o el quehacer del INAH.



Figuras 2.44 y 2.45. Mini guías de museos y ex conventos, editadas por el INAH.

En ocasiones, los museos venden libros o folletos más completos de su historia, arquitectura o acervo. También hay museos que no cuentan con ninguna información impresa para el visitante o ésta no se vende o no se encuentra en esos museos sino en las tiendas y librerías de otros recintos.

Las guías y folletos son diseñados por la Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones, la Coordinación Nacional de Difusión o los propios museos donde se proporcionan.

Los **museos de Arte Religioso, El Carmen** y el **de Guadalupe** proporcionan guías con información del ex convento y su acervo. En el recinto de Huejotzingo se ofrece información impresa, pero de la labor del instituto a nivel estatal. Y en el Museo Nacional del Virreinato sólo se ofrece el programa de actividades.

Mientras que en el **Museo Virreinal de Acolman** el folleto se encuentra en proceso de aprobación por parte de la Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones, mientras tanto se obsequia un separador cuando se promociona el museo fuera de sus instalaciones, como en las ferias culturales.

El **Museo Nacional del Virreinato**, a pesar de su categoría de nacional, no cuenta con guía impresa, sólo audio guía o la guía interactiva infantil, que posteriormente se abordarán.

### Mini guías de museos y ex conventos

Existe una serie de mini guías de divulgación editadas por la Coordinación Nacional de

Difusión del INAH, conformada por 170 títulos de museos, zonas arqueológicas, monumentos históricos y salas permanentes (véase figuras 2.44 y 2.45).

Estos materiales se publicaron de 1991 a 2009, y algunos números aún se pueden conseguir de manera impresa en las librerías y tiendas de los museos del INAH y Educal.

En el caso de museos de arte sacro y ex conventos, la información que proporcionan son indicaciones para llegar al lugar, historia del ex convento y del museo, su arquitectura, descripción y explicación de elementos iconográficos y simbólicos, datos sobresalientes, descripción de los espacios del inmueble o de las salas y su acervo. Además de los horarios y costos.

La mini guía se puede consultar previamente o durante la visita, e incluso sin necesidad de visitar el museo o monumento histórico, ya que da un panorama general del mismo.

Títulos publicados de 1991-2009 (ex conventos)

- **Museo de El Carmen** (Coordinación Nacional de Difusión, 2009)
- Ex convento franciscano de San Miguel Huejotzingo. Puebla (INAH, 2000)
- Capillas posas del ex convento franciscano de San Miguel. Huejotzingo, Puebla (INAH, 2000)
- Pintura mural de la iglesia de San Miguel Arcángel. Huejotzingo, Puebla (INAH, 2000)
- Retablo mayor de la iglesia de San Miguel. Huejotzingo, Puebla (INAH, 2000)

<b>Disponibilidad</b>	<b>A quién va dirigido</b>	<b>Presentación</b>	<b>Costo</b>
1991-2009 Vigente/ Descontinuado/ Reimpresión	Al público general	Impresa	\$ 10

<b>Formato</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Doble</b>	<b>Páginas</b>	<b>Tipografía</b>
Horizontal	Doblado 14 x 11 cm Extendido 56 x 11 cm	3	8	Sans Serif

<b>Contenido</b>	Indicaciones para llegar al lugar, historia del ex convento y del museo, arquitectura del inmueble, descripción y explicación de elementos iconográficos y simbólico, datos sobresalientes, descripción de los espacios del inmueble o de las salas y su acervo.
<b>Extras</b>	Aun se pueden encontrar algunas mini guías, de venta en tiendas del INAH.
<b>Elementos</b>	Textos, imágenes y un plano del museo o monumento.

<b>FUNCIONALIDAD</b>	<b>Contenido</b>	Es de gran utilidad por el contexto que ofrece al público general, sin la necesidad de tener conocimientos previos del tema.
	<b>Tamaño y doblez</b>	Es práctico por su tamaño compacto, sobre todo si es necesario cargarlo durante el recorrido

<b>PORTADA</b>	<b>Imagen</b>	Fachada o elemento más representativo del inmueble (arquitectónico o del acervo).
	<b>Texto</b>	Tema, título o nombre del museo; y lugar en el que se encuentra (estado y municipio).

<b>IMAGEN</b>	<b>Función</b>	Descriptiva, decorativa, explicativa y educativa.
	<b>Cantidad</b>	6-10 imágenes.
	<b>Descripción</b>	Fachadas, atrios y espacios de ex conventos; y salas, piezas y planos de los museos o monumentos históricos.
	<b>Significado</b>	Contexto visual y espacial del lugar y su acervo.

INFORMACIÓN	<b>Organización</b>	Se divide por apartados: plano del ex convento/museo, cómo llegar; historia del lugar, de la temática específica y/o del museo; descripción de los espacios del inmueble o de las salas y su acervo. Al final datos generales (de los autores y del inmueble).
	<b>Jerarquía</b>	El orden jerárquico es: cómo llegar, su historia, particularidades o salas, y al final créditos y datos generales del lugar.
	<b>Claridad</b>	El lenguaje es claro por ser coloquial de divulgación histórica, descriptivo y narrativo.

TIPOGRAFÍA	<b>Legibilidad</b>	Aunque la letra es pequeña y sin espaciado adecuado, es legible.
	<b>Contraste</b>	Existe porque la tipografía está en negro con fondo blanco.

TEXTO	<b>Espaciado</b>	El texto está justificado, con sangrías e interlineado sencillo, lo que complica un poco la lectura.
	<b>Realce</b>	El nombre del museo o monumento histórico, los subtemas y créditos tienen realce por la tipografía en negritas y mayúsculas.

COMPOSICIÓN	<b>Retícula</b>	Dos columnas de texto y divisiones de un cuarto o un medio para las imágenes.
	<b>Buena continuación</b>	Los márgenes y las imágenes cuadradas proporcionan una buena continuación visual.
	<b>Simetría</b>	La composición de elementos genera simetría en algunas páginas o pares de páginas.
	<b>Conexión de lo uniforme</b>	El formato y la composición de la portada e interiores crean la conexión de lo uniforme en todas las mini guías de la serie.

En 2014, la Coordinación Nacional de Difusión inició el llamado Proyecto México, que incluye la publicación impresa y digital de mini guías de divulgación de zonas arqueológicas, monumentos históricos y museos. Estas mini guías de tamaño carta son consideradas nuevas ediciones de las publicadas de 1991 a 2009, con ajustes editoriales, información y fotografías actualizadas, y con secciones y actividades que fueron agregadas.

La información que ofrecen es una breve reseña histórica del lugar, principales elementos arquitectónicos, área destacada, plano del inmueble con señalamientos de cada área, indicaciones para llegar al lugar, datos generales del sitio (horarios, teléfonos, costos, contactos) y mapa de ubicación.

A principios de 2016, se anunció que la primera la integran 43 sitios arqueológicos, cuatro zonas arqueológicas, cuatro monumentos históricos y tres museos, de 16 estados de la República Mexicana. Y que a lo largo del año se publicarían otras 80 guías de este tipo.

Hasta el momento (primera mitad de 2016), sólo el ex convento de San Nicolás de Tolentino de Actopan, en Hidalgo, es el único inmueble histórico de este tipo que cuenta con guía editada como parte del Proyecto México.

El resto de sitios patrimoniales que tienen mini guía son Calakmul, Campeche; Bonampak, Chiapas; Paquimé, Chihuahua; Museo Regional de Historia de Colima; Fuerte de San Diego, Guerrero; Pátzcuaro, Michoacán; Monte Albán, Oaxaca; San Juan de Ulúa, Veracruz; y Uxmal, Yucatán; por mencionar algunos.

### Folleto y guía del Museo de Arte Religioso

El **Museo de Arte Religioso** cuenta con un folleto gratuito y una guía que se adquiere en 10 pesos; la cual consta de 62 páginas con la misma información que proporcionan las cédulas del museo.

La primera (véase figura 2.46) proporciona información de la historia del ex convento y del museo, la arquitectura conventual y sus distintas etapas constructivas, la vida conventual en Santa Mónica y el contexto expositivo actual del museo y su acervo (INAH y Museo de Arte Religioso, sf).



Figura 2.46. Folleto del Museo de Arte Religioso.

Disponibilidad	A quién va dirigido	Presentación	Costo
Vigente	Al público general	Impresa	Gratuito

Formato	Tamaño	Doblez	Páginas	Tipografía
Vertical	Doblado 14.5 x 21.5 cm Extendido 43.5 x 43 cm	3	12	Serif (Títulos y pies de foto) Sans Serif (texto)

<b>Contenido</b>	Historia del ex convento y museo, arquitectura conventual y etapas constructivas, vida conventual en Santa Mónica, contexto expositivo actual del museo y su acervo.
<b>Extras</b>	Sólo se proporciona en el Museo de Arte Religioso.
<b>Elementos</b>	Texto e imagen (óleos, libros y un plano antiguo).

<b>FUNCIONALIDAD</b>	<b>Contenido</b>	Al ofrecer el contexto histórico en torno al museo y el ex convento en el que se encuentra, es funcional como introducción al recorrido museográfico.
	<b>Tamaño y doblez</b>	A pesar de su tamaño, los dobles permiten transportarlo de manera cómoda y compacta.

<b>PORTADA</b>	<b>Imagen</b>	Óleo <i>Venerable madre María de San Joseph</i> , siglo XVII, autor no identificado.
	<b>Texto</b>	Nombre del ex convento y museo.

<b>IMAGEN</b>	<b>Función</b>	Decorativa, descriptiva y educativa.
	<b>Cantidad</b>	14 imágenes.
	<b>Descripción</b>	Fotografías de óleos de monjas, vírgenes y santos; y de páginas de libros.
	<b>Significado</b>	Ejemplifican el tipo de acervo con el que cuenta el museo y a su vez están relacionadas con lo que se explica en los textos.

<b>INFORMACIÓN</b>	<b>Organización</b>	Está organizado por subtemas y una distribución de una imagen cada dos o tres párrafos.
	<b>Jerarquía</b>	Se da de manera descendente, lo más importante aparece primero, en el siguiente orden: la historia del ex convento, su arquitectura, antigua vida conventual y acervo.
	<b>Claridad</b>	El lenguaje utilizado es sencillo y fácil de entender; ya que se trata del estilo narrativo, explicativo y de divulgación histórica.

<b>TIPOGRAFÍA</b>	<b>Legibilidad</b>	Es legible por su tamaño, tipo, espaciado y contraste.
	<b>Contraste</b>	Existe por tener fondo claro con tipografía oscura.

TEXTO	<b>Espaciado</b>	Aunque es el preestablecido comúnmente (justificado e interlineado sencillo), permite su adecuada lectura.
	<b>Realce</b>	El tamaño de la tipografía realza el título y subtítulos.

COMPOSICIÓN	<b>Retícula</b>	Se recurre a la retícula común para publicaciones editoriales: márgenes, cabeza, texto justificado e imagen.
	<b>Buena continuación</b>	Los márgenes, dobleces y la posición de algunas imágenes generan una buena continuación visual.
	<b>Simetría</b>	El texto justificado y las imágenes centradas provocan el efecto de simetría en las páginas.
	<b>Conexión de lo uniforme</b>	El color del fondo y el tipo de letra.

La segunda guía (véase figura 2.47) tiene un costo de 10 pesos en la taquilla del museo y proporciona la información de todas las cédulas ubicadas en cada sala del recorrido museográfico, que explican la historia del convento y del museo, el contexto y creación del arte sacro, y la función original de cada espacio del inmueble (Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones, 2012).

Disponibilidad	A quién va dirigido	Presentación	Costo
Vigente	Al público general	Impresa	\$10

Formato	Tamaño	Dobleces	Páginas	Tipografía
Vertical	Doblado 16.7 x 21 cm Extendido 33 x 21 cm	Empastado	62	Serif (títulos y texto) Sans Serif (pies de foto)

<b>Contenido</b>	Texto de todas las cédulas de las salas del museo. La historia del convento y del museo, el contexto y creación del arte sacro, y la función original de cada espacio del inmueble.
<b>Extras</b>	Lo edita la Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones del INAH.
<b>Elementos</b>	Texto e imágenes.

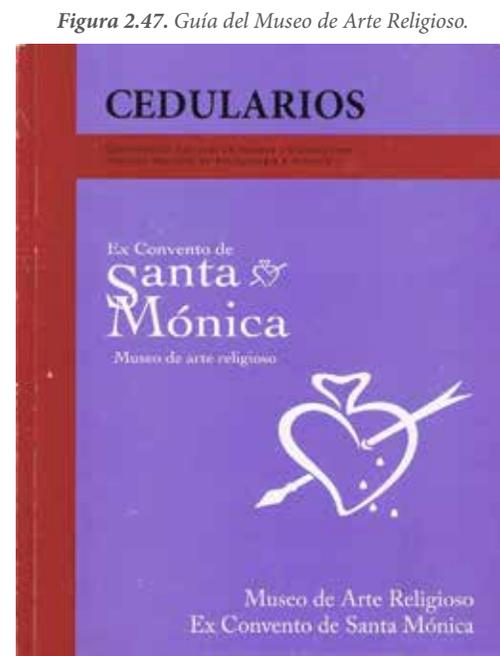


Figura 2.47. Guía del Museo de Arte Religioso.

FUNCIONALIDAD	<b>Contenido</b>	Es funcional por si no se puede recorrer el museo completo, si hay mucha gente que no permite leer las cédulas o simplemente se quiere tener la información de las cédulas.
	<b>Tamaño y doblez</b>	Es funcional por su tamaño y facilidad de uso.

PORTADA	<b>Imagen</b>	Emblema del museo (corazón flechado).
	<b>Texto</b>	Título de la guía, nombre del museo y ex convento, e instituciones que la elaboraron.

IMAGEN	<b>Función</b>	Decorativa, descriptiva y educativa.
	<b>Cantidad</b>	25 imágenes.
	<b>Descripción</b>	Óleos de personajes importantes de la Puebla virreinal, de ángeles, santos y pasajes bíblicos, además de páginas y portadas de libros antiguos, y relicarios.
	<b>Significado</b>	Es una muestra del acervo que se exhibe en el museo.

INFORMACIÓN	<b>Organización</b>	La información está organizada de acuerdo a la sala en la que se encuentra y a su vez cada sala se despliega cronológicamente conforme al recorrido.
	<b>Jerarquía</b>	La jerarquía recae en la presentación de la labor de la Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones, quien reestructuró el museo y editó la guía de cedularios. Posteriormente se da la información de las cédulas de manera cronológica.
	<b>Claridad</b>	Como texto de divulgación histórica, utiliza lenguaje coloquial para explicar cada temática del museo.

TIPOGRAFÍA	<b>Legibilidad</b>	La tipografía tiene el tamaño adecuado para su legibilidad, también ayuda el contraste.
	<b>Contraste</b>	Existe al tener tipografía en negro con fondo blanco.

TEXTO	<b>Espaciado</b>	Es el común, interlineado sencillo y texto justificado, que permite tener una adecuada lectura.
	<b>Realce</b>	Los subtemas tienen realce por el tamaño o grosor en la tipografía.

<b>COMPOSICIÓN</b>	<b>Retícula</b>	Se observa una retícula con márgenes y los espacios que determinan la colocación de las cabezas o títulos, el texto y las imágenes.
	<b>Buena continuación</b>	Los márgenes, el texto justificado y colocado entorno a las imágenes generan una buena continuación visual.
	<b>Conexión de lo uniforme</b>	El diseño editorial permite tener una conexión de lo uniforme, sobretodo por el recuadro gris en las páginas nones que indica el título de cada capítulo.

### Folleto del Museo de El Carmen

El **Museo de El Carmen** proporciona al visitante una guía fotocopiada al inicio de su recorrido (véase figura 2.48). Contiene información de la construcción del Colegio de San Ángelo Mártir, su estilo arquitectónico, el abandono del lugar, otras ocupaciones, la creación del museo y la importancia de su acervo (Museo de El Carmen, 2015).

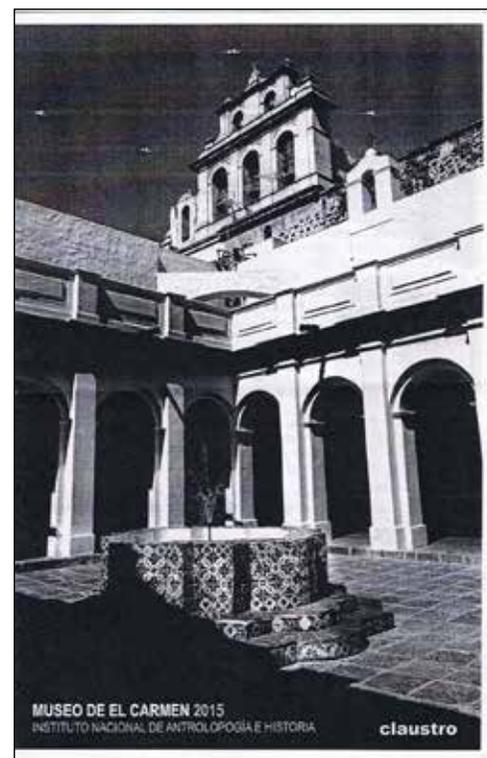
<b>Disponibilidad</b>	<b>A quién va dirigido</b>	<b>Presentación</b>	<b>Costo</b>
Vigente (2014-2016)	Al público general	Impresa (Copias)	Gratis

<b>Formato</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Doble</b>	<b>Páginas</b>	<b>Tipografía</b>
Vertical	Carta	A la mitad	4	Sans Serif

<b>Contenido</b>	Historia del ex convento, su arquitectura, el abandono del inmueble, la creación del museo, su acervo, áreas, actividades anuales y contactos.
<b>Extras</b>	Las copias de esta guía se han distribuido de 2014 a 2016.
<b>Elementos</b>	Texto e imagen.

<b>FUNCIONALIDAD</b>	<b>Contenido</b>	Es funcional porque ofrece un panorama general e introductorio al museo, su historia, acervo y espacios.
	<b>Tamaño y doblez</b>	Por su tamaño y ligereza es práctico, manejable y transportable.

Figura 2.48. Folleto del Museo de El Carmen.



PORTADA	<b>Imagen</b>	Fotografía del claustro.
	<b>Texto</b>	Nombre del museo, de la institución y fecha.

IMAGEN	<b>Función</b>	Decorativa, descriptiva y educativa.
	<b>Cantidad</b>	9 imágenes.
	<b>Descripción</b>	Escultura, pintura, grabado, retablo, patios y dos salas.
	<b>Significado</b>	Muestran el acervo y las áreas con las que cuenta el museo.

INFORMACIÓN	<b>Organización</b>	La información está organizada de manera cronológica y temática.
	<b>Jerarquía</b>	Se le da mayor prioridad a la historia del ex convento y el museo. En segundo término, queda el acervo y los espacios del museo.
	<b>Claridad</b>	La información es clara por estar redactada de forma narrativa y con lenguaje coloquial para la comprensión del contenido de difusión histórica.

TIPOGRAFÍA	<b>Legibilidad</b>	A pesar de la saturación de texto, es legible por su tamaño, contraste y espaciado.
	<b>Contraste</b>	Existe el contraste al tener la tipografía oscura y el fondo blanco.

TEXTO	<b>Espaciado</b>	Entre caracteres está justificado y tiene interlineado sencillo.
	<b>Realce</b>	Algunas palabras se realzan al estar en negritas. Los títulos en las imágenes tienen un tipo de letra ligeramente más grande que el resto del texto.

COMPOSICIÓN	<b>Retícula</b>	Por el acomodo de los elementos, parece existir una retícula en las dos páginas principales, con márgenes y divisiones de columnas y filas para la distribución del texto e imágenes.
	<b>Buena continuación</b>	El texto justificado, los márgenes y las imágenes generan una buena continuación visual.
	<b>Conexión de lo uniforme</b>	El color negro y gris oscuro de las copias proporciona la conexión de uniformidad.

## Folletos del Museo de la Evangelización

En el **Museo de la Evangelización** de Huejotzingo, Puebla, se entregan dos folletos elaborados por el Centro INAH Puebla. Ambos proporcionan información de los Primeros monasterios del siglo XVI en las faldas del Popocatepétl, integrado por once ex conventos de Morelos y tres de Puebla, que forman parte de la declaratoria de Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO, incluyendo este ex convento.

El primer folleto promueve la salvaguarda del patrimonio y el derecho que tenemos de conocerlo (véase figuras 2.49 y 2.50). Presenta imágenes de las fachadas de los 14 ex conventos, resaltando los tres de Puebla, y un mapa de localización de los inmuebles y distintas rutas para visitarlos en conjunto (Centro INAH Puebla y Centro INAH Morelos, sf).

Además, incluye links, redes sociales, un correo y teléfonos para conocer más acerca de esta serie de ex conventos.

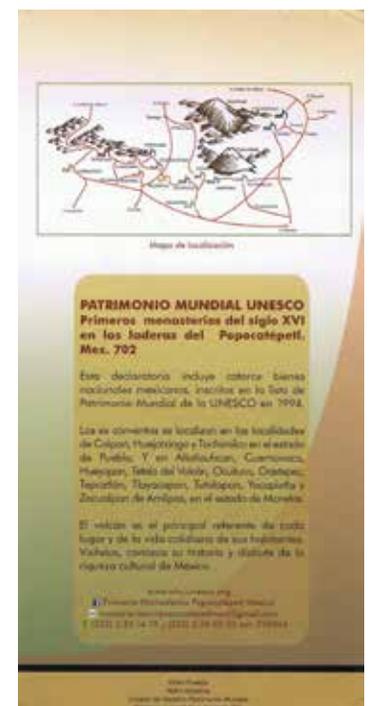
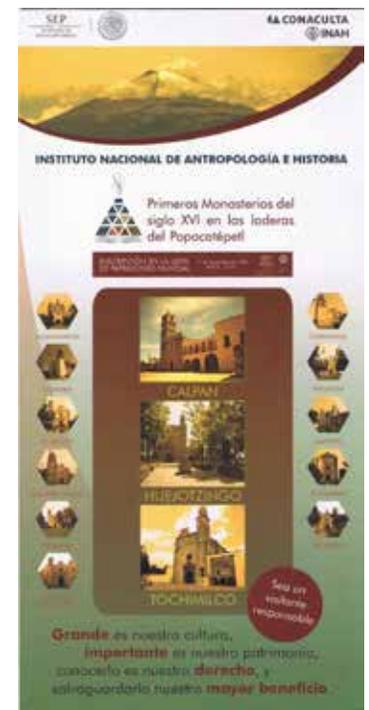
Disponibilidad	A quién va dirigido	Presentación	Costo
Vigente	Al público general	Impresa	Gratuito

Formato	Tamaño	Doblez	Páginas	Tipografía
Vertical	13 x 26.4 cm	Sin doblez	2	Sans Serif

<b>Contenido</b>	Frases por la salvaguarda del patrimonio y para promover su visita, listado de los 14 ex convento de la declaratoria y una breve explicación de la importancia del volcán.
<b>Extras</b>	No explica por qué la Unesco los declaró patrimonio mundial.
<b>Elementos</b>	Texto, imagen y mapa.

FUNCIONALIDAD	<b>Contenido</b>	Es funcional porque promueve los 14 ex conventos y proporciona contactos en caso de requerir mayor información.
	<b>Tamaño y doblez</b>	El tamaño podría complicar su traslado, ya que se tiene que cargar durante todo el recorrido por el museo y no se permite la entrada de mochilas.

PORTADA	<b>Imagen</b>	Fachadas de los 14 ex conventos.
	<b>Texto</b>	Título, listado de ex conventos y frases de salvaguarda del patrimonio.



Figuras 2.49 y 2.50. Folleto del Museo de la Evangelización.

IMAGEN	<b>Función</b>	Decorativa, descriptiva y educativa.
	<b>Cantidad</b>	16 imágenes.
	<b>Descripción</b>	Fachadas de 14 ex conventos, volcán Popocatepetl y mapa de localización.
	<b>Significado</b>	Se trata de los monumentos históricos que forman parte de la declaratoria de Patrimonio de la Humanidad de la Unesco.

INFORMACIÓN	<b>Organización</b>	La información está organizada por secciones: listado de ex conventos, frases de salvaguarda del patrimonio, mapa de localización y una breve reseña de la declaratoria.
	<b>Jerarquía</b>	El peso jerárquico recae sobre el listado de ex conventos.
	<b>Claridad</b>	El lenguaje utilizado es sencillo y entendible sin necesidad de tener conocimientos previos.

TIPOGRAFÍA	<b>Legibilidad</b>	El tamaño, contraste, color y espaciado de la tipografía permiten que sea legibilidad.
	<b>Contraste</b>	Aunque los fondos son ligeramente oscuros en algunas partes y algunas palabras son de color claro, existe el contraste en la mayoría de la composición.

TEXTO	<b>Espaciado</b>	Es el adecuado entre caracteres y líneas.
	<b>Realce</b>	Los títulos y algunas palabras tienen realce por su tamaño y color.

COMPOSICIÓN	<b>Retícula</b>	La composición de los elementos detona la presencia de una retícula con distinta distribución de columnas y filas, que se aprecia por los márgenes y la posición de las imágenes y el texto.
	<b>Buena continuación</b>	El listado de las imágenes pequeñas de los ex conventos genera una buena continuación visual.
	<b>Conexión de lo uniforme</b>	Los colores utilizados en textos, fondos e imágenes le dan la conexión de uniformidad al folleto.

El segundo es un folleto fotocopiado en blanco y negro, elaborado como parte del Día Internacional de los Monumentos y de los Sitios (18 de abril) de 2013 y se enfoca en la promoción, conservación e identificación del patrimonio cultural, de acuerdo a los estatutos del ICOMOS y la UNESCO (Centro INAH Puebla, 2013).

Aborda brevemente los Primeros monasterios del siglo XVI en las faldas del Popocatepetl desde el punto de vista arquitectónico, cultural, social e histórico (véase figura 2.51).

Además de contener breves explicaciones del surgimiento e implicaciones del Día Internacional de los Monumentos y de los Sitios, de la Convención relativa a la protección del patrimonio mundial cultural y natural, y de la Declaración de París.

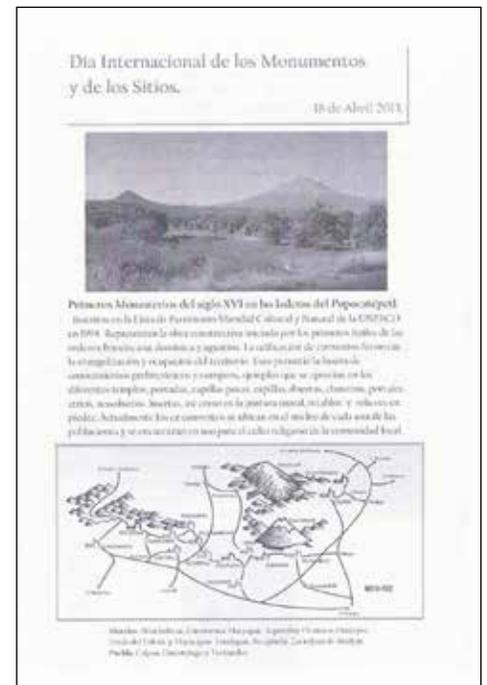


Figura 2.51. Folleto fotocopiado del Museo de la Evangelización.

Disponibilidad	A quién va dirigido	Presentación	Costo
Vigente (Abril 2013)	Al público general	Impresa (Copias)	Gratuito

Formato	Tamaño	Doblez	Páginas	Tipografía
Vertical	Carta	uno	4	Serif

<b>Contenido</b>	Conceptos para la promoción, conservación e identificación del patrimonio cultural, de acuerdo a los estatutos del ICOMOS y la UNESCO. Y breve explicación de los Primeros monasterios del siglo XVI en las faldas del Popocatepetl.
<b>Extras</b>	Incluye el mismo mapa de localización que el folleto anterior.
<b>Elementos</b>	Texto, imagen y mapa.

FUNCIONALIDAD	Contenido	Da a conocer distintos conceptos y elementos de la protección del patrimonio cultural. Y hablar de manera general de los Primeros monasterios del siglo XVI en las faldas del Popocatepetl.
	Tamaño y doblez	Es práctico por su ligereza y posibilidad de doblarlo aún más para guardarlo después de leerlo.

PORTADA	Imagen	Fotografía del volcán Popocatepetl y mapa de la ubicación de los 14 ex conventos que forman parte de los Primeros monasterios del siglo XVI.
	Texto	Título, breve explicación de la importancia de arquitectónica, cultural, social e histórica de los Primeros monasterios del siglo XVI en las faldas del Popocatepetl y listado de los mismos.

<b>IMAGEN</b>	<b>Función</b>	Decorativa, descriptiva y educativa.
	<b>Cantidad</b>	6 imágenes.
	<b>Descripción</b>	Fotografía del volcán Popocatepetl, mapa de los 14 ex conventos que forman parte de los Primeros monasterios del siglo XVI en las laderas del Popocatepetl e ilustraciones de los tres inmuebles poblanos.
	<b>Significado</b>	Mostrar el contexto y ubicación de los ex conventos que rodean el volcán.

<b>INFORMACIÓN</b>	<b>Organización</b>	La información está organizada por temática.
	<b>Jerarquía</b>	El peso recae sobre la explicación de Primeros monasterios del siglo XVI en las faldas del Popocatepetl, por presentarse primero. Y sobre la convención por su extensión.
	<b>Claridad</b>	El lenguaje es coloquial, explicativo y de conciencia para la salvaguarda del patrimonio.

<b>TIPOGRAFÍA</b>	<b>Legibilidad</b>	Aunque la tipografía de la portada es pequeña, es legible. El resto tiene un tamaño apropiado para su legibilidad.
	<b>Contraste</b>	Existe al tener tipografía en negro sobre fondo blanco.

<b>TEXTO</b>	<b>Espaciado</b>	El espaciado es adecuado, entre caracteres y líneas.
	<b>Realce</b>	Algunas palabras y la letra capital están realzadas con negritas.

<b>COMPOSICIÓN</b>	<b>Retícula</b>	La retícula utilizada es de una sola columna y de cuatro a cinco filas.
	<b>Buena continuación</b>	Los márgenes izquierdos del texto generan una buena continuación.
	<b>Conexión de lo uniforme</b>	El diseño editorial del folleto es la conexión de uniformidad.

## Guía del Museo de Guadalupe

La guía del **Museo de Guadalupe** ofrece un panorama completo del museo: historia del antiguo Colegio Apostólico de Propaganda Fide, otras ocupaciones del inmueble, la creación del museo y su declaración como Patrimonio de la Humanidad por formar parte de la ruta histórica del Camino Real de Tierra Adentro (Coordinación Nacional de Difusión, 2014).

Además proporciona la descripción de cada sala y la misión del museo, el plano del mismo y datos generales del recinto, como ubicación, servicios, horarios, costos, actividades y contactos (véase figura 2.52).

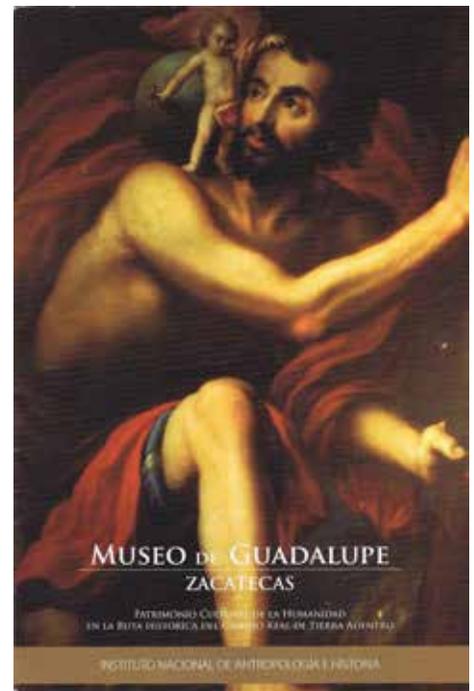


Figura 2.52. Guía del Museo de Guadalupe.

Disponibilidad	A quién va dirigido	Presentación	Costo
Vigente	Al público general	Impresa	\$ 10

Formato	Tamaño	Doblez	Páginas	Tipografía
Vertical	Doblado 18,5 x 28 cm Extendido 74 x 28 cm	3	8	Serif (nombre del museo y título de patrimonio) Sans Serif (Títulos, textos y pies de foto)

<b>Contenido</b>	Historia del antiguo colegio y de la creación del museo, breve descripción de las salas históricas y la pinacoteca, plano del museo y datos generales.
<b>Extras</b>	El plano del museo es confuso al repetir la numeración y no corresponder con el listado de las 27 salas.
<b>Elementos</b>	Texto, imagen y planos.

<b>FUNCIONALIDAD</b>	<b>Contenido</b>	Proporcionar la historia del antiguo colegio y del museo, así como la breve descripción de cada sala, ayuda al visitante a conocer el contexto introductorio para el recorrido. El plano del museo no sirve porque la numeración de áreas se repite en ambas plantas y ninguna corresponde al listado de salas.
	<b>Tamaño y doblez</b>	El tamaño no es práctico para cargarlo durante todo el recorrido por el museo. Los dobles pueden complicar su lectura mientras se camina por el museo.

<b>PORTADA</b>	<b>Imagen</b>	Óleo sobre tela de San Cristóbal, de Nicolás Rodríguez de 1722.
	<b>Texto</b>	Nombre del museo, entidad, que forma parte del Camino Real de Tierra Adentro y nombre completo del INAH.

<b>IMAGEN</b>	<b>Función</b>	Decorativa, descriptiva y educativa.
	<b>Cantidad</b>	26 imágenes.
	<b>Descripción</b>	Fotografías: fachada, capilla, antiguo hospital, escalera regia, biblioteca conventual, coro, claustro y la sala Técnicas y materiales. Óleos: santos, arcángeles, frailes y vírgenes. Planos: de Zacatecas y Guadalupe, y las dos plantas del museo.
	<b>Significado</b>	Se trata de las áreas y del acervo más destacado del museo.

<b>INFORMACIÓN</b>	<b>Organización</b>	La información está organizada por temas: historia del colegio y el museo, salas museográficas y datos generales del recinto.
	<b>Jerarquía</b>	El peso jerárquico recae en la declaratoria del inmueble como parte de la ruta del Camino Real de Tierra Adentro y la explicación de cómo llegar al museo.
	<b>Claridad</b>	Lenguaje coloquial.

<b>TIPOGRAFÍA</b>	<b>Legibilidad</b>	La tipografía es legible por su tamaño y contraste.
	<b>Contraste</b>	Existe por tener fondo oscuro con tipografía clara. En la parte de los datos del museo (servicios, horarios y actividades), el contraste se pierde un poco por ser tipografía en rojo sobre fondo café.

<b>TEXTO</b>	<b>Espaciado</b>	Los párrafos están justificados y el interlineado es sencillo.
	<b>Realce</b>	Algunos subtemas tienen realce por el grosor de la tipografía, pero no se aprecia mucho por ser del mismo tamaño que el resto del texto.

<b>COMPOSICIÓN</b>	<b>Buena continuación</b>	Los párrafos generan buena continuación horizontal.
	<b>Conexión de lo uniforme</b>	Los colores rojo y café del fondo y el blanco de la tipografía.

## Guía del Museo del Virreinato

La guía del **Museo Nacional del Virreinato** se enfoca en describir brevemente, y de acuerdo al recorrido cronológico, los distintos espacios del antiguo colegio noviciado de Tepotzotlán y las actuales salas del recinto (véase figura 2.53).

Además de mostrar el mapa de localización de cada una a lo largo de las tres plantas del inmueble. Incluye la cronología de la construcción del colegio y la llegada de los jesuitas a Tepotzotlán (Museo Nacional del Virreinato, 2011).

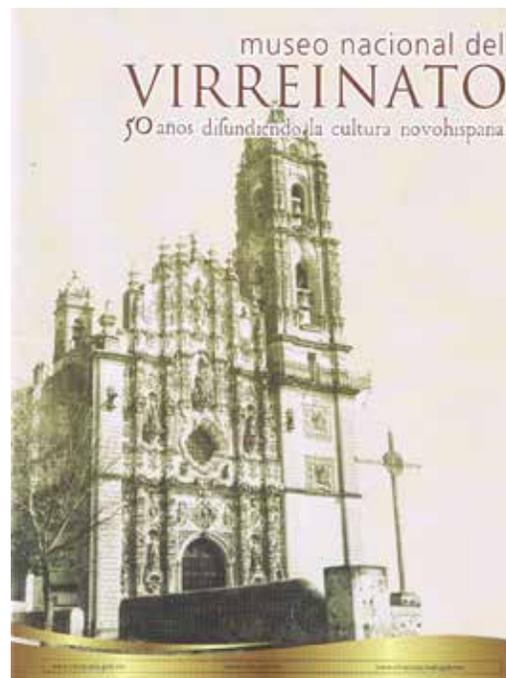


Figura 2.53. Guía del Museo Nacional del Virreinato.

Disponibilidad	A quién va dirigido	Presentación	Costo
2014 Últimos ejemplares	Al público general	Impresa	Gratuito

Formato	Tamaño	Doblez	Páginas	Tipografía
Vertical	Doblado 14.5 x 20 cm Extendido 58 x 40 cm	3	9	Serif (Nombre y lema del museo) Sans Serif (Títulos y texto)

<b>Contenido</b>	Explicación del uso original de cada espacio del inmueble, su historia, las obras destacadas de cada área y/o su arquitectura. Las salas, sus temáticas y el acervo que se expone en cada una. Y la cronología de la llegada de los jesuitas a Tepotzotlán y la construcción del colegio. Además, proporciona el listado de servicios al público, actividades y cómo colaborar con el museo.
<b>Extras</b>	La guía se publicó en 2014, en el marco del 50 aniversario del museo.
<b>Elementos</b>	Texto, imagen y mapa.

<b>FUNCIONALIDAD</b>	<b>Contenido</b>	Ayuda al visitante durante su recorrido, no solo dándole una breve descripción de cada espacio y sala, sino mostrándole el recorrido cronológico por el museo.
	<b>Tamaño y doblez</b>	Doblada, la guía es práctica porque su tamaño se presta para guardarlo y transportarlo fácilmente. Pero, al desdoblarlo para leerlo y ver el plano, es un poco incómodo y estorbo, como si se estuviera leyendo un periódico.

PORTADA	<b>Imagen</b>	Fachada del templo.
	<b>Texto</b>	Nombre del museo, conmemoración de sus 50 años y páginas web de las instituciones involucradas.

IMAGEN	<b>Función</b>	Decorativa, descriptiva y educativa.
	<b>Cantidad</b>	2 imágenes.
	<b>Descripción</b>	Fachada del templo e ilustración del plano del museo.
	<b>Significado</b>	La fachada del templo es una de las imágenes más representativas del ex colegio y con las que se identifica fácilmente al museo, ya que el templo está cerrado al culto y ahora es uno de los espacios museográficos del recinto. El plano muestra cada área del museo, así como la arquitectura que ayuda al visitante a ubicarse dentro del inmueble.

INFORMACIÓN	<b>Organización</b>	La información está organizada de manera cronológica, de acuerdo al recorrido museográfico del recinto.
	<b>Jerarquía</b>	El peso recae en una breve introducción del inmueble, sus espacios y las obras expuestas.
	<b>Claridad</b>	La redacción utiliza el lenguaje narrativo, explicativo y de divulgación histórica.

TIPOGRAFÍA	<b>Legibilidad</b>	La tipografía es legible por el tamaño, color y contraste.
	<b>Contraste</b>	Hay contraste al tener un fondo claro con tipografía oscura.

TEXTO	<b>Espaciado</b>	El texto está justificado y con interlineado sencillo.
	<b>Realce</b>	El nombre de las salas, espacios del ex colegio y las fechas de la cronología tienen realce en negritas.

COMPOSICIÓN	<b>Buena continuación</b>	Los márgenes de los párrafos crean una buena continuación visual.
	<b>Conexión de lo uniforme</b>	Los colores del fondo y de la tipografía, además del diseño editorial, proporcionan la conexión de uniformidad.

### Separador del Museo Virreinal de Acolman

Aunque el **Museo Virreinal de Acolman** no proporciona folletos al visitante, obsequia separadores durante las visitas a escuelas o distintas instituciones a las que llevan la información del museo (Museo Virreinal de Acolman, sf) (véase figura 2.54).

Disponibilidad	A quién va dirigido	Presentación	Costo
Vigente	A los asistentes de los talleres	Impresa (azul y rojo)	Gratuito

Formato	Tamaño	Doblez	Páginas	Tipografía
Vertical	5 x 18 cm	Sin doblez	2	Serif (Título y textos) Sans Serif (Textos)

<b>Contenido</b>	Misión del INAH, arquitectura, historia y relevancia del ex convento. Además de los datos del museo, como horarios, actividades culturales, directorio y contactos.
<b>Extras</b>	Se trata de un separador en dos distintos colores.
<b>Elementos</b>	Texto, imagen y un recuadro.



Figura 2.54. Separador del Museo de Acolman.

FUNCIONALIDAD	<b>Contenido</b>	Lleva información y datos del museo a personas que viven cerca del inmueble. Y al tener éste otro uso, recuerda la labor y contenido del museo.
	<b>Tamaño y doblez</b>	Es práctico por su tamaño de separador; que puede ser transportado con facilidad.

PORTADA	<b>Imagen</b>	Emblema institucional del INAH.
	<b>Texto</b>	Misión del INAH.

IMAGEN	<b>Función</b>	Decorativa, descriptiva y educativa.
	<b>Cantidad</b>	2 imágenes.
	<b>Descripción</b>	Fachada del ex convento y emblema del INAH.
	<b>Significado</b>	Destacar que se trata de un museo del INAH, por su emblema. Y mostrar el ex convento para afianzar su presencia visual.

INFORMACIÓN	<b>Organización</b>	La información está organizada por temas: misión del instituto, breve historia y arquitectura del convento, y datos del museo.
	<b>Jerarquía</b>	La jerarquía recae en la presentación de la labor que realiza el instituto, para después entrar en el tema del museo.
	<b>Claridad</b>	Aunque el lenguaje es coloquial, está mal redactado, las comas están mal colocadas y sobran o faltan mayúsculas.

TIPOGRAFÍA	<b>Legibilidad</b>	Aunque la tipografía es pequeña, es legible por el contraste.
	<b>Contraste</b>	Existe en la mayoría del texto al ser tipografía oscura con fondo blanco.

TEXTO	<b>Espaciado</b>	No es el apropiado entre caracteres ni entre líneas.
	<b>Realce</b>	El nombre del museo, algunas palabras y frases están resaltadas en negritas.

COMPOSICIÓN	<b>Retícula</b>	La retícula que se observa es de una sola columna, con siete filas y margen.
	<b>Conexión de lo uniforme</b>	Toda la tipografía es de color negra.

## 2.7. Planos del recorrido museográfico

Los mapas sirven para orientarnos, señalar la ruta sugerida o trazada, ubicar un lugar o saber llegar a él, ya sea en un parque de diversiones, ciudad turística, festival de música o museo.

“Los mapas proporcionan representaciones mentales del espacio más sólidas y son superiores a otras estrategias cuando el espacio es muy grande, resulta complejo o está mal diseñado” (Lidwell et. al. 2005, p. 260)

En los museos, los planos indican o sugieren la ruta para recorrerlo, además muestran las distintas salas y áreas que se encuentran abiertas al público, algunos tienen más especificaciones que otros. También señala las rutas de salida y la ubicación de los sanitarios.

En los museos de arte sacro en ex conventos, los mapas son indispensables por lo extenso del inmueble y porque, debido sus características arquitectónicas e históricas, en la mayoría de los casos el recorrido no es lineal.



Figura 2.55. Plano de la planta baja del Museo de Arte Religioso.

De los seis museos de esta tesis, no todos cuentan con planos de recorrido a la vista del público visitante. Los que sí lo tienen, lo muestran en sus cédulas o en sus guías y folletos impresos.

Aunque la intuición y perderse dentro del ex convento son parte de la experiencia que ofrecen estos recintos, todos requieren de mapas para orientar al visitante.

No basta con un plano del ex convento, el visitante debe entenderlo e interpretarlo adecuadamente para que la información que le proporciona le sea de utilidad en el momento en el que se encuentra de manera presencial en el museo.

La interpretación de los mapas es el “proceso de utilización de información espacial y ambiental para dirigirse hasta un destino” (Lidwell et. al. 2005). El cual consta de cuatro etapas:

- **Orientación.** Determinar la ubicación y el destino, saber en dónde se encuentra uno utilizando puntos estratégicos y/o elementos cercanos.
- **Decisión de ruta.** Decidir el rumbo que se tomará para llegar al destino. El menor número de posibilidades y señales en puntos de decisión son de gran ayuda.
- **Control de ruta.** Controlar que el camino conduzca al destino. Durante el trayecto se deben proporcionar elementos que permitan conocer el progreso hacia el destino.
- **Identificación del destino.** Tener la certeza de que se llegó al destino y que es el fin de la búsqueda.

En seguida se mencionarán los museos que cuentan con mapa para realizar el recorrido museográfico, no en todos los casos el plano se encuentra a la vista del público o éste cuenta con errores que podrían confundir al visitante más que orientarlo.

El **Museo de Arte Religioso** sí tiene plano del recorrido, diseñado por el área de Difusión Cultural, pero aún no se encuentra a la vista del visitante, debido a que se trabaja en las cédulas para su colocación (véase figura 2.55).

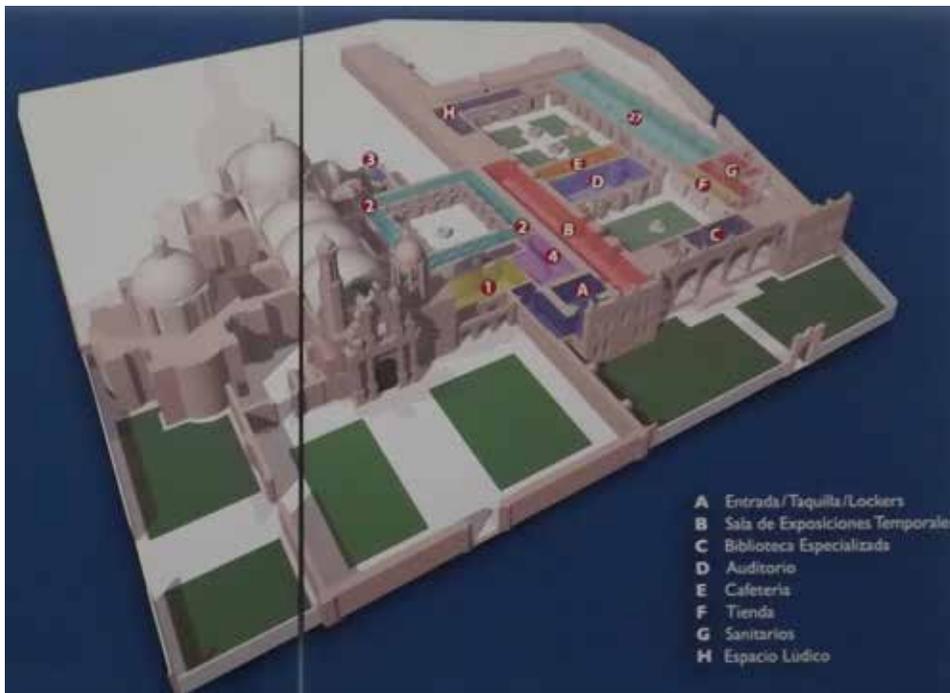


Figura 2.56. Plano de la planta baja del Museo de Guadalupe.

Sin embargo, aunque no hay mapa a la vista del público, el personal del museo, guías y custodios apoyan al visitante para evitar que brinque salas de manera inconsciente.

Al parecer las flechas indican las rutas de evacuación y no la ruta del recorrido del museo, pero esto no se explica en las acotaciones del mapa. Al igual que las fechas, las señales de localización de los extinguidores tienen fondo verde con las imágenes en negro, la utilización del mismo color hace que se confundan. También se indica la localización del elevador.

Algo que sobra en este mapa es la localización de las áreas administrativas, de servicio del personal del museo y las bodegas, porque alteran la cronología del recorrido numérico, además de que no es información que necesite el visitante.

A pesar de estos detalles que podrían causar confusión (la señalética del mismo color e incluir la localización de áreas administrativas), el mapa puede funcionar para orientar al visitante.

El **Museo de El Carmen** no tiene mapa a la vista del público, y aunque algunos espacios del recinto no tienen recorrido lineal, los vigilantes orientan al visitante. Además, cuenta con señalización de las rutas de las salas.

El **Museo de la Evangelización** no tiene mapa a pesar de que su recorrido no es completamente lineal y su señalización es confusa, poco visible y no está presente en todos los puntos de decisión.

A la entrada y en la mitad del recorrido por el **Museo de Guadalupe**, se encuentra el mapa del recorrido y localización de salas, dividido en planta baja y alta, y a su vez en salas históricas y Pinacoteca (véase figura 2.56).

Sin embargo, el mapa de la entrada es confuso porque solo muestra la planta baja, aunque el listado de salas incluye ambas plantas, entonces no hay forma de saber su ubicación viendo el mapa.

Mientras que el segundo mapa se encuentra al inicio del recorrido de la Pinacoteca, que es aproximadamente la cuarta parte de la visita por el museo. El mapa dice “Usted está aquí”, pero físicamente se ubica a tres metros del punto señalado, lo que podría confundir pues ambos (tanto el que indica el mapa, como el lugar en el que se ubica físicamente la cédula del mapa) son puntos de decisión de ruta.

El primer punto se encuentra subiendo la escalera regia y se dirige hacia las salas históricas o la Pinacoteca. Mientras que el segundo punto

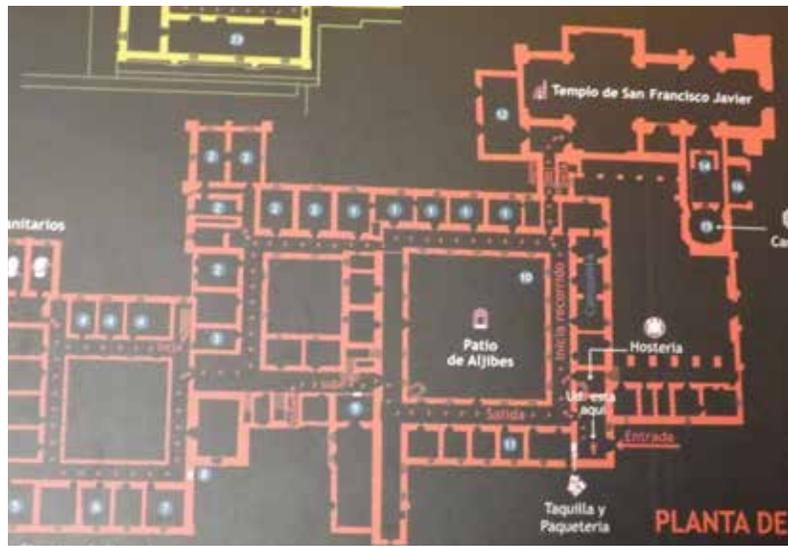


Figura 2.57. Plano de la planta de acceso del Museo Nacional del Virreinal.

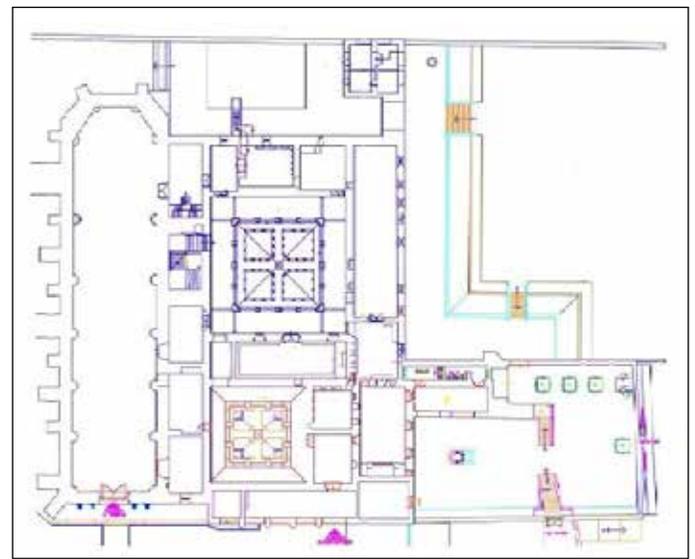


Figura 2.58. Plano de la planta baja del Museo de Acolman.

guía hacia el inicio del recorrido de la Pinacoteca y los baños o rumbo a la mitad del recorrido de la Pinacoteca y la salida del museo. Por lo cual, la posición física del mapa sí es relevante y al estar colocado en otro punto y no en el que indica el mapa (“Usted está aquí”) podría confundir y perder al visitante.

Además, en ninguno de los dos mapas (planta alta y baja) se muestran las salas históricas de la planta alta. La opción tampoco es revisar el mapa de la guía impresa del museo, pues, aunque presenta ambas plantas en dos mapas distintos, su numeración se repite y no coincide con el listado de salas.

En el transcurso de esta investigación, el mapa del **Museo Nacional del Virreinato** que se encontraba en la entrada fue remplazado por la bienvenida en distintos idiomas.

El mapa que fue remplazado, incluía la ubicación de las más de 30 salas y áreas abiertas al público que forman parte del recorrido y que se encuentran en tres distintas plantas del inmueble. Incluso proponía un recorrido sugerido, dividido en cinco partes y lo que cada una ofrecía visualmente (véase figura 2.57).

Observar el mapa requería de varios minutos, en los cuales uno se daba idea del recorrido por el museo y de lo que habría en cada sala. Actualmente, se realizan pruebas con pequeños mapas distribuidos en distintos puntos del museo, a la par de la renovación de algunas cedulas y señalizaciones del museo.

Aunque el **Museo de Acolman** se encuentra en proceso de reestructuración y por el momento no tiene obras expuestas al público, mantiene a la vista el mapa del recorrido anterior, que es de gran ayuda para orientarse en el ex convento (véase figura 2.58).

A pesar de que solo se muestra al inicio del recorrido, el visitante se da una idea de lo que tiene por conocer e incluso recordarlo. Además, está acompañado por la maqueta del ex convento.



*Figura 2.59. Gualupina, personaje-guía ilustrado del Museo de Guadalupe.*



*Figura 2.60. Barquín, personaje-guía ilustrado del Museo de Guadalupe.*

## 2.8. Personaje-guía del museo

La existencia de un personaje que guíe la visita en un museo contribuye a que la relación entre el visitante y el contenido del museo sea más personal y amena, porque causa empatía y le resta rigidez a la información presentada.

Después del análisis y la visita a distintos recintos, se ha detectado que los museos de arte sacro utilizan tres distintos tipos de personajes-guía:

- **El personaje-guía humano.** Se trata de un guía o actor caracterizado como algún personaje histórico que ofrece información y recorrido por el museo; puede ser visita especializada o temática.
- **El personaje-guía ilustrado.** A través de la ilustración se da vida a un personaje histórico o ficticio relacionado con la temática del museo; puede estar enfocado al público general o sólo al infantil y encontrarse en formato digital o impreso.
- **El personaje-guía animado.** Es similar al ilustrado, pero en este caso tiene movimiento y voz por medio de animación, que puede ser folleto digital o cápsula de video.

El **Museo de El Carmen** realiza visitas guiadas diarias y una vez al mes lleva a cabo visitas especiales temáticas, en algunos recorridos el

guía del museo se caracteriza como uno de los monjes carmelitas, con túnica café, sandalias y actitud solemne, que podría considerarse personaje-guía humano.

El Museo Nacional de las Intervenciones, aunque su temática es de distinta temporalidad que el de las ordenes novohispanas, su sede es el ex convento de Nuestra Señora de la Asunción de Churubusco, Coyoacán, Ciudad de México.

Por ello, cuenta con salas permanentes de arte sacro y ambientaciones de algunos espacios conventuales (cocina, comedor, baño), además de ser escenario de pastorelas en época decembrina y muestras temporales de nacimientos.

Este recinto también realiza visitas con personajes-guía, el programa que se titula Visitas guiadas con un personaje de la historia se lleva a cabo los fines de semana y cada mes cambia de protagonista, que puede ser de la Independencia, la Revolución Mexicana o de las intervenciones ocurridas en México. En este caso se trata de actores que interpretan en primera persona el guión preparado por los especialistas del museo.

El **Museo de Guadalupe**, ubicado en Zacatecas, recurre a tres personajes que son personajes-guía ilustrados, Gualupina, una niña

con vestimenta novohispana (véase figura 2.59); y Barquín, un niño vestido de bufón barroco (véase figura 2.60) y en menor medida a un pequeño perro blanco, que aparecen en los carteles de difusión y en la ludoteca del museo. Están dirigidos al público general e infantil (Museo de Guadalupe, 2015 y 2016).



*Figura 2.61. Julio, personaje-guía del Museo Nacional del Virreinato.*

<b>Nombre</b>	Gualupina.
<b>Tipo</b>	Ilustración digital.
<b>Descripción</b>	Niña de clase alta de la época novohispana, tez blanca y cabello largo.
<b>Localización</b>	Ludoteca del museo y carteles promocionales del recinto y sus actividades culturales.

<b>Nombre</b>	Barquín.
<b>Tipo</b>	Ilustración digital.
<b>Descripción</b>	Niño vestido de bufón barroco.
<b>Localización</b>	Ludoteca del museo y carteles promocionales del recinto y sus actividades culturales.

El **Museo Nacional del Virreinato** implementó una guía infantil impresa, animada y audiovisual para su público menor de 12 años, con un personaje-guía animado (véase figura 2.61). Se trata de Julio, un joven estudiante del colegio que narra a un niño y una niña la historia, construcción y funciones del ex colegio jesuita; además de la labor de esta orden en la Nueva España y su expulsión a Europa (Museo Nacional del Virreinato, 2009).

La guía animada se encuentra en la sección para niños de su página web oficial [virreinato.inah.gob.mx](http://virreinato.inah.gob.mx). A lo largo de sus 37 páginas animadas incluye música barroca, audio, texto e imágenes de ilustraciones y fotografías.

Aunque el audio dice lo mismo que el texto, resulta atractivo visualmente por su colorido y porque los personajes mueven la cabeza, manos y ojos; además de otros elementos animados.

La versión audiovisual (4:14 min.), basada en la guía infantil impresa, incluye más animaciones e imágenes. Y aunque la voz del narrador ya no es la de un niño como en la versión animada, sino la de un joven, el guión es el mismo. Ésta se puede ver en el canal de INAH TV de YouTube (Dirección de Medios de Comunicación del INAH y Museo Nacional del Virreinato, 2009).

<b>Nombre</b>	Julio, novicio del colegio jesuita.
<b>Tipo</b>	Ilustración digital y animada.
<b>Descripción</b>	Joven con vestimenta azul de novicio.
<b>Localización</b>	Guía impresa y videoguía infantil del museo.



# Capítulo 3

## Comunicación visual y la experiencia del visitante/usuario

*Los museos deben reconocer sus roles  
dentro de la sociedad actual  
y repensar su relación con el público.  
Deben ser entendidos como una actividad de ocio  
y como una institución al servicio de las personas  
que busca satisfacer las necesidades de sus usuarios.*

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte  
del Gobierno de España (2012).





Al hablar de museos, sea cual sea, es primordial hablar del visitante, de esa persona a la que va dirigido el museo y todos los esfuerzos de museografía, difusión, gestión e investigación. Porque sin visitantes, el museo sólo es una bodega de obras. Son ellos y los trabajadores (llámese directivos, vigilantes, guías, museógrafos, restauradores, gestores, investigadores y la gente de limpieza) los que le dan vida.

Los museos de arte sacro en ex conventos, aunque manejan temas especializados (como restauración, historia del arte, iconografía, hagiografía), son recintos de divulgación histórica que están dirigidos al público general.

Incluso hay museos que se refieren al público general como visitante, turista, usuario, público o grupo objetivo, entre otros similares, ya que todos los anteriores se refieren a las personas que visitan los museos.

Al respecto, el Consejo Internacional de Museos (ICOM, por sus siglas en inglés) señala que:

Público designa el conjunto de los usuarios del museo, pero también, por extrapolación a partir de su destino público, el conjunto de la población a la cual cada establecimiento (museo) está dirigido (...). Los usuarios son, por supuesto, los visitantes –el gran público– en quienes se piensa en primer término (Desvallées y Mairesse 2010).

La UNESCO incluso menciona a los visitantes virtuales, quienes conocen el museo a través de internet, sin importar el dispositivo a través del cual lo hagan.

Por lo tanto, cualquier acepción para referirse a las personas que visitan museos es válida. En esta tesis se optó por llamarlos visitantes, al hablar del público que asiste o visita de manera presencial el museo. Y usuarios o visitantes virtuales al público que utiliza medios electrónicos para conocer el museo (internet, aplicaciones o audiovisuales fuera del recinto).

Es decir, al hablar de los visitantes nos referiremos a niños, personas con discapacidad (visual, auditiva, intelectual y/o motriz), estudiantes (desde kínder hasta posgrado), jóvenes, adultos y personas de la tercera edad; locales, estatales, nacionales e internacionales; católicos, ateos y de otras religiones; incluso no todos hablan español. Cada museo ofrece actividades, información, materiales y accesibilidad para sus distintos visitantes.

Ante un concepto que sigue siendo aún tan amplio, es necesario abordar la tipología del visitante desde diferentes autores y fuentes; y la experiencia de cada uno, tanto de forma presencial como virtual.

Tanto la experiencia del visitante como del usuario, se refieren a la experiencia que adquieren los individuos. La primera está enfocada a lo presencial, durante la visita o recorrido en un lugar o espacio, cualquiera que éste sea, y la influencia de los elementos que se experimentan en el lugar, físicos (materiales o corporales) y psicológicos.

Mientras que, al hablar de experiencia de usuario, también nos referiremos al visitante, pero que conoce el museo de forma virtual y su interacción con los medios online que utiliza como enlace, como páginas web, recorridos virtuales, aplicaciones móviles, redes sociales y cápsulas de video a través de internet.

En anteriores capítulos ya se abordaron los materiales físicos que se les proporciona a los visitantes (durante su visita o para atraerlos al museo), como folletos y carteles, e incluso los materiales que guían su visita (señalética).

Ahora se profundizará en los medios digitales, de los cuales surge su experiencia de usuarios y a su vez la de visitantes no presenciales; como paseos virtuales, páginas web, paseos en 360 grados e incluso redes sociales, las cuales han fortalecido y ampliado la difusión de los museos, además de su contacto con los visitantes.

### 3.1. Tipología y comportamiento del visitante

Para brindar mejor atención al visitante es necesario conocerlo y saber que no todos son iguales, cada uno buscan cosas distintas del museo y su comportamiento también es diferente.

Existen distintas clasificaciones, perfiles o tipologías para identificar a los visitantes de museos, las cuales han sido propuestas por instituciones nacionales e internacionales. A grandes rasgos, se han determinado cuatro grandes divisiones:

- De acuerdo a la frecuencia con la que visitan museos y lo que buscan en ellos
- La relación de los museos con sus visitantes (cómo los trata / cómo los considera)
- Los grupos de visitantes o individuos identificados por el ICOM
- De acuerdo al registro de visitantes del propio INAH

La investigadora estadounidense Marilyn G. Hood explica que existen tres patrones de públicos: visitantes frecuentes, no público y público ocasional. Los patrones surgieron a través de estudios de público que realizó en 1980 y 1981 en el *Toledo Museum of Art* de Ohio, en donde analizó la información demográfica, nivel socioeconómico, educativo y edad; con la psicográfica, al preguntarle a la gente qué querían hacer en su tiempo libre (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España, 2012).

Los resultados que obtuvo, demostraron que los dos modelos de públicos existentes (participantes y no participantes) estaban incompletos, porque les hacía falta el punto medio, los participantes ocasionales.

Los tres patrones surgen a partir de la información cuantitativa y cualitativa del estudio de Marilyn G. Hood. La cualitativa se enfocó en lo que querían hacer las personas en su tiempo libre, y cuyos resultados fueron: interactuar socialmente, hacer algo útil, sentirse a gusto, experimentar algo nuevo, aprender y participar.

Los patrones de la investigación estadounidense se publicaron en el estudio del Laboratorio permanente de público de museos del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España (2012), los cuales se definen de la siguiente manera:

**Visitantes frecuentes.** Asisten al museo mínimo tres veces al año. Entienden el “código del museo” y están a gusto en él. Invierten tiempo y recursos para visitar museos. Buscan aprender, experimentar y hacer algo útil en su tiempo libre (representan aproximadamente el 50% de visitantes).

**No Público.** Es el que más visita museos, pero los considera lugares restrictivos donde no existen oportunidades de comunicación social entre las personas que lo acompañan. No entiende el código del museo. Busca experiencias de ocio que no cree encontrar en el museo, como la socialización, la participación activa y sentirse a gusto en el ambiente.

**Público ocasional.** Asiste al museo cuando hay actividades, exposiciones o eventos para satisfacer su experiencia de ocio. No entiende el código del museo y no considera que éste le proporcione experiencias de ocio. Busca tener participación activa, interacción social, entretenimiento y sentirse cómodo en el ambiente en el que se encuentre.

La contraparte sería cómo se relacionan los museos con sus visitantes, cómo los trata, cómo los considera. Al respecto, la investigadora social Zahava Doering (1999), del *Smithsonian Institution*, propone un modelo de la relación que el museo tiene con sus visitantes:

**Los visitantes como extraños.** En este modelo de museo, la responsabilidad primaria es el acervo y no el público. Muchos curadores toman esta postura, al igual que las instituciones, principalmente las que investigan. Al público se le considera como extraño (en el mejor de los casos) e intruso (en el peor). Se espera que el público, en virtud de haber sido admitido, reconozca que se le ha concedido un privilegio especial.

**Los visitantes como invitados.** En esta postura, quizá la más común en los museos actuales, el museo asume la responsabilidad de los visitantes. El museo quiere “hacer el bien” fuera de un sentido de misión. Este “hacer el bien” usualmente se expresa en actividades “educativas” y objetivos institucionales definidos. Los visitantes-invitados son asumidos para ser receptivos a este enfoque.

**Los visitantes como clientes.** En esta actitud, el museo se siente responsable de los visitantes. El visitante no está subordinado al museo. El museo ya no trata de imponer la experiencia de visita que considera más apropiada. La institución reconoce que los visitantes, al igual que los clientes, tienen necesidades, expectativas y quiere que el museo esté obligado a entenderlo y conocerlo.

El ICOM y la UNESCO (2007) son más concretos al referirse a los visitantes de museos y distinguen varias categorías, que responden a criterios y a grupos específicos, y al mismo tiempo explican las necesidades correspondientes a cada tipo de público:

**Individuales.** Vienen al museo con un propósito preciso: ver una colección o una exposición, continuar las investigaciones académicas o por placer.

**Grupos de adultos independientes.** Suelen ser personas que se reúnen en el museo con un objetivo social y pasan en parte su tiempo conversando o relajándose.

**Familias.** Las necesidades de este grupo varían según la edad y los centros de interés. La acogida de familias traduce la voluntad del museo de despertar el interés de los pequeños.

**Grupos escolares.** Según el número de grupos anunciado y el papel del personal de museo encargado de la educación.

El tipo de público que estas instituciones e investigadores internacionales nos señalan que existen en los museos, si bien nos ayuda a identificar a los visitantes, son clasificaciones genéricas de todos los museos, sin importar su temática ni país sede.

Es decir, al ser una clasificación tan general, es insuficiente para hablar de los visitantes de museos de arte sacro del Instituto Nacional de Antropología e Historia, que incluyen toda la gama de edades, grupos sociales y niveles educativos, por estar dirigidos al público general.

Además de los estudios de público, este instituto identifica a sus visitantes por medio del registro de personas que acceden a sus museos y zonas arqueológicas, que clasifica en 13 rubros registrados por la Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional del INAH (2015):

- Boleto pagado nacionales
- Boleto pagado extranjeros
- Entradas sin costo nacionales
- Entradas sin costo extranjeros
- Profesores
- Estudiantes nivel básico
- Estudiantes nivel superior
- Trabajadores del INAH
- Discapacitados
- Entrada dominical
- Exposiciones temporales con costo adicional
- Exposiciones temporales sin costo adicional
- Tercera edad, pensionados y jubilados

El mayor número de visitantes son las personas que entran al museo de manera gratuita y en domingo. Entre semana, la entrada es libre para menores de 13 años, estudiantes y profesores con credencial vigente.

Y los domingos la entrada es libre para todos los mexicanos y extranjeros residentes en el país. Los demás días el acceso a estos museos del INAH sí tiene costo.

Con base en el registro del libro de visitas de los museos del INAH, se distinguen a los siguientes tipos de público:

- Nacionales
- Extranjeros

- Profesores
- Estudiantes nivel básico
- Estudiantes nivel superior
- Trabajadores del INAH
- Discapacitados
- Tercera edad, pensionados y jubilados

El registro del INAH sirve para llevar la contabilidad de visitantes, eso es de mucha ayuda, pero es individual, no nos dice si van en grupo (escolar o familiar), tampoco nos especifica las edades de los visitantes, las intuimos por su nivel de estudios y por ser de la tercera edad. Respecto a las personas con discapacidad, el reporte sólo es cuantitativo, no cualitativo.

Otro punto importante son los extranjeros, saber el número de este tipo de visitantes y analizar por qué o cómo se enteraron del museo es esencial; pero no conocemos sus nacionalidades o edades. Es decir, el registro proporciona datos cuantitativos que determinan el flujo de visitantes, pero no nos ofrece información cualitativa específica, de cómo se comportan o de intuirlo de acuerdo a su edad.

### **Comportamiento del visitante**

Las tipologías del visitante también se basan en su comportamiento y en lo que busca del museo. Los visitantes construyen significados a partir de su experiencia, intereses y la información previa, de esto depende su comportamiento y lo que buscan del museo o dentro de él.

John H. Falk, profesor y director del Centro de Investigación del Aprendizaje a lo largo de la vida de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas, de la Universidad Estatal de Oregón, propone cinco tipos de público de acuerdo a sus intereses y la identidad que cada individuo construye de sí mismo; los cuales se explican dentro del estudio del Laboratorio permanente de públicos de museos, publicado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España (2012):

**Explorador.** Valora el contenido y relaciona el aprendizaje con la diversión. Le atraen las exposiciones nuevas, las oportunidades y los retos.

**Facilitador.** Actúan como intermediarios, llevando a sus amigos, hijos o pareja. Le interesa más lo que el museo les aporta socialmente que intelectualmente.

**Buscador de experiencias.** Busca lo más conocido del museo: la oferta *blockbuster* y las piezas más publicitadas y reconocidas de la colección. Le atraen las experiencias únicas y hacen uso de todas las áreas del museo y sus servicios.

**Profesional o aficionado.** Conoce los temas del museo y suele ser un más crítico que el resto de los visitantes. Lo atraen los eventos relacionados con el museo, como talleres, conferencias y actividades académicas.

**Recargador.** Se le considera el más espiritual porque busca el goce, disfrute, belleza y la tranquilidad del museo para relajarse o refugiarse. El museo le atrae por su aspecto estético, sublime y espiritual más que por su contenido.

Por su parte, la consultora inglesa Morris Hargreaves McIntyre (2005), enfocada en la investigación estratégica dentro de la cultura, el patrimonio, ocio y medios de comunicación, distingue cuatro perfiles de comportamiento a partir de la relación del visitante con el museo y su acervo, cómo los objetos son seleccionados y qué tipo de interpretación requieren:

**Curioso/Browser/Navegador.** Selecciona objetos él mismo recorriendo la exhibición, camina hasta encontrar un objeto que atrape su atención. Requiere una explicación de los objetos que selecciona para ser capaz de interpretar su significado. Puede pasar a la etapa del Seguidor si continúa con la explicación de otros objetos seleccionados.

**Seguidor/Follower.** Quieren que el museo seleccione objetos que ilustren temas o tópicos a seguir. Requiere una explicación narrativa de temas para ser capaz de interpretar su significado. Puede ser trasladado a la etapa de Buscador y alcanzar el seguimiento de intereses personales, esto puede conducirlos a la búsqueda de objetos relacionados.

**Buscador/Researcher.** Tiene conocimiento general o intelectual del tema. Quieren consumir toda la información disponible de un tema determinado en el museo o exposición. Confían en el museo para seleccionar y presentar los objetos que entran en su campo de interés. Puede moverse a la etapa de Investigador al buscar otras fuentes de información.

**Investigador/Researcher.** Son visitantes especialistas de museos. Seleccionan objetos con base a su conocimiento del objeto o tema. Quieren tener acceso a la información especializada -un especialista en curaduría o trabajo escolar de un objeto en específico o de la colección del museo.

En México, el investigador Lauro Zavala (2015), autor del *Anti manual del museógrafo*, define de manera más puntual tres perfiles de comportamiento del visitante, adaptadas de la tipología de las estrategias de recorrido de Eliseo Verón y Jean Umiker-Sebeok:



Figura 3.1. Visitantes en familia en el Museo de Arte Religioso, en Puebla.

**Visitante Hormiga** (ritual, lento, memorioso, verbal y crítico). Orientado a la experiencia del análisis. Se podría decir de aquel que sigue al pie de la letra el recorrido del museo, que contempla cada pieza y lee cada cedula y ficha técnica.

**Visitante Chapulín / visitante pez** (lúdicos, interactivos, auditivos, emocionales y vertiginosos). Orientados a la experiencia empática. Podría decirse de aquellos que se saltan piezas y solo se acercan a las cosas que les llaman la atención, ya sean obras o complementos museográficos.

**Visitante mariposa** (pragmático, visual, táctil, sistemático y utilitario). Orientado a la experiencia pedagógica. Son aquellos que asisten con el objetivo consciente de aprender algo del museo.

Las descripciones son tan precisas, que incluso podemos imaginar a los visitantes y en algún momento hemos llegado a ver estos tres comportamientos en los museos. Y aunque se trata de una clasificación genérica, estos comportamientos están presentes en los museos de arte sacro.

Luego de analizar las distintas tipologías planteadas por investigadores e instituciones antes mencionadas, y de observar el flujo

de visitantes dentro de los seis museos que forman parte de la tesis, se proponen los siguientes perfiles de visitantes de museos de arte sacro:

**El turista cultural** (solo o en grupo). Es aquel no especializado que le gusta y conoce el patrimonio. Su visita es planeada y existe la posibilidad de que antes de asistir haya investigado el museo/ex convento.

**El turista religioso** (católicos o monjas). Principalmente acude a la iglesia anexa al museo, pero también le interesa la historia religiosa del lugar y la colección de arte sacro.

**La familia** (núcleo principal o todo el árbol genealógico). Su estancia en el recinto se debe a vacaciones, fin de semana recreativo, reunión, evento o viaje familiar (véase figura 3.1).

**El grupo de amigos** (desde adolescentes locales hasta adultos jóvenes nacionales y extranjeros). Su intención es pasar un momento agradable entre amigos y/o compartir intereses mutuos.

**Personas con discapacidad** (visual, auditiva, motriz e intelectual). Su visita requiere de accesibilidad a los espacios y al contenido del museo. Los acompaña uno o más familiares, e incluso forman parte de visitas en grupo.

**La pareja** (jóvenes o jubilados, nacionales y extranjeros). Su visita transcurre entre besos o recorrido tomados de la mano. Podría considerársele salida o vacaciones románticas.

**El estudiante** (desde preescolar hasta posgrado). Acuden al museo solos, con sus padres o en grupo (escolar o de amigos), por una tarea, investigación o visita escolar. Abarca todos los niveles, desde preescolar hasta posgrado, cada uno requiere atención e información de acuerdo a su edad, escolaridad y conocimiento previo.

**Los tesistas / investigadores / especialistas** (Llegan con los permisos requeridos para su investigación). Dedican el doble de tiempo al recorrido o van directamente a una obra o sala.

**El que llega por casualidad** (solo o en grupo). Ya sea que asiste a un evento familiar en la iglesia anexa, estaba de paso o descubre la existencia del museo, le dedica poco tiempo a su visita porque no es su prioridad, pero sí llama su atención.

La propuesta está integrada por nueve rubros, ya que los museos de arte sacro atraen no sólo al público general, sino a otro tipo de público, como el de turismo cultural o religioso y el investigador especializado en temas históricos y de arte religioso.

Además, esta tipología funciona para los visitantes locales (de la misma comunidad o alrededores), estatales y nacionales y extranjeros.

### 3.2. Experiencia del visitante

Respecto a la experiencia que ofrecen los museos a los visitantes, recordemos que el ICOM señala que:

El museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público que adquiere, conserva, estudia, expone y transmite el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y de su medio ambiente con fines de educación y deleite (Desvallées y Mairesse, 2010, p 52).

Es decir, que no sólo ofrece experiencias educativas o académicas, sino también de deleite, disfrute y ocio, como turísticas, culturales, sociales, lúdicas y emocionales. A estas experiencias son a las que se enfoca esta tesis, dejando de lado el concepto ya rebasado del museo como extensión de la escuela; que, aunque el visitante sí adquiere una experiencia educativa, no lo hace porque haya sido obligado a ello, sino porque surge de manera natural.

Al respecto, la consultora Morris Hargreaves McIntyre (2005) diseñó una jerarquía de cinco principales motivaciones que hacen que la gente acuda a los museos, con la expectativa de satisfacer sus necesidades: espirituales, emocionales, intelectuales y sociales; divididas a su vez en una serie de motivaciones más específicas.

Luego de generar el modelo de la jerarquía de motivaciones de los visitantes de museos (creada a partir de evidencia empírica), la consultora cultural se percató del paralelismo con la Pirámide de necesidades humanas, teoría psicológica propuesta por Abraham Maslow (véase tabla 1).

**Tabla 1. Jerarquía de motivaciones de los visitantes de Morris Hargreaves McIntyre**

Morris Hargreaves McIntyre Jerarquía de implicación del visitante		Pirámide de necesidades humanas de Maslow	
Espiritual	Evasión Contemplación Estimular la creatividad	Autorrealización	
Emocional	Placer estético Asombro y maravilla Emocionarse Relevancia personal Experimentar el pasado Nostalgia Visión Identidad cultural	Estética	
		Conocimiento	Estima
Intelectual	Interés académico o profesional Afiición Crecimiento personal Estimular a los niños		
Social	Interacción social Entretenimiento Para ver y hacer Inclusión, hospitalidad Acceso Comodidad, seguridad, calidez	Social	
		Seguridad	Fisiología

Nota: Recuperado de Morris Hargreaves McIntyre (2005).

Es así que el visitante asiste a los museos en busca de experiencias que satisfagan sus necesidades, pero, como señala John H. Falk, citado en el estudio del Laboratorio permanente del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Gobierno de España (2012), estas experiencias dependen de diversos factores, como el contexto personal, sociocultural y físico de cada persona. Los cuales se explican a continuación:

**Contexto personal.** El conocimiento previo e interés sobre el tema. Poder elegir y controlar lo que se hace o visita es un factor determinante para que la experiencia sea gratificante.

**Contexto sociocultural.** Realizar la visita con otras personas o la influencia de los demás grupos que se encuentran en el museo, sobre el individuo que realiza la visita.

**Contexto físico.** Planificación previa a la visita, la orientación dentro del museo, su atmósfera y el diseño del edificio y de sus exposiciones.

Doering (1999), del *Smithsonian Institution*, indica que algunas personas seleccionan los museos, fuera de la gama de actividades de ocio, porque buscan algo en particular que sólo estos recintos pueden ofrecer. La investigadora les llama “experiencias de museo”. A través de encuestas de muestreo y análisis de los comentarios de los visitantes, se determinaron cuatro tipos de experiencias de museo:

**Experiencias Sociales.** Pasar tiempo con los amigos, familia u otras personas. Mostrarles nuevas cosas a nuestros hijos.

**Experiencias Objeto.** Ver cosas bellas, raras, nuevas, no comunes, valiosas.

**Experiencias Cognitivas.** Enriquecimiento de mi entendimiento. La obtención de información o conocimiento. Reflexionar el significado de lo que estoy viendo.

**Experiencias Introspectivas.** Sensación de una conexión espiritual. Imaginar otros tiempos o lugares. Pensar en lo que sería poseer este tipo de cosas. Recordar mis viajes, experiencias de la infancia y/u otros recuerdos. Sentimiento de pertenencia.

Las personas que visitan de manera presencial los museos de arte sacro experimentan los cuatro puntos anteriores, además de una serie de experiencias propias de los ex conventos. A continuación, se mencionan algunas que se basan en la observación y análisis de los seis museos de esta tesis y sus visitantes:

### **El ex convento y su contexto espacial turístico**

Los ex conventos fueron construidos en determinados lugares a partir de las funciones que ejercieron originalmente, si era convento tenía que estar en las capitales españolas (como el actual **Museo de Arte Religioso** de Puebla) y si su función era la de evangelizar, debía estar en antiguos señoríos (como el **Museo de la Evangelización** en Huejotzingo, Puebla) o lejos de las capitales españolas y poblados prehispánicos para un mejor retiro espiritual (como el **Museo Nacional del Virreinato** en Tepetzotlán, Estado de México).

En la actualidad, los ex conventos, en los que se ubican los museos de arte sacro, se encuentran lejos de las capitales estatales, pero enclavados en pueblos mágicos o lugares turísticos (San Ángel, barrio en el que se localiza el **Museo de El Carmen**, en la época virreinal era considerado las afueras de la ciudad).

Por lo cual, la experiencia de este tipo de museos no solo es el recorrido dentro del inmueble, sino también el contexto geográfico del lugar en el que se encuentra el recinto, que en la mayoría de los casos se trata de lugares con arquitectura colonial y otros atractivos turísticos y culturales.

Además de la experiencia que proporciona un viaje, como una especie de catarsis al romper con lo cotidiano o la rutina y cambiar de ambiente.

### **La arquitectura del inmueble**

La arquitectura de estos inmuebles históricos proporciona una experiencia al visitante, ya que son obras arquitectónicas que poseen historia, diversos significados religiosos y artísticos en sus acabados y detalles, y por lo amplio de sus espacios (interiores y exteriores). Incluso sin acervo en exhibición, como el **Museo Virreinal de Acolman** (por su restauración), los visitantes acuden para conocer y recorrer el ex convento por la belleza del inmueble.

### **Arte sacro o arte religioso novohispano**

Por supuesto que el acervo en exhibición es parte de la experiencia del visitante, pero cada tipo de colección genera distintas reacciones en el público. En este caso se trata de arte religioso histórico o arte sacro, en resumen: arte católico novohispano, pero (y esto es muy importante) visto y explicado desde el enfoque artístico, histórico e iconográfico.

Los museos de arte sacro están dirigidos al público general y sus contenidos son divulgados para que todos los visitantes los comprendan, conozcan y disfruten. Sin embargo, la interpretación de los contenidos y la experiencia del visitante a partir de la colección expuesta, dependerá de su contexto, conocimientos previos, edad, nivel educativo e incluso estado de ánimo.

### **Recreación histórica**

El recorrido de estos museos se ha adaptado a los espacios que se conservan de cada inmueble, que se aprovechan para recrear el uso original del convento o colegio (salones, patios, habitaciones, comedor, cocina e incluso baños).

Es decir, las piezas se exhiben en su contexto original, esto le proporciona al visitante un enfoque más amplio del significado e historia de las piezas en exhibición. Es así que el visitante conoce la vida conventual novohispana (desde el punto de vista histórico, más que religioso) y a su vez el arte sacro que ahí se expone. Algo similar como en las casas-museo, en donde se exhiben los objetos personales de los artistas y sus estudios en los que realizaron sus obras ahora conocidas y populares.

### **La imaginación**

El colectivo imaginario se ha encargado de crear una serie de historias entorno a los ex conventos, como la aparición de fantasmas, sucesos trágicos y sangrientos, amores prohibidos, castigos, abortos de monjas y muerte de fetos. Algunos especialistas, como Consuelo Maquilar, doctora en Historia del Arte del Instituto Nacional de Antropología e Historia, consideran estos relatos como tergiversaciones y falta de respeto a la Historia.

La imaginación también puede llevarnos a viajar en el tiempo y trasladarnos a la época colonial, y preguntarnos cómo vivían los frailes y monjas

dentro de esos ex conventos o cómo sería si nosotros hubiéramos vivido en esa época y en esos inmuebles. Hasta imaginarnos qué pasa por las noches en ese tipo de museos.

Incluso, genera críticas hacia la religión católica, de cómo los españoles impusieron la nueva religión a los indígenas o suposiciones de cómo seríamos (como sociedad) si hubieran sobrevivido las creencias prehispánicas.

### **El recorrido laberíntico**

La función original de estos inmuebles es muy diferente al de un museo, ya que las áreas estaban distribuidas acorde a sus necesidades: áreas diseñadas para la vida conventual o la vida educativa de aproximadamente 10 religiosos o religiosas, y espacios pensados para sus actividades religiosas y cotidianas.

En la actualidad, las antiguas áreas del ex convento se han adaptado como salas de exposición, que no siempre permite un recorrido lineal por el inmueble; es decir, hay pasillos que se tienen que recorrer dos o más veces y la falta de señalización complica el recorrido por estos amplios inmuebles.

El visitante podría considerar este recorrido laberíntico como un atractivo más que ofrece el museo, pero en ocasiones puede llegar a ser molesto, sobre todo si uno busca el baño o la salida.

### **La iluminación**

La luz en los ex conventos es tenue y en algunos existen áreas oscuras, esto se debe a que la iluminación original era por medio de las ventanas (de día) y con velas o antorchas de noche. Actualmente, algunas ventanas permanecen cerradas por la conservación del acervo, incluso en ocasiones se impide que la luz solar entre directamente por el mismo motivo. En cuanto a las velas y las antorchas, es

impensable alumbrar con este tipo de materiales los ex conventos y más si son sede de museos, debido al hollín que generan.

Ahora, estos ex conventos se iluminan de manera artificial y requieren lámparas especiales, tanto para alumbrar salas como piezas. Sin embargo, algunos espacios y/o pasillos se mantienen oscuros, esto como parte de la misma museografía del recinto.

Por lo tanto, la iluminación del interior del inmueble, independiente de luz de las piezas, también proporciona una experiencia al visitante, ya sea que visite el museo de día o de noche, durante los recorridos nocturnos especiales.

### **La temperatura**

A pesar de que los museos cuentan con sistemas que controlan el clima para no alterar la temperatura del acervo en exhibición, los ex conventos suelen ser inmuebles fríos debido a los materiales de construcción, al grosor de las paredes y a sus amplios corredores.

En época de calor, los ex conventos son frescos, pero en temporada de frío la temperatura en el interior desciende. Y a lo largo del recorrido, ya sea solo viento al pasar de una sala a otra, esta es la razón por la cual la temperatura de estos inmuebles también forma parte de la experiencia que proporcionan los ex conventos, que, aunque no está directamente ligada con las funciones del museo, sí influye en el visitante (su estancia en el museo o incluso su humor).

### **La fauna**

Una de las experiencias que no es propia de los museos en general, pero sí de algunos museos en ex conventos, es la fauna que el visitante puede llegar a encontrarse en los patios, pasillos o fachadas del inmueble.

En algunas áreas de algunos ex conventos hay mosquitos, por ser lugares húmedos o por encontrarse cerca de ríos o lagos. Hace unos años, los murciélagos también estaban presentes en este tipo de inmuebles, pero el INAH implementó un programa para ahuyentarlos sin lastimarlos.

Las palomas sí están presentes, tanto en la entrada de la iglesia anexa, como en algunos espacios del interior de los ex conventos. Las mariposas y pájaros pueden llegar a verse en los espacios externos o patios de los ex conventos, pero se trata de fauna menos invasiva y molesta.

### **Actividades culturales**

Además de apreciar el acervo del museo, el visitante puede disfrutar de las diversas actividades gratuitas que organizan estos museos, ya sea exposiciones temporales, talleres, visitas nocturnas, conferencias, cursos, ciclos de cine.

Estas actividades ofrecen una experiencia complementaria a la visita del museo o ser un factor sorpresa cuando llega el visitante al museo y se entera que justo ese día a la hora en la que se encuentra en el museo se ofrecerá una actividad cultural que puede disfrutar.

### 3.3. Accesibilidad en los museos en ex conventos

La experiencia del visitante también depende de la accesibilidad dentro del museo, de la información que se le proporciona y de cómo se le proporciona; así como de las adecuaciones del inmueble acordes a sus necesidades.

La UNESCO (2016) señala que el acceso a la información “abarca distintas cuestiones relacionadas con la disponibilidad, la accesibilidad, la asequibilidad de la información, tales como el multilingüismo, los metadatos, la interoperabilidad de la información, el contenido libre, las licencias Creative Commons, así como las necesidades espaciales de los discapacitados”.

De acuerdo al *Manual de accesibilidad universal*, de la Corporación ciudad accesible (2010) de Chile, la accesibilidad es “el conjunto de características que debe disponer un entorno urbano, edificación, producto, servicio o medio de comunicación para ser utilizado en condiciones de comodidad, seguridad, igualdad y autonomía por todas las personas, incluso por las personas con discapacidad”.

Por su parte, el Observatorio de la accesibilidad (2016), de la Conferencia española de personas con discapacidad física y orgánica, señala que “la accesibilidad ha dejado de ser sinónimo de supresión de barreras físicas para adoptar una dimensión preventiva y amplia, generalizable a todo tipo de espacios, productos y servicios. Se trata de una variable fundamental para garantizar el cumplimiento del principio de igualdad de oportunidades, convirtiéndose paulatinamente en un reconocimiento general, como mejora de la calidad de vida de todos los ciudadanos”.

Es así que se diferencia entre la accesibilidad universal y la accesibilidad para personas con

discapacidad. La primera garantiza la igualdad de uso, simple y funcional (Corporación ciudad accesible, 2010). Y la segunda implica adaptación de espacios, servicios y objetos de acuerdo a las necesidades de las personas con discapacidad (motriz, auditiva, intelectual y/o visual) para garantizar su derecho a la accesibilidad (Observatorio de la accesibilidad, 2016).

Respecto a la accesibilidad en museos, el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España (s/a) señala que “el museo accesible elimina las barreras físicas, sensoriales e intelectuales para garantizar una óptima accesibilidad, tanto a sus instalaciones como a sus contenidos”.

La accesibilidad debe existir tanto en el museo presencial, como en el virtual; es decir, el inmueble que alberga al recinto tiene que ser accesible a todos los tipos de público que lo visiten, así como sus contenidos y museografía. De igual manera, la información y contenidos que se proporcionan a través de sus páginas de internet tiene que ser accesible para todos los usuarios que lo consultan en línea.

#### Accesibilidad dentro del museo

Desde 2011, el INAH implementó el Programa integral de accesibilidad, a través de la Coordinación Nacional de Obras y Proyectos, que incluye rampas fijas en banquetas y semifijas en interiores; andadores y circulación horizontal en pavimento antiderrapante; áreas de descanso, pasos peatonales seguros, plataformas de elevación y elevadores; adecuación de dimensiones de puertas, instalación de barandales y pasamanos; barras de apoyo en sanitarios, señalización en Braille y adecuación de mostradores, taquillas y teléfonos públicos. Además de incorporar nuevas tecnologías

para atender los diferentes tipos de discapacidad sea motriz, auditiva, intelectual y/o visual (Dirección de Medios de Comunicación del INAH, diciembre 2011).

La primera fase del Programa integral de accesibilidad incluyó al **Museo de Guadalupe** y en la segunda etapa se realizaron adecuaciones en el **Museo Nacional del Virreinato**. En el museo de Tepotzotlán destaca la implementación del Programa de visitas bilingües para personas sordas y oyentes, desarrollado por el Centro INAH San Luis Potosí y que desde 2010 se lleva a cabo en 11 recintos del INAH.

Hasta el momento, el único recinto museístico del INAH ubicado en ex convento que cuenta con la certificación de Museo accesible, de la asociación civil Libre acceso, es el Museo Regional Potosino, con sede en el ex convento de San Francisco, que data de finales del siglo XVI (Dirección de Medios de Comunicación del INAH, diciembre 2011).

Los museos del INAH ofrecen distintos niveles de accesibilidad, como los que se enlistan:

- Guías impresas, digitales, de audio y/o video
- Audioguías en español, inglés y francés
- Visitas guiadas para distintos niveles educativos (kinder, primaria, secundaria, universidad, posgrado)
- Visitas guiadas en español, inglés y francés
- Mapas del recorrido en puntos clave
- Cápsulas de video con audio en español y subtítulos en inglés.
- Señalética (ubicación de sanitarios, taquilla, salidas de emergencia)
- Información escrita, sonora, visual y en braille
- Elevador, plataformas y rampas
- Talleres y actividades para los distintos tipos de público
- Réplicas táctiles de obras
- Sillas de descanso
- Préstamo de silla de ruedas

A continuación se explican una serie de elementos más específicos que forman parte de la accesibilidad en los museos, tanto universal como enfocada a personas con discapacidad (motriz, auditiva, intelectual y/o visual), algunos de los cuales están presentes en los seis museos de arte sacro, estas características ya se mencionaron en el primer capítulo de acuerdo a cada recinto.

### **Entrada gratuita**

El costo de entrada de cada museo varía según su ubicación, tipo y administración, incluso los días de entrada gratuita pueden ser distintos, domingo o martes, y los precios oscilan entre los \$12 y \$70 pesos. Los recintos del INAH ofrecen entrada libre dominical a mexicanos y extranjeros residentes en México; y acceso libre entre semana para menores de 13 años, mayores de 60 años, jubilados, estudiantes, maestros, personas de la tercera edad y personas con discapacidad.

## Información general

Es indispensable que la información general del museo se le proporcione al visitante, en texto y audio, para que éste conozca costos, horarios, salidas de emergencia, duración del recorrido y las salas por visitar.

## Audio guías

Las audio guías disponibles en los principales museos del INAH tienen un costo adicional y explican los contenidos de las salas y las piezas más destacadas. Este recurso puede programarse en distintos idiomas y se reproduce de acuerdo a la numeración que se encuentra de manera visible en cada sala y/o pieza.

## Visitas guiadas

Las visitas guiadas vuelven accesible el contenido del museo porque lo proporcionan de manera que los diferentes públicos lo entiendan, lo cual incluye explicación para distintos niveles escolares (desde kinder hasta posgrado); dirigido a niños, jóvenes, adultos, personas de la tercera edad o personas con discapacidad intelectual; lenguaje a señas; y en diferentes idiomas para los visitantes extranjeros de habla no hispana.

## Mapas del recorrido

Los mapas del recorrido muestran la secuencia de la visita y la ubicación de salas, sanitarios y/o salidas de emergencia. Al proporcionar el mapa (impreso, en un cartel o de manera digital) al visitante, el recorrido se vuelve accesible porque así se evitará que el visitante se pierda o se salte salas sin saberlo.

## Señalización

Existen distintos tipos de señalización de acuerdo a la información que proporcionan, como la identificación de salas, oficinas, sanitarios o salidas de emergencia, y las rutas para llegar

a estos lugares. Parte de la accesibilidad de los museos es contar con señalización para orientar al visitante y que ésta sea de fácil comprensión para que logre comunicar una idea o información.

La señalización del museo debe ser comprendida por todos los visitantes, por ello no basta con que sean iconos visuales universales, también se requiere que exista señalización en braille y auditiva (grabada o que el personal del museo la proporcione).

## Cedularios

A la par del contenido y del diseño de los cedularios, se debe tener en cuenta el tamaño de la letra, así como la posición y ubicación de la cedula para que su lectura sea accesible y sea fácil de ubicar dentro de la sala y/o cerca de la pieza.

También es necesario contar con cédulas en Braille y/o audios que expliquen el contenido de las cédulas de salas y piezas (como las audio guías o los videos incorporados a la museografía).

## Idiomas

Aunque el museo se encuentre en México, sus contenidos e información deben proporcionarse en otros idiomas además del español, ya que se debe tener en cuenta que los visitantes también son extranjeros.

## Información museográfica

La información museográfica debe ser clara, bien redactada y con textos breves para que sea comprensibles para todos los visitantes de cualquier nivel escolar, intelectual o cultural.

## Préstamo de silla de ruedas

Este servicio es gratuito para las personas de la tercera edad, para personas con discapacidad motriz y personas que usan bastón.

## **Rampas y plataformas**

Pasos a desnivel o un par de escaleras pueden complicar la visita de las personas con discapacidad motriz. Los museos han adaptado sus espacios para incluir rampas y plataformas en todo el recorrido museográfico.

## **Elevadores**

Algunos ex conventos han sido adecuados para integrar elevadores que faciliten la accesibilidad de los visitantes con discapacidad motriz o personas de la tercera edad.

## **Sillas de descanso**

Los recorridos museográficos duran de 40 minutos a 3 horas, por ello en distintas áreas del museo se dispone de sillas de descanso, incluso las hay frente a obras que requieren mayor contemplación.

## **Réplicas táctiles**

Permite que las personas ciegas o débiles visuales puedan conocer a través del tacto los relieves de esculturas o pinturas.

## **Accesibilidad en la página web del museo**

La información de la página web de los museos acerca a los visitantes a sus contenidos sin tener que desplazarse al lugar en el que se ubica el recinto. Sin embargo, es necesario que los contenidos sean accesibles a todos los usuarios que lo consultan.

Los servicios de accesibilidad que se han observado en las páginas web de los museos de arte sacro son:

### **Mapa del sitio**

Se incluye el mapa del sitio web para que el usuario conozca el contenido de la página y en dónde encontrarlo, esto proporciona accesibilidad a la información online del museo.

### **Herramienta de acercamiento en texto e imágenes**

Aunque la página web utiliza texto e imágenes en tamaño estándar, algunos sitios incluyen la herramienta de acercamiento (*zoom*) para acercar y ver más grandes estos elementos.

### **Audios**

La información del museo no sólo se encuentra en texto, también se puede conocer a través de audios e incluso algunos audios ofrecen información extra, como cápsulas de noticias o temáticas históricas relacionadas con la temática del museo.

### Textos en otros idiomas

La información tiene mayor alcance al subirse a la red, por ello es necesario que la información de los museos que se encuentran en México, también se proporcione en otros idiomas y así aprovechar la difusión a gran escala que se logra con internet.

### Sección para niños

Principalmente ofrece juegos didácticos que refuerzan y complementan lo visto en el museo, están relacionados con las obras, historia y temáticas del recinto, como memoramas, rompecabezas,

### Recorrido virtual

Con el recorrido virtual, el museo puede ser visitado en línea (online) sin la necesidad de trasladarse al recinto. Aunque no sustituye a la visita presencial, el recorrido virtual pone el museo al alcance de todas las personas.

### Interfaz sencilla

Para ser accesible, la interfaz debe ser sencilla, intuitiva o con facilidad de uso para el usuario, de lo contrario su acceso será confuso y difícil para el usuario, de tal manera que no podrá acceder a los contenidos. De tratarse de una interfaz novedosa, como en el caso de los recorridos virtuales, tendrá que incluir explicación breve y sencillo de su uso.

Anteriormente, la página web del Museo Nacional de Antropología contaba con navegación accesible, que ofrecía la opción de comunicarse e interactuar con su página por medio del teclado, comandos de voz, sonidos y/o lectores de pantalla.

### 3.4. Cifras de visitantes 2015

Así como el análisis cualitativo enriquece a los visitantes (por las experiencias que les ofrecen los museos) y al museo (al conocer la tipología y comportamiento del visitante); el análisis cuantitativo ayuda a conocer el flujo de visitantes.

El INAH, como ya se había comentado anteriormente, registra la afluencia de público a través del libro de visitantes (a la entrada del museo), que incluye 13 rubros para determinar la tipología de visitantes.

Las cifras que arroja el registro son individuales y no nos dice si van en grupo o no (escolar o familiar), tampoco nos indica las edades de los visitantes, aunque algunas las intuimos por su nivel de estudios y por ser de la tercera edad. Ni siquiera señala el país de origen de los visitantes extranjeros (al menos no en los datos de acceso libre que se consultaron).

Lo que sí proporcionan las estadísticas de visitantes del INAH son las cifras mensuales y anuales de cada museo, divididas en dos: en reporte general (nacionales y extranjeros) y reporte detallado (los 13 rubros del libro de visitas).

A continuación, se presentan las tablas comparativas del número de visitantes generales que se registraron durante 2015 en los seis museos de arte sacro. Los datos cuantitativos obtenidos se analizaron y compararon junto con datos cualitativos, como la ubicación turística de estos recintos y las actividades culturales de cada mes.

**Tabla 2. Flujo de visitantes de museos de arte sacro en ex conventos del INAH durante 2015**

Recinto/Visitantes	Ubicación	Nacionales	Extranjeros	Total
<b>Museo Nacional del Virreinato</b>	Edo. Mex.	250,064	4,150	254,214
<b>Museo Virreinal de Acolman</b>	Edo. Mex.	64,580	4,106	68,686
<b>Museo de la Evangelización</b>	Puebla	60,617	1,266	61,883
<b>Museo de El Carmen</b>	CDMX	58,423	838	59,261
<b>Museo de Arte Religioso</b>	Puebla	51,124	822	51,946
<b>Museo de Guadalupe</b>	Zacatecas	41,080	359	41,439

*Nota: Cifras recuperadas de Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional del INAH (2015).*

**Tabla 3. Promedio mensual**

Recinto/Visitantes	Ubicación	Nacionales	Extranjeros	Total
<b>Museo Nacional del Virreinato</b>	Edo. Mex.	20,838	345	21,183
<b>Museo Virreinal de Acolman</b>	Edo. Mex.	5,381	342	5,723
<b>Museo de la Evangelización</b>	Puebla	5,051	105	5,156
<b>Museo de El Carmen</b>	CDMX	4,868	69	4,937
<b>Museo de Arte Religioso</b>	Puebla	4,260	68	4,328
<b>Museo de Guadalupe</b>	Zacatecas	3,423	29	3,452

*Nota: Cifras recuperadas de Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional del INAH (2015).*

De los seis museos, el más visitado durante 2015 fue el **Museo Nacional del Virreinato**, que de acuerdo a la Secretaría de Turismo (Datatur, 2015) ocupó el quinto lugar dentro del top cinco a nivel nacional de los recintos museísticos del INAH con mayor afluencia de mexicanos y extranjeros de ese año, solo detrás de los siguientes museos:

1. Nacional de Historia "Castillo de Chapultepec" (2,006,072)
2. Nacional de Antropología (1,963,021)
3. Templo Mayor (711,290)
- 4.-Nacional de las Culturas (262,741)
- 5.-Nacional del Virreinato (254,214)

Por ser uno de los cinco museos nacionales (incluyendo el de las Intervenciones en Churubusco, que no entró al top 5), el **Museo Nacional del Virreinato** es más grande y con mayor presupuesto, tiene más salas y acervo, así como mayor difusión y más presencia que el resto de los recintos de arte sacro, incluso más que algunos museos capitalinos.

Lo que se ve reflejado no solo en el número de visitantes, a pesar de localizarse a dos horas de la Ciudad de México, sino también en la cantidad de actividades culturales que organiza cada año, la calidad de su

museografía y señalética, la atención al público, el diseño de materiales promoción y el alcance de su difusión.

Además, ofrece la experiencia de un pueblo mágico. Al ubicarse en Tepozotlán, no solo se puede visitar el museo, también la plaza principal del centro, con restaurantes de comida típica, venta de artesanías y obras de arte, y la posibilidad de conocer Arcos del sitio, acueducto histórico localizado a 29 kilómetros.

El **Museo Virreinal de Acolman** fue el segundo más visitado de los museos de esta tesis, a pesar de que por el momento su colección no se exhibe al público, por estar en proceso la reestructuración de su guión museográfico. Sin embargo, tiene la gran ventaja de estar cerca de la Zona Arqueológica de Teotihuacán (20 minutos en automóvil).

Es factible considerar que algún porcentaje de los visitantes de la Zona Arqueológica de Teotihuacán (2,215,906) aprovechen para conocer el **Museo Virreinal de Acolman**, que se ubica a 12.7 kilómetros. Además de tomar en cuenta que en el sitio arqueológico existen promocionales del museo.

Para cubrir la demanda de los visitantes mientras se reestructura el guión museográfico, se llevan a cabo exposiciones temporales y actividades culturales y artísticas, como talleres, proyecciones de películas, visitas guiadas y recorridos especiales.

El tercero con mayor número de visitantes fue el **Museo de la Evangelización**, a pesar de tener escasa difusión, promoción turística y organización de eventos culturales.

Sin embargo, este ex convento es promocionado por las secretarías estatales y la nacional de turismo, debido a que forma parte de la declaratoria de los Primeros monasterios del siglo XVI en las laderas del Popocatepetl de la UNESCO.

Aunque (en teoría) los 14 ex conventos que conforman la declaratoria están abiertos a la visita pública (con distintos horarios y/o hay que avisar con anticipación), el de Huejotzingo es el único que es museo y por lo tanto tiene un guion museográfico y piezas en exhibición permanente. Así como horarios más extensos y la certeza de que siempre está abierto de martes a domingo.

El **Museo de El Carmen** ocupa el cuarto lugar. Algo inesperado porque tiene buena ubicación (San Ángel, Ciudad de México, a 40 minutos del Centro Histórico), buena oferta cultural del lugar en el que se encuentra (museos, teatros, librerías, restaurantes, artesanías), facilidad para llegar en automóvil (vías primarias como Avenida Insurgentes o Revolución) o transporte público (camión, metrobús, metro).

También cuenta con amplia oferta de actividades culturales, académicas y artísticas permanentes. Tiene buena difusión, atención al público, guion museográfico actualizado y señalética adecuada y el boleto de entrada se puede pagar con tarjeta. Entonces ¿Por qué no tiene tantos visitantes como los otros museos? Quizá se deba a que tiene que competir con la amplia gama de oferta cultural de la Ciudad de México.

En el quinto peldaño de museos más visitados se encuentra el **Museo de Arte Religioso**, localizado en los límites del centro histórico de Puebla. A pesar de también ser poblano como el **Museo de la Evangelización** y estar mejor ubicado, tiene alrededor de 10,000 visitantes menos que el ex convento de Huejotzingo.

El ex convento de Santa Mónica es considerado el único museo del INAH enfocado a las órdenes religiosas femeninas, además de que su acervo está compuesto por obras de cuatro ex conventos poblanos.

Este museo tiene buena ubicación, se localiza a unas calles del centro histórico de Puebla, es

fácil llegar caminando y lo rodean tiendas de artesanías; su guión museográfico está actualizado y cuenta con señalización adecuada, tiene buena atención al público, actividades culturales, académicas y artísticas; y tiene estrategia de difusión.

Al parecer, sucede algo similar que con el museo de San Ángel, el ex convento de Santa Mónica es tan sólo una de las tantas opciones de la oferta cultural del lugar en el que se encuentra, en donde hay otros museos y centros culturales en los que se distribuyen los visitantes y el turismo.

El recinto menos visitado de los seis que se analizaron, fue el **Museo de Guadalupe**, a pesar de estar a la par del **Museo Nacional del Virreinato**, por la importancia de su acervo y sede.

Aunque se localiza a 10 minutos del centro de Zacatecas, considerado patrimonio de la humanidad y lugar turístico, no logra captar a tantos visitantes. También presenta guión museográfico actualizado y recientemente fue restaurado. Es el único museo del municipio de Guadalupe, y uno de los museos de arte sacro con sede en ex convento ubicados más al norte de la República Mexicana.

### Visitantes extranjeros

El patrimonio cultural de México atrae no sólo a visitantes locales, estatales y nacionales, sino también a visitantes extranjeros que buscan conocer ciudades coloniales, museos y zonas arqueológicas, ellos forman parte del turismo cultural e internacional.

Son muy pocos los museos del INAH que proporcionan información en otro idioma que no sea el español, incluidos idiomas extranjeros, lenguas indígenas o en braille. Sin embargo, las cifras de visitantes no muestran si personas indígenas o débiles visuales acuden a estos museos.

Lo que sí muestran es que el número de visitantes extranjeros no es tan elevado como para requerir de manera urgente que la información del museo tenga que ser bilingüe, con el inglés como idioma universal. Entre 60 y 345 extranjeros por mes, contra 4, 260 y 20, 840 nacionales por mes.

En algunos museos, esta deficiencia de información en lenguaje extranjero se resuelve con guías en otros idiomas, ya sea por escrito, en audio o que el guía ofrezca la explicación en el idioma que lo requieran los visitantes, aunque no en todos los casos.

Las cifras de visitantes extranjeros muestran comportamientos similares a los datos del público nacional, en cuanto a la posición de los museos del más al menos visitado.

Excepto porque la cantidad de extranjeros es casi la misma en los **museos del Virreinato y Acolman**, con 4,150 y 4,106 visitantes, respectivamente. Mientras que, en las cifras de nacionales, Acolman solo representa la cuarta parte del flujo total del museo de Tepetztlán. Esto reitera la teoría de que el **Museo Virreinal de Acolman** atrae visitantes, sobre todo extranjeros, de la Zona Arqueológica de Teotihuacán.

### Incremento mensual de visitantes

Al comparar las cifras mensuales de los seis recintos, se observaron tres principales aumentos en el número de visitantes, que coincidieron en todos los museos:

- **Marzo y abril.** Vacaciones de Semana Santa y actividades alusivas, como conferencias, talleres y la colocación del Altar de Dolores.
- **Julio y agosto.** Vacaciones y talleres de verano.
- **Octubre y noviembre.** Actividades y ofrenda de Día de Muertos.

Algunos incrementos mensuales en el flujo de visitantes coinciden con las vacaciones y la realización de las principales actividades culturales de los museos.

Tal parece estos dos puntos son lo que motivan al público para asistir al museo. Quizá sea momento de dejar de ver a los museos como extensión de la escuela y empezar a plantearlos como lugares de ocio y convivencia.

Inicialmente se pensó que los museos más visitados serían los que más difusión y actividades culturales organizaban, además de encontrarse en lugares turísticos y rutas accesibles para llegar a ellos. Sin embargo, no fue así, excepto en el caso del **Museo Nacional del Virreinato**.

Al parecer, lo que ayuda a los **museos de Acolman y Huejotzingo** no es tanto la difusión que realizan desde adentro (del propio museo, de su Centro INAH o de las oficinas centrales), ya que es poca.

Sino la promoción que hace la Secretaría de Turismo nacional y estatales, porque, aunque no los promocionan como museos, sí lo hacen como ex conventos y lugares turísticos. No sólo de forma individual, sino también como rutas turísticas, culturales y patrimoniales de las que forman parte.

### 3.5. Experiencia del usuario

En la actualidad, para conocer un museo de arte sacro (o realizar cualquier actividad) nos basamos en la información previa que encontramos en internet, incluso existen visitantes que lo utilizan

durante y después de su recorrido presencial. Este uso de internet, que funciona como enlace entre el museo y el visitante, genera una experiencia en la persona, que al ser en el entorno digital convierte al visitante en usuario.

La experiencia de usuario (UX, por *User eXperience*) es:

El conjunto de sensaciones, valoraciones y conclusiones que el usuario obtiene de la utilización de un artefacto (...). Estas valoraciones no sólo son producto de su experiencia funcional, sino también de su experiencia estética. Esta experiencia es el resultado de los objetivos del usuario, las variables culturales y el diseño de interfaz (Royo, 2004, p. 135).

Es decir, la experiencia de usuario es una serie de métodos aplicados y reacciones generadas que surgen ante cualquier actividad que requiera interacción entre el ser humano y algún objeto físico o digital.

Para esta tesis nos referiremos a la experiencia de usuario como la interacción entre los individuos y la interfaz del sitio web, recorrido virtual o aplicación móvil que el usuario utiliza para conocer los museos de arte sacro.

Por ello, también es necesario abordar el Diseño de experiencias de usuario, porque toda interacción tiene (o debería tener) una intención y se debe buscar que ésta se cumpla; y el Diseño de interfaz, porque una buena interacción depende del enlace entre la persona y la acción.

Respecto al Diseño de experiencias de usuario (UXD, por *User eXperience Design*), Allanwood y Beare (2015) señalan que hay que tener en cuenta lo siguiente:

- El diseño de experiencias de usuario son un conjunto de métodos que se aplican a los procesos para crear experiencias interactivas

- Un diseño triunfa si satisface las necesidades y proporciona una buena experiencia
- Es un enfoque del diseño que permite proporcionar una buena experiencia

A su vez, la experiencia de usuario depende del Diseño de interfaz (UI, por *User Interface*), que “combina la usabilidad, la funcionalidad y la estética para conseguir un resultado satisfactorio, basado en los requisitos y expectativas del usuario” (Wood, 2015, p. 6).

### 3.6. El museo en internet a través de su sitio web o blog

La importancia (y necesidad) de que los museos cuenten con un sitio web reside en que internet se ha convertido en una de las principales fuentes de información. Existen infinidad de páginas dedicadas a museos, pero no todas ofrecen información veraz y actualizada.

Por ello es indispensable que cada museo cuente con su propia página oficial o institucional, de esta manera se tendría la certeza de que la información proporcionada es correcta y confiable.

El INAH cuenta con varios sitios web o micrositiros de sus diversas coordinaciones, museos y exposiciones, pero no todos cuentan con este medio. Toda la información oficial (respaldada por la propia institución) se concentra en la página principal de este organismo de gobierno.

Es a través de [www.inah.gob.mx](http://www.inah.gob.mx) (INAH, 2016), a cargo de la Dirección de Medios de Comunicación, que se realiza la difusión y divulgación online de las investigaciones y actividades de este instituto dependiente de la recién creada Secretaría de Cultura.

De los museos de arte sacro de esta tesis, sólo tres tienen sitio web y uno utiliza un blog:

- **Museo de Arte Religioso** - [santamonicapuebla.wix.com/inicio](http://santamonicapuebla.wix.com/inicio) (Museo de Arte Religioso, 2016)
- **Museo de El Carmen** - [www.elcarmen.inah.gob.mx](http://www.elcarmen.inah.gob.mx) (INAH y Museo de El Carmen, 2010-2015)
- **Museo de Guadalupe** - [www.museodeguadalupe.inah.gob.mx](http://www.museodeguadalupe.inah.gob.mx) (Museo de Guadalupe, 2016)
- **Museo Nacional del Virreinato** - [www.virreinato.inah.gob.mx](http://www.virreinato.inah.gob.mx) (Museo Nacional del Virreinato, 2011)

#### Diseño web

Así como en el diseño existen tendencias, también las hay en el diseño de interfaz de páginas web, pero teniendo en cuenta que “las tendencias no son sólo corrientes estéticas, muchas de ellas nacen para cubrir necesidades” (Inbound emotion, 2015).

Estas tendencias, además de cubrir necesidades, hacen que muchas páginas tengan similitud de diseño. Y no solo están “de moda”, son los principales ejes utilizados en el diseño de sitios web, que el usuario reconoce como actualizadas y con información vigente.

Para determinar las principales tendencias web de 2015 y 2016, se consultaron listados de tendencias de las siguientes empresas dedicadas al desarrollo de sitios web:



Figura 3.2. Vista normal del sitio web del INAH.

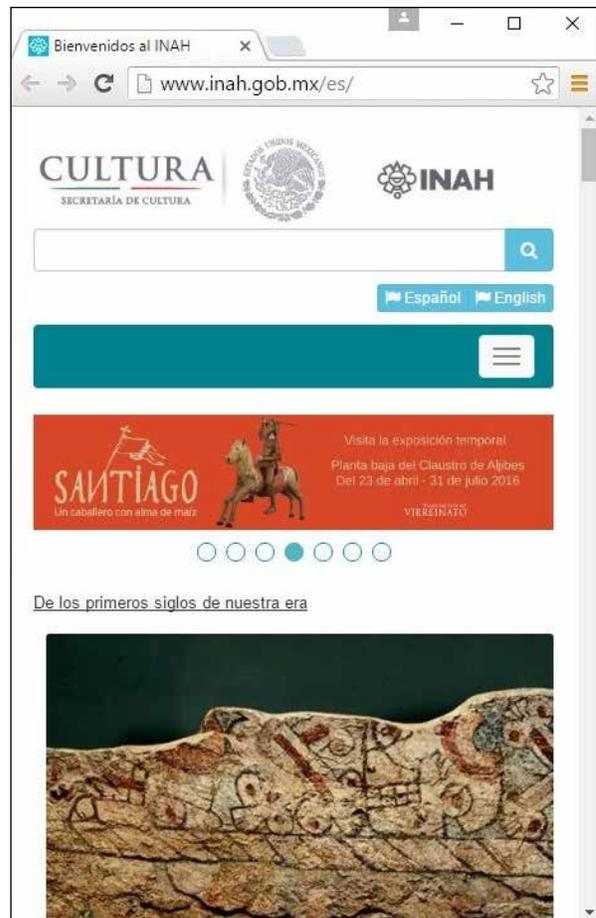


Figura 3.3. Diseño responsive del sitio web del INAH, los elementos se adaptan al tamaño de la pantalla o ventana.

## Empresas mexicanas

**Meca.** Agencia digital especializada en diseño, desarrollo y mantenimiento de sitios web, redes sociales y marketing. Registrada en la Asociación Mexicana de Internet (Meca, 2015).

**Sacapuntas.** Agencia mexicana marketing, diseño y publicidad, enfocada a desarrollar imagen corporativa, páginas web, publicidad, social media, contenidos, estrategia digital, diseño gráfico y apps. Avalada por la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (Sacapuntas, 2016).

**Qualium.** Empresa mexicana de marketing digital, diseño web, generación de contenidos, producciones audiovisuales, redes sociales, apps y software (Xacur, 2016).

## Empresas españolas

**Agency Sinapsis.** Agencia de marketing online, gestión de contenidos, social media y diseño, desarrollo y optimización de páginas web (Barrio, 2016).

**Estudio Mique.** Dirigido por el diseñador y productor editorial Miguel Bielsa. Enfocado en servicios de diseño gráfico, identidad corporativa, web, *packaging* y edición (Bielsa, 2015).

**LanceTalent.** Empresa dedicada a la programación, diseño y marketing online. Financiada por el Ministerio de Economía y Competitividad, del Gobierno de España (Lance Talent, 2015).

**We! Webs de empresas.** Agencia de marketing online de diseño, comunicación, desarrollo y programación. Están a cargo de la aplicación web del Patrimonio de la Humanidad de Castilla y León, España (Diseño web Valladolid, 2016).

**Social Mood.** Agencia de estrategias digitales, contenidos, social media, SEO y analítica web (Rodríguez, 2016).



Figura 3.4. Tipografía como recurso gráfico.



Figura 3.5. Micrositio Códices de México, con parallax.

Luego de analizar los listados de tendencias de las empresas de diseño web mexicanas y españolas antes mencionadas, se sintetizaron los principales patrones de diseño web. A su vez, estos patrones de diseño de interfaz se identificaron en páginas web de diversos museos y de las que abordan cultura y turismo.

### Patrones de diseño de interfaz en páginas web de 2015 y 2016

**Diseño Responsive o adaptativo.** Permite que la página web se adapte al tamaño de la ventana y/o al dispositivo en el que se visualiza, ya sea una computadora, tablet o smartphphone. Los elementos cambian de posición y/o tamaño sin perder la esencia del diseño.

El sitio web del INAH (2016) es ejemplo del diseño responsive, ya que todas sus páginas se acoplan al tamaño de la ventana o dispositivo en el que se visualizan. Se trata del mismo contenido y diseño, que se adapta de acuerdo a las necesidades de la visualización (véase figuras 3.2 y 3.3).

**Flat design o diseño minimalista.** El diseño se vuelve minimalista y sencillo, sin elementos que lo saturen y con descansos visuales. En este caso, menos es más. La página se vuelve más funcional y se aminoran los tiempos de carga.

**Tipografías como recurso gráfico.** Se explota al máximo lo visual de la tipografía, como parte de la personalidad visual del diseño de la página, mezcla estilos, tamaños y colores. Se busca ilustrar con tipografía, que ésta sea “artística”, no tratarla como texto, sino como imagen.

Es el caso de las iniciales del INAH, cuya tipografía está diseñada con imágenes de las distintas temáticas que maneja el instituto, las cuales presentan diferentes colores para intensificar el efecto (véase figura 3.4).

**Parallax.** Al hacer scroll o recorrer la página, el fondo se mueve a diferente velocidad que el contenido, en diferentes capas. La imagen tiene gran importancia para lograr el efecto.

Este efecto se percibe en el micrositio Códices de México (Ramírez, 2015), que se creó al término de la exposición temporal *Códices de México, Memoria y Saberes*, que se exhibió en el Museo Nacional de Antropología de septiembre de 2014 a febrero de 2015 (véase figura 3.5).

**Scroll infinito.** Proporciona la gran mayoría de la información en la misma página de inicio o en la página principal. Minimiza el sistema tradicional de navegación por click a secciones internas, ya que casi todo el contenido se consulta recorriendo de arriba abajo la misma página. La extensión no es tan pesada porque utiliza parallax.



Figura 3.6. Menú hamburguesa desplegado.



Figura 3.7. Micrositio Historia en piedra, con animación estilo hover.

El sitio web de la Secretaría de Turismo (2016) utiliza el scroll infinito para presentar la mayoría de su información en la página principal, en la que se despliegan distintas temáticas y secciones.

**Menú hamburguesa.** Ahorra espacio y el usuario lo identifica fácilmente porque su símbolo se ha estandarizado a nivel internacional. Está compuesto por tres pequeñas líneas horizontales paralelas (incluso hay otros más concisos que sólo muestran tres puntos).

Permanece oculto (solo se observan las tres líneas) hasta que el cursor se pone sobre ellas o se les darles clic, es cuando se despliega el menú principal, como en el sitio web del INAH (2016) (véase figura 3.6).

**Animaciones.** La imagen en movimiento atrae y mantiene la atención del espectador. Algunas se generan por si solas, otras requieren de la interacción del usuario para responder al estímulo y generar la acción. Las animaciones le dan dinamismo y vida a la página web.

- **De carga.** Entretiene mientras cargan las páginas de la web.
- **En movimiento.** Es una buena herramienta de marketing. Actualmente se incorpora a los diseños minimalistas para intensificar su impacto visual.
- **Desplazamiento suave o scrolling.** Permite la transición o recorrido de la página al propio ritmo del usuario y reduce la fatiga visual.
- **Hover.** El movimiento del mouse sobre el contenido activa la animación.
- **Cinemagrafías.** Fotografías con algún elemento en movimiento repetitivo.

El micrositio Historia en piedra.Tres monolitos mexicanos (INAH, 2011) está dedicado a los hallazgos, historia e investigaciones de los monolitos de la Piedra del Sol, Coyolxauhqui y Tlaltecuhlli. En la página de inicio, se observa una animación en carrusel, integrado por tres imágenes, que gira de izquierda a derecha (y viceversa) con el movimiento del cursor sobre las imágenes, sin necesidad de dar click. Este efecto de animación corresponde al llamado hover (véase figura 3.7).

**Microinteracciones.** En smartphones, las yemas de los dedos las realizan, como apagar el despertador o los patrones para desbloquear. En las páginas web, éstas las detona el click del

mouse o el desplazamiento del cursor sobre un icono, imagen o texto determinado.

En los reportajes interactivos del INAH, como el de Tlaltecuhltli, devoradora de cadáveres (Web INAH y Lastra, 2013) la información se despliega como respuesta a las microinteracciones del usuario. Al inicio de la secuencia narrativa, se explica brevemente el funcionamiento de la interfaz; en otras palabras, se indica en qué momento y en qué imagen hacer click para que se despliegue la información (véase figura 3.8).

A pesar de que las tendencias apuntan hacia diseños dinámicos, algunos sitios aún son generados con diseños típicos, o simplemente fueron creados hace años y continúan con el mismo diseño o ligeras variaciones, aunque su contenido se actualice constantemente.

Es el caso de la disposición conocida como “**modelo de caja**”, utilizada en el diseño de los sitios del INAH, salvo en sus micrositos de exposiciones temporales. Una de estas páginas es la del **Museo del Virreinato** (2011) que la utiliza el modelo caja para la disposición de su contenido (véase figura 3.9).

De acuerdo a Pipes (2011) y a las instrucciones de uso de la página oficial de la Universidad del País Vasco (2016), los diseños web basados en el “modelo caja” tienen la siguiente estructura:

**El encabezado o header.** Ubicado en la parte superior de la página web, está integrado por tres partes: barra de navegación superior; área de identidad (Logos o emblemas institucionales) y barra de navegación inferior. Este elemento aparece en todas las páginas del sitio.

**Área central o contenido principal.** Es el área dinámica que cambia dependiendo la página que se visite dentro del mismo sitio web o el día que la visualice (por aquello de las actualizaciones). Se divide en cuatro partes, la posición de cada elemento puede variar en cada sitio.

**Área central de contenidos.** Bloques y contenidos destacados, noticias, eventos.

**Columna izquierda y/o derecha.** Menús verticales de los diferentes bloques de información del el sitio, banners de información relevante.

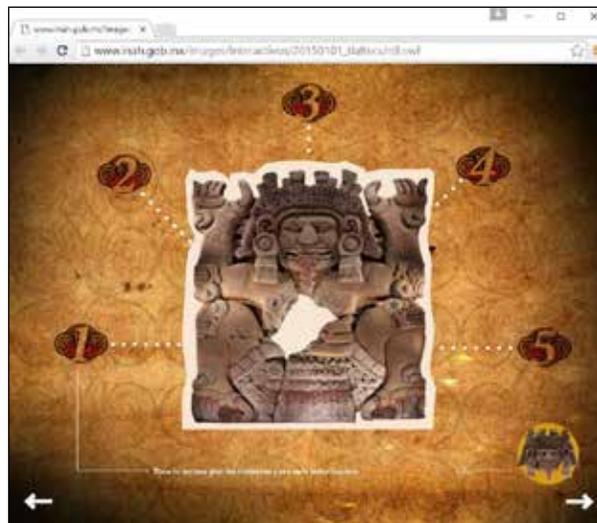


Figura 3.8. Reportaje interactivo de Tlaltecuhltli, con microinteracciones.



Figura 3.9. Sitio web del Museo Nacional del Virreinato.

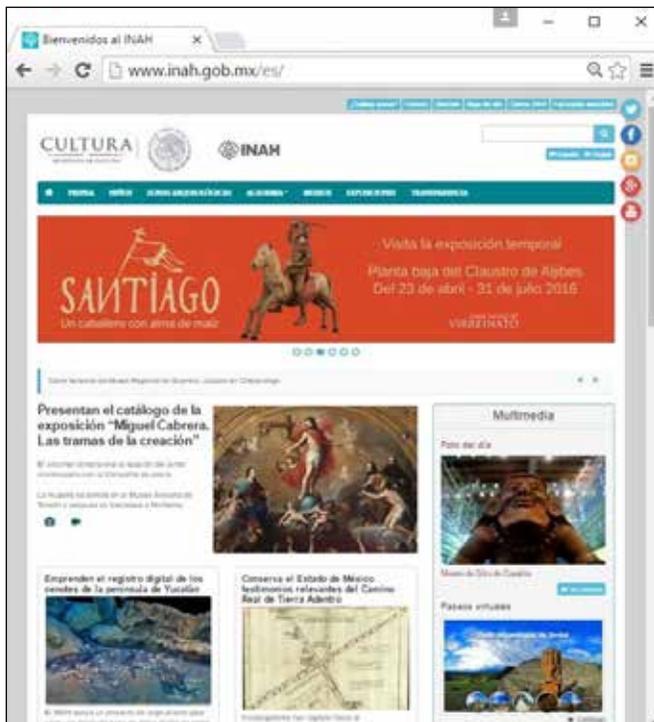


Figura 3.10. Sitio web del INAH.

**Área superior y/o inferior.** Información secundaria, banners o buscadores.

**Pie de página.** Localizada en la parte inferior de la página, incluye información institucional, legal y contactos.

#### Sitios web de los museos de arte sacro

A continuación, se muestran las páginas web del INAH y de los tres museos de arte sacro que cuentan con este medio digital, así como el blog del que se apoya la difusión de uno de estos recintos.

Además de describirlas y mostrar su contenido, se identifican sus códigos de comunicación visual y sus principales patrones de interfaz.

El **sitio web principal del INAH** (2016) ofrece información sobre las investigaciones, labores y actividades académicas y culturales de los distintos museos, zonas arqueológicas, coordinaciones y direcciones a su cargo. Esto a través de boletines de prensa, capsulas de video y su noticario online (véase figura 3.10).

Este sitio también proporciona información complementaria de las distintas temáticas que maneja, como arqueología, historia, antropología,

etnografía, lingüística y restauración, entre otras; y para dar a conocer sus museos y zonas arqueológicas.

La cual se presenta por medio de su programa de radio online, fotogalerías, paseos virtuales, videos, reportajes, interactivos, infografías, miniguías, microsítios y su sección para niños (con memoramas, rompecabezas, monografías y juegos).

La información que se puede consultar en el sitio oficial del INAH está dividida por secciones, de acuerdo a la temática y no a su disciplina:

- Presentación del INAH. A qué se dedica y cómo está compuesto
- Prensa. Boletines y comunicados, fotografías y video
- Niños. Memoramas, rompecabezas, monografías y juegos
- Zonas Arqueológicas. Geolocalización, breve historia e información para visitarla
- Academia. Escuelas, bibliotecas, investigación académica (links de sus coordinaciones, direcciones, subdirecciones y centros de investigación), tiendas y catálogo de reproducciones
- Museos. Red de recintos del INAH en todo el país
- Ligas a microsítios de códices y exposiciones temporales
- Paseos virtuales. Recorridos de 360 grados de museos, zonas arqueológicas y exposiciones temporales
- INAH TV y Noticias INAH. Cápsulas de video de las investigaciones y actividades del instituto

- Radio INAH. Cápsulas de audio, reportajes y entrevistas de las principales temáticas del instituto
- Interactivos
- Infografías. De hallazgos, monumentos históricos, piezas arqueológicas, restauraciones, exposiciones temporales y más
- Street View de zonas arqueológicas (en la plataforma de Google Maps)
- Giga Pixel. Fotografías en alta resolución
- Reportajes
- Cartelera de todas las actividades culturales, académicas y artísticas del INAH, llevadas a cabo en todo el país
- Banners principales y secundarios de actividades culturales, académicas, exposiciones, convocatorias, avisos, secciones destacadas, carteles e información del INAH y gubernamental
- Links a redes sociales utilizadas por el instituto

### Códigos de comunicación visual del sitio web del INAH

Morfológico	Cromático	Tipográfico	Fotográfico
Rectángulos (verticales y horizontales) y círculos – Imágenes, cuadros de texto, banners	Gris – Textos y subtítulos Blanco – Fondo y texto de menús Turquesa – Iconos y fondo de menús	Serif – Menú principal  Sans serif – Texto y subtítulos, Menú secundario	Fotografía digital – A color

Patrones de interfaz observados en este sitio:

- Diseño Responsive
- Menú Hamburguesa
- Recursos multimedia
- “Modelo caja”
- Buscador y contador de visitantes
- Link-ícono de redes sociales
- Mapa del sitio

El **Museo de El Carmen** es el único que tenía dos sitios oficiales, pero ninguno estaba actualizado. Sin embargo, al desaparecer CONACULTA y crearse la Secretaría de Cultura, uno de los sitios dejó de tener acceso, mientras que el otro sigue en mantenimiento y no está actualizado.



Figura 3.11. Sitio web del Museo de El Carmen.

El primer sitio y el que sigue en línea es: [www.elcarmen.inah.gob.mx](http://www.elcarmen.inah.gob.mx) (Museo de El Carmen, 2010-2015), con las últimas actualizaciones registradas en mayo 2010 y agosto 2015; y algunas ligas ya no están disponibles.

Proporciona información general del museo, su historia, salas, acervo y servicios. La cual se encuentra en la página de inicio y se divide por subtemas, que a su vez dirigen a otras páginas del mismo sitio (véase figura 3.11).

- Salas del museo (museografía anterior a la reestructuración)
- Historia del ex colegio y los carmelitas descalzos
- Breve descripción del acervo
- Mapa de localización del museo
- Servicios del museo
- Breve descripción de una de las temáticas de la exposición permanente (Virgen del Carmen, imagen e historia)
- Descripción de una exposición temporal
- Link al paseo virtual
- Video y audio promocional

También ofrece servicios de accesibilidad, como audios, videos y mapa de ubicación. Además de información de los servicios generales del museo.

### Códigos de comunicación visual del sitio web del Museo de El Carmen

Morfológico	Cromático	Tipográfico	Fotográfico
Rectángulos (verticales y horizontales) – Imágenes, cuadros de texto, videos	Blanco – Fondo Gris – Texto Blanco – subtítulos Naranja – fondos del texto y subtítulos Gris y blanco – Menús y fondos de subtítulos	Sans serif – Subtítulos y texto	Fotografía digital – A color

Los patrones de interfaz que se observaron fueron:

- Mapa del sitio
- Recursos multimedia
- “Modelo caja”
- Secciones ocultas/desplegables
- Buscador

El segundo sitio que tenía el **Museo de El Carmen** (2012) era [www.museodeelcarmen.gob.mx](http://www.museodeelcarmen.gob.mx) (véase figura 3.12), que ofrecía la posibilidad de cambiar de idioma a cualquiera de los 104 proporcionados por Google. Pero que ya no se encuentra disponible en internet.

En este sitio la información tampoco se había actualizado desde julio de 2012, por lo mismo algunos links estaban rotos. El contenido que se podía consultar era:

- Historia del museo
- Servicios que ofrece el museo
- Mapa de localización y cómo llegar
- Breve descripción de la colección
- Salas y espacios del inmueble
- Galería fija con transiciones
- Fotogalería con alta resolución
- Link con imagen al paseo virtual
- Links-ícono de redes sociales



Figura 3.12. Sitio web del Museo de El Carmen, ya no disponible en línea.

### Códigos de comunicación visual del sitio web del Museo de El Carmen (2)

Morfológico	Cromático	Tipográfico	Fotográfico
Rectángulos (verticales y horizontales) y cuadrados – Imágenes y cuadros de texto	Blanco – Título y subtítulos  Rojo – Subtítulos  Gris – Texto del menú  Café – Fondos de Título y subtítulos  Negro – Texto  Blanco – Fondo	Sans – Menú, título y subtítulos  Sans serif – Subtítulos y texto	Fotografía digital – A color

Comunicación visual y la experiencia del visitante/usuario

Los patrones de interfaz que se observaron fueron:

- “Modelo de caja”
- Transiciones de imágenes
- Links-ícono de redes sociales
- Recurso multimedia (paseo virtual)
- Geolocalización de Google Maps

El **Museo de Arte Religioso** (2016) se apoya de una página de Wix.com, demostrando que no es necesario comprar un dominio para crear el sitio web de un museo (véase figura 3.13). A principios de 2016, se actualizó el contenido y se modificó el diseño (plantillas prediseñadas del blog).

En el blog oficial de este recinto poblano se puede encontrar información relacionada a la historia del museo y ex convento, acervo, salas, exposiciones permanentes y temporales, actividades culturales, los



Figura 3.13. Blog del Museo de Arte Religioso.

servicios que ofrece al público y como apoyar al museo (voluntariado y prácticas).

Destaca la explicación de cada uno de sus programas de investigación y restauración. La información que se puede consultar, y que se actualiza con regularidad, es:

- Breve descripción de su acervo
- Listado y descripción de salas
- Historia del museo y del ex convento
- Programas de investigación y restauración (que incluyen exposiciones temporales y conferencias)
- Servicios que presta el museo
- Información de la exposición permanente y de la temporal vigente
- Cartelera cultural
- Link del recorrido virtual
- Links-ícono de redes sociales

Además, indica los servicios de accesibilidad que ofrece el museo: rampas, plataformas, elevador y entrada gratuita dominical. Incluye link a su paseo

virtual. Información de los servicios generales del museo.

### Códigos de comunicación visual del blog del Museo de Arte Religioso

Morfológico	Cromático	Tipográfico	Fotográfico
Rectángulos horizontales	Negro – Texto y subtítulos	Sans	Fotografía digital
–	Blanco	– Menú principal, subtítulos y texto	– A color
Imágenes y cuadros de texto	– datos de contacto y fondo	Sans serif	Litografías digitalizadas
	Blanco, gris (claro y oscuro) y negro	– Subtítulos y texto	– Blanco y negro
	– Fondos de texto		
	Rojo – Subtítulos de hipervínculos		

Los patrones de interfaz que se observaron en este sitio son:

- Transición de imágenes
- Geolocalización con Google Maps
- Iconos-links de redes sociales
- Plantillas de blog
- Navegación sencilla
- Link al recorrido virtual

El sitio web del **Museo de Guadalupe** (2016) ofrece un panorama general de la historia del inmueble, su acervo, algunas de sus salas, los servicios con los que cuenta, las actividades culturales y académicas que realiza, cómo llegar al museo y recomendaciones para visitarlo (véase figura 3.14).

Este sitio actualizado en 2016, también proporciona información complementaria,

como la pieza del mes (breve descripción e investigación de una de las piezas del acervo), videos de temáticas referentes al recinto, galerías fotográficas de los objetos expuestos, la biografía de ocho pintores novohispanos, plano del recorrido de la primera planta, el link para el recorrido virtual del museo y dos pequeñas ventanas para ver lo que este centro cultural publica en sus redes sociales.

La información se divide en secciones que aparecen en la misma página de inicio:

- Banners de sus actividades y exposiciones temporales
- Cronología histórica de la construcción del antiguo colegio sede del museo
- Bienvenida (breve descripción del acervo del museo y de su principal actividad: el Festival Barroco)
- Link para el recorrido virtual del museo
- Presentación del Festival Barroco
- Agenda para consultar las actividades
- Noticias del INAH
- Pieza del mes
- Videos de temas relacionados con el museo
- Galería con imágenes del acervo
- Sitios de interés (museos de temática similar)
- Biografía de autores novohispanos (como Villalpando Cabrera)
- Área en la que se pueden leer las publicaciones del museo en Facebook y Twitter
- Plano del museo

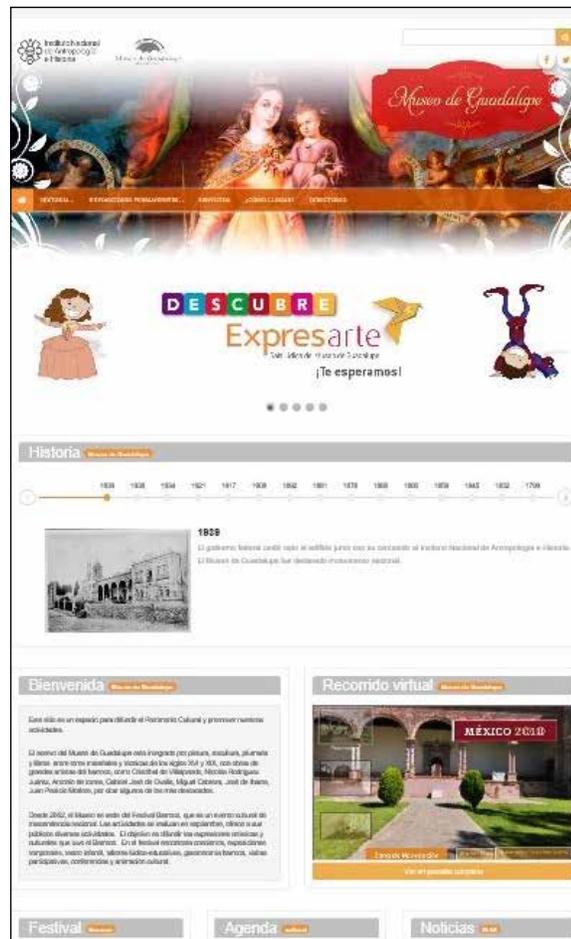


Figura 3.14. Sitio web del Museo de Guadalupe.

### Códigos de comunicación visual del sitio web del Museo de Guadalupe

Morfológico	Cromático	Tipográfico	Fotográfico
Rectángulos (verticales y horizontales), cuadrados y círculos	Blanco – Título y subtítulos	Sans – Menú principal y título	Fotografía digital
–	Gris oscuro – Texto	Sans serif – Subtítulos y texto	–
–	Blanco – Fondo		A color
–	Naranja y gris – Menús, iconos, fondos de subtítulos		Fotografía histórica digitalizada
Imágenes, cuadros de texto, videos, banners			–
			Blanco y negro

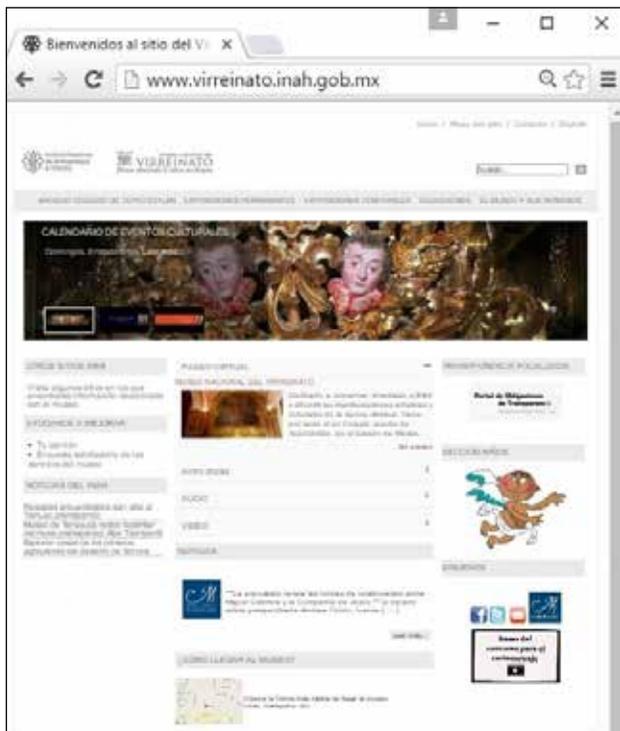


Figura 3.15. Sitio web del Museo Nacional del Virreinato.

Los patrones de interfaz que se observaron en este sitio fueron:

- Diseño Responsive
- Menú hamburguesa
- "Modelo caja"
- Buscador
- Scroll Infinito (o algo muy parecido)
- Recursos multimedia
- Microinteracciones en la transición de la cronología
- Navegación sencilla
- Iconos-links de redes sociales
- Link con imagen en movimiento al recorrido virtual

También incluye servicios de accesibilidad, como sección para niños, videos, mapa de ubicación, mapa del recorrido por el museo y link al paseo virtual del museo. Y proporciona información de los servicios generales del museo.

El sitio web del **Museo Nacional del Virreinato** (2011) proporciona información general de este recinto mexiquense, como los servicios con los que cuenta, el calendario de sus actividades culturales y académicas, breve descripción de sus salas e historia del inmueble en el que se encuentra y la orden jesuita que lo habitó.

Además de información complementaria, como paseo virtual, interactivos para niños, información de sus anteriores y actuales exposiciones temporales, mapa interactivo del recorrido, videos promocionales y links de sus redes sociales.

La mayoría de la información del sitio web del museo es de 2011, sólo algunas cosas se han actualizado, como los calendarios de actividades culturales y académicas, las exposiciones temporales, el costo de entrada y las noticias del mismo museo y del INAH (véase figura 3.15).

La información se presenta por temática y no toda se encuentra en la página principal, por lo cual hay que explorar cada página del sitio:

- Historia de Tepotzotlán, los jesuitas, del ex colegio y del museo
- Salas y breve descripción de cada una
- Mapa interactivo del recorrido del museo
- Exposiciones temporales, actuales y pasadas
- Colecciones del museo
- Servicios que ofrece el museo
- Calendario de actividades culturales
- Programa académico anual
- Link al paseo virtual
- Audios de la cartelera y videos promocionales
- Noticias del museo y del INAH
- Sección para niños
- Links de sus redes sociales
- Mapa para llegar al museo

## Códigos de comunicación visual del sitio web del Museo Nacional del Virreinato

Morfológico	Cromático	Tipográfico	Fotográfico
Rectángulos – Cuadros de texto, banners, videos e imágenes	Blanco –Títulos y texto en banners Gris – Subtítulos y texto Rojo –Subtítulos ocultos Blanco – Fondo Gris claro – Fondos del menú y subtítulos	Sans serif – Subtítulos y texto	Fotografía e ilustracio- nes digitales – A color  Fotografía histórica digitalizada – Blanco y negro

Los patrones de interfaz que se observaron en este sitio fueron:

- Recursos multimedia
- “Modelo caja”
- Buscador
- Interactivos
- Secciones ocultas/desplegables
- Iconos-links de redes sociales
- Geolocalización de Google Maps
- Mapa del sitio

También proporciona servicios de accesibilidad, como imágenes con zoom, mapa de ubicación, mapa del recorrido por el museo, sección para niños, audios para promocionar las actividades mensuales, buscador, videos de actividades culturales y cápsulas del museo y sus salas. Además indica los servicios generales del museo.

### 3.7. Recorridos virtuales para visitantes digitales

El proyecto de paseos virtuales del INAH ofrece recorridos online a museos, zonas arqueológicas y exposiciones temporales por medio de imágenes en 360 grados, con movimiento generado por el cursor o de manera automática. La experiencia se complementa con galerías, cédulas interactivas y videos (INAH, 2015-2016).

Esta plataforma muestra salas y acervo de los museos o basamentos y panorámicas de las ciudades prehispánicas. En ocasiones son espacios que también se pueden conocer de manera presencial, pero en otros casos se trata de áreas cerradas al público o espacios vistos desde otros ángulos.

En el caso de los museos de arte sacro, muestran el recorrido y la museografía antes de su reestructuración a principios de esta década. A pesar de que los paseos virtuales de estos museos no están actualizados, proporcionan información fidedigna y significan un gran esfuerzo para difundir estos recintos a través de las nuevas tecnologías. A su vez, representan una gran oportunidad para la difusión de los museos, y para que mexicanos y extranjeros puedan conocer el patrimonio cultural de nuestro país sin la necesidad de viajar o salir de casa.

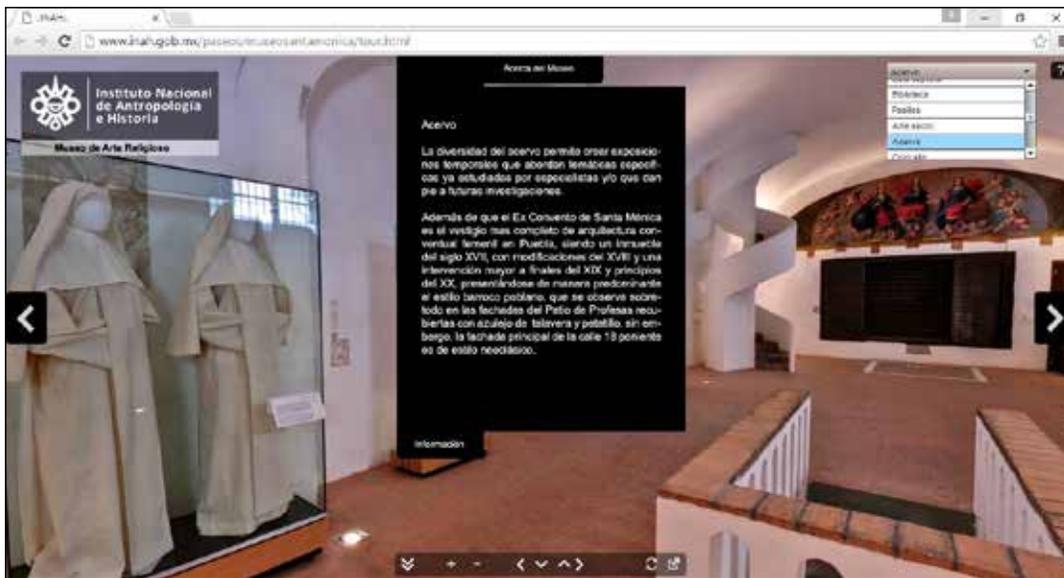


Figura 3.16. Paseo virtual del Museo de Arte Religioso.

El INAH cuenta con más de 70 paseos virtuales para conocer algunos de sus museos que se ubican en distintas entidades de la República Mexicana. A través de [www.inah.gov.mx/es/inah/510-paseos-virtuales](http://www.inah.gov.mx/es/inah/510-paseos-virtuales) se puede acceder a los recorridos desde cualquier computadora o dispositivo móvil con internet.

De 2009 a 2012, el INAH reunió un catálogo de 124 paseos virtuales: 49 museos, 28 zonas arqueológicas, 21 exposiciones, 23 salas de exhibición del Museo Nacional de Antropología, dos contextos arqueológicos sumergidos y de la Biblioteca Nacional de Antropología e Historia.

#### Características generales

- Recorrido lineal o por sala
- Incluye instrucciones para utilizar la plataforma
- Mapa del recorrido
- Información general del museo: horarios, costos, descuentos, cómo llegar
- La historia del inmueble
- No se alcanzan a leer todas las cédulas del museo, por ello el paseo virtual ofrece cédulas extras

De los seis museos de esta tesis, cinco cuentan con paseo virtual: **Museo de Arte Religioso**, **Museo de El Carmen**, **Museo de Guadalupe**, **Museo Nacional del Virreinato** y **Museo Virreinal de Acolman**.

#### Museo de Arte Religioso

El paseo virtual del **Museo de Arte Religioso** (INAH, 2009) se realizó antes de la reestructuración museográfica de 2011. Este recorrido es tanto lineal (por medio de la lista de salas o áreas), como por sala (a través de flechas laterales). Algunas cédulas físicas se alcanzan a leer al acercar el cursor:

Se aprecian, además de la museografía pasado, piezas y óleos que por su conservación actualmente se encuentran en bodega o en restauración (véase figura 3.16). Además de las vistas en 360 grados, se presenta la historia del convento de Santa Mónica y del museo, e información general del recinto (servicios, dirección, horario y descuentos).

Destaca el área llamada Vida interior; que muestra la parte posterior del Despacho de la priora, que de forma presencial en el museo sólo se puede ver a través de una pequeña puerta-ventana oculta, por la cual descubrieron a las monjas que se ocultaban en el inmueble a principios del siglo XX.

El recorrido (lineal o no lineal) se lleva a cabo a través del listado de áreas o salas ubicado en la parte superior derecha. Y las flechas de los costados ayudan a seguir el recorrido únicamente de forma lineal.

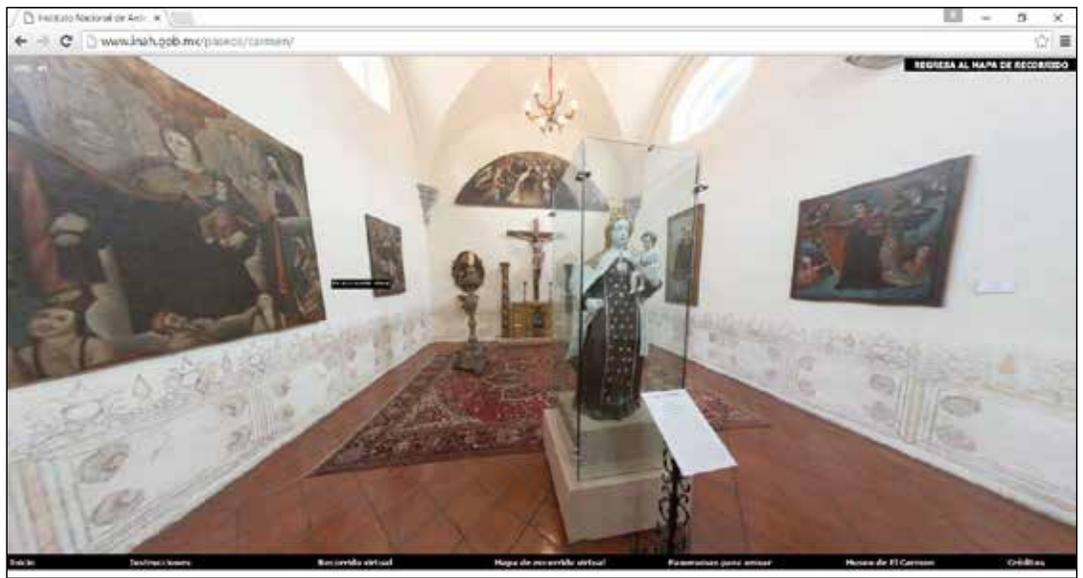


Figura 3.17. Paseo virtual del Museo de El Carmen.

Una serie de botones, en la parte inferior, sirven para girar a la izquierda, derecha arriba o abajo, ver pantalla completa y zoom; funciones que también se pueden realizar con el mouse.

Las áreas o salas que se pueden recorrer virtualmente son:

- El patio de día y de noche
- *Puebla de los Ángeles* (tres vistas distintas)
- *Ciudad de conventos* (dos vistas)
- *Vida conventual*
- *Cocina*
- *Despensa*
- *Refectorio* (dos vistas)
- Espacios al aire
- *Sala capitular*
- *Biblioteca*
- Pasillo
- *Arte sacro*
- Acervo
- Coro alto
- *Vida monacal*
- *Escuela de novicias*
- *Pasillo de San Agustín* (3)
- Reliquias, Celdas (2)
- *Literatura*
- *Despacho de la priora*
- *Vida al interior*
- Parte superior
- *Misticismo y religión*

Existen tres errores en la lista de exposiciones virtuales: cómo llegar I y II, en realidad lleva a la continuación de la sala *Misticismo y religión*; mientras que el apartado *Exposiciones virtuales* conduce al patio principal de noche.

### Museo de El Carmen

El paseo virtual por el museo de San Ángel (INAH, 2009) se realizó en el marco del 80 aniversario del recinto museístico, en 2009, y antes de su restauración en 2011 (véase figura 3.17).

El recorrido de este museo únicamente es lineal, sus 23 salas solo se presentan de manera cronológica y la visita se debe seguir de principio a fin, de lo contrario se deberá empezar por la primera sala cada vez que se cargue el paseo virtual.

Cada sala proporciona una cédula que explica lo que exhibe cada área, el contexto histórico de cada espacio (uso original). Flechas azules titilantes indican el acceso a una nueva sala.

Destaca la vista del osario, en donde los zapatistas que buscaban tesoros encontraron a las momias ahora exhibidas en el museo. Esta zona no se puede visitar de forma presencial, porque está cerrada al público.

El recorrido 360 no incluye las escaleras, ni tres áreas que se observan al fondo de las salas y que también exhiben piezas.

Las áreas o salas que se pueden recorrer virtualmente son:

- Portal de acceso
- *Celda del portero*
- Claustro bajo
- *Sacristía*
- *Lavabos*
- *Criptas*
- Osario
- Celdas
- Celda de castigo, antecoro y tribuna
- Capilla doméstica u oratorio
- Huerta
- *Refectorio*
- Patio de cocina
- Auditorio
- Acueducto
- Enfermería
- Virgen del Carmen

La página de inicio, en la que se observa una imagen en collage de cuatro piezas del museo, explica la importancia y contexto histórico de San Ángel y del museo. Además, se observan siete secciones en la parte inferior de la página: inicio, instrucciones, recorrido virtual, mapa de recorrido virtual, panoramas para armar, **Museo de El Carmen** y créditos.

En Instrucciones se indica cómo navegar por el paseo con el cursor o el teclado, y el requerimiento de Flash Player para visualizar el recorrido virtual.

El mapa del recorrido virtual coincide con éste, no así con el actual recorrido por el museo de manera presencial. Está dividido en planta baja y alta, cada sala es de un color distinto y se encuentra numerada.

En la sección panorama para armar se proporciona una imagen para imprimir y armar un poliedro, para obtener así un panorama de 360 grados de la sala antes llamada *Portería*, que conserva pintura mural y exhibe dos óleos de los siglos XVII y XVIII.

En la pestaña de **Museo de El Carmen** se explica la historia de San Ángel, del colegio de San Ángel Mártir y del museo. Así como de la arquitectura sobria del inmueble e información general del museo (ubicación, costos, horario y contactos).

Finalmente aparece el apartado de los créditos, pero al intentar ingresar, la página del INAH indica que esa dirección no fue encontrada en internet.

### Museo de Guadalupe

El paseo virtual de este museo INAH (2010) se desarrolló como parte de los festejos del Bicentenario de la Independencia y el Centenario de la Revolución. Muestra el museo antes de su restauración.

El inicio es directamente en la fachada del museo y el recorrido puede ser lineal o no, ya que aparecen en el menú el listado de salas, con imágenes que se vuelven traslucidas cuando no se les pasa el cursor por adelante. El menú se encuentra en la parte derecha y puede cambiar de posición (inferior, superior o a la derecha), e incluso se puede ocultar para apreciar mejor el panorama en 360 grados (véase figura 3.18).

La barra de navegación (también oculta) tiene las opciones de mover el panorama visual a la

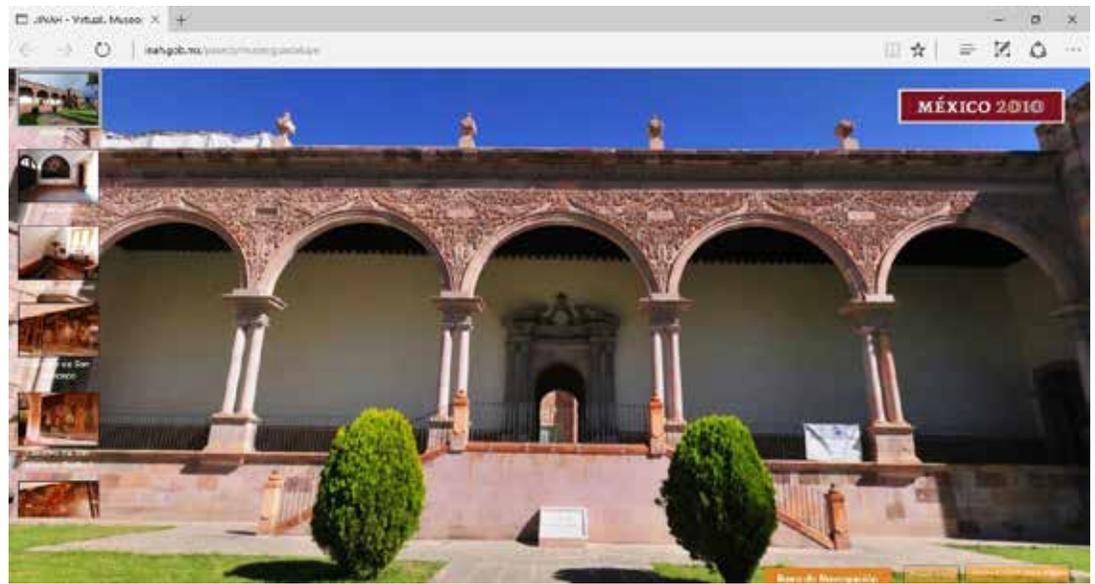


Figura 3.18. Paseo virtual del Museo de Guadalupe.

izquierda, derecha, arriba, abajo, adelante o atrás; rotar o pantalla completa. También se proporciona ayuda para una mejor navegación y se explica para qué sirve cada icono (información de sala disponible, información fotográfica disponible, plano del museo, video disponible, audio disponible).

La imagen de 360 grados nunca deja de rotar, a menos que uno la mueva con el mouse, lo que puede resultar molesto si uno quiere contemplar la imagen fija.

Las áreas o salas que se pueden recorrer virtualmente son:

- Fachada
- Portería
- Celda conventual
- Claustro de San Francisco (cinco panoramas)
- Patio del claustro de San Francisco
- Escalera regia
- Mártires del Japón
- Celda del guardián
- Biblioteca conventual
- Celda de la filosofía
- Celda de la teología
- Tribuna de los enfermos
- Claustro de la pasión (5)
- Misioneros y habitantes del Colegio de Guadalupe
- Ex biblioteca
- Sala Una mirada al barroco
- Alegorías de Cristóbal de Villalpando
- Serie de la Pasión de Cristo de Gabriel José de Ovalle
- Serie de la vida de la Virgen María de Antonio de Torres, un pintor de Tierra Adentro
- Devociones novohispanas
- Devociones novohispanas: los doctores de la iglesia
- Serie la vida de la Virgen María de Miguel Cabrera
- Virgen de Guadalupe
- El arte conventual
- La técnica de la pasta de caña
- La piedad
- Advocaciones marianas
- Capilla de la enfermería
- Manuel pastrana. Un pintor de la Academia de San Carlos (2)
- Patio de los aljibes
- Sala de historia del transporte (2)
- Vista nocturna
- Templo de Guadalupe

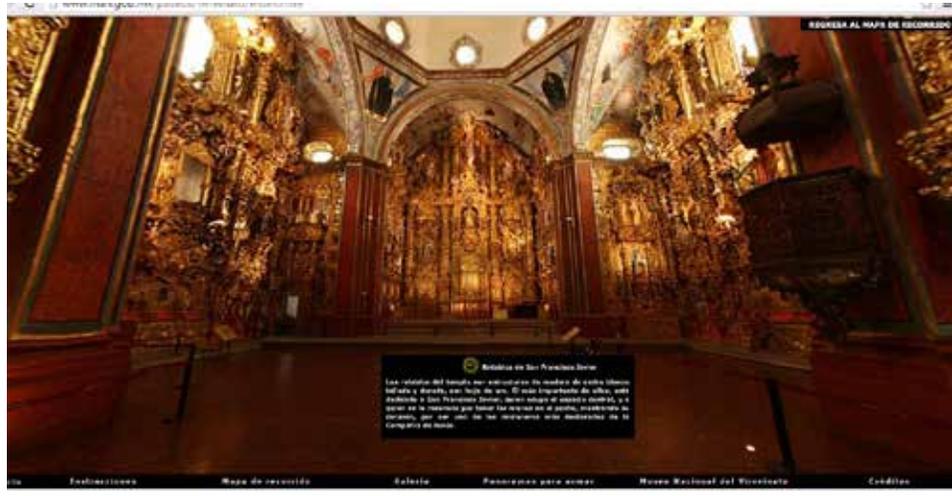


Figura 3.19. Paseo virtual del Museo Nacional del Virreinato.

Faltan salas físicas en el recorrido virtual, pero quizá se debe a que fue realizado antes de la restauración del museo.

### Museo Nacional del Virreinato

El paseo virtual de este museo nacional del INAH (2010) surgió en el marco de los festejos del Bicentenario de la Independencia y el Centenario de la Revolución (véase figura 3.19). Explica de manera breve la historia y misión del museo.

El recorrido se puede realizar tanto de forma lineal, a través de flechas azules indican el paso a otra área del inmueble; como no lineal, por medio del listado que se encuentra en la sección de *mapa del recorrido*. Cada panorama tiene cedulas con información del uso original de cada espacio, y datos y descripción de las obras artísticas.

Ofrece la posibilidad de conocer espacios cerrados a la visita pública, como la sacristía, el antecoro y coro. O salas vistas desde el interior, a diferencia de la visita presencial, en donde sólo se pueden contemplar desde las puertas, ventadas o cristales, como la Casa de Loreto, el relicario de San José, la *Biblioteca antigua* y la *Botica*.

La interfaz de este recorrido es similar al del **Museo de El Carmen**, en la parte inferior de la

página principal se encuentran siete secciones: inicio, instrucciones, mapa del recorrido, galería, panoramas para armar, museo y créditos.

En instrucciones se explica cómo usar el cursor o teclado, el requerimiento de Flash Player para la visualización y que las flechas azules son puertas virtuales para pasar de una sala a otra.

El mapa del recorrido muestra el listado de salas, dividido en *Vida religiosa*, *Vida cotidiana*, *Museo Histórico* y *Algo de interés*. A través del listado se puede realizar el recorrido, que es no lineal.

En la pestaña de galería se encuentran 26 pequeñas imágenes de la arquitectura del ex colegio, esculturas, detalles de relieves y de la arquitectura, el campanario, patios y murales, espacios y acervo del museo.

En panoramas para armar se puede descargar la imagen del camarín de la Virgen, para imprimirla y armarla en 360 grados.

En el apartado de museo se proporcionan los datos generales del museo, como dirección, ubicación, costo y sitio web. Los créditos dirigen a otra página del INAH, pero se indica que la dirección no fue encontrada.

Las áreas o salas que se pueden recorrer virtualmente son:



Figura 3.20. Paseo virtual del Museo de Acolman.

### Vida religiosa

- Atrio de los olivos
- Retablos de San Francisco Javier
- Bóvedas de Miguel Cabrera
- Antecoro y coro
- Sacristía
- Camarín de la Virgen de Loreto
- Casa de Loreto
- Relicario de San José
- Capilla Doméstica o de novicios

### Vida cotidiana

- Biblioteca antigua

- Patio de naranjos
- Botica

### Museo Histórico

- Museo histórico
- Nazareno y barroco
- *Monjas coronadas. Vida conventual femenina*
- Marfiles

### Algo de interés

- Fuente del Salto del Agua

Las imágenes en 360 muestran vistas generales del museo, sus espacios y salas, pero se pixelean al acercarse demasiado.

Al igual que el panorama del **Museo de Guadalupe**, en éste la imagen de 360 grados nunca deja de rotar; a menos que uno la mueva con el mouse o lo mantenga presionado, lo que puede resultar molesto si uno quiere contemplar la imagen fija.

### Museo de Acolman

La gran ventaja del paseo virtual del **Museo Virreinal de Acolman** (INAH, 2009) es que muestra al recinto antes de su restauración y de la reestructuración museográfica (véase figura 3.20). Actualmente, aunque su acervo no se expone al público, el museo permanece abierto.

Uno de los inconvenientes es que el recorrido virtual es lineal, las 12 salas que se incluyen deben ser recorridas de manera cronológica y en caso de revisar el mapa del paseo virtual, éste vuelve a iniciar desde la primera sala.

Cada sala ofrece una cedula con información del uso original de cada espacio del inmueble. También proporcionan información extra de los murales y óleos destacados. Las áreas o salas que se pueden recorrer virtualmente son:

- Fachada
- *Cocina*
- *Anterrefectorio*
- *Refectorio*
- Claustro chico o de La cruz
- Claustro de los naranjos
- Celdas
- *Salas capitulares*
- Claustro chico planta alta
- Capilla abierta o de indios
- Templo
- Baptisterio

La interfaz de este recorrido es similar al del **Museo de El Carmen** y del **Museo Nacional del Virreinato**, en la parte inferior de la página principal se encuentran seis secciones: inicio, instrucciones, recorrido virtual, mapa de recorrido, museo y créditos.

La página de inicio explica la historia y arquitectura del templo y ex convento de San Agustín Acolman.

En Instrucciones indica cómo usar el cursor o teclado para moverse por el panorama, el requerimiento de Flash Player para visualizar el recorrido y que las flechas azules son puertas virtuales para pasar de una sala a otra.

El mapa del recorrido muestra las plantas baja y alta por separado, en un sencillo mapa que es recorrido por un punto azul, que indica la dirección de la visita a través de las salas numeradas.

En la pestaña de museo se detalla la historia prehispánica de Acolman, las inundaciones en la época colonial que sufrió el ex convento y la historia de la construcción del mismo. Además

de información de cómo llegar; horarios, costo y descuentos.

El apartado de los créditos se dirige a una página del INAH en donde se señala que esa dirección no fue encontrada en internet.

Otros de los inconvenientes de este paseo virtual son que las imágenes de las salas oscuras parecen estar pixeladas. Y que hay espacios que no se muestran, como el interior de los pasillos de los claustros bajos o el recorrido completo por pasillos con pintura mural o espacios vacíos del museo que, aunque no exhiben acervo, sí muestran la arquitectura del ex convento.

### 3.8. Redes sociales, enlazando al museo con el visitante

En la actualidad, vemos que los museos se acercan a los visitantes a través de redes sociales; utilizandolas para difundir tanto el museo en general como sus actividades, más allá de sólo proporcionar costos, horarios y la dirección del museo.

Cada día un museo más se adentra en internet, crea su página web y abre un perfil en alguna red social. Y es que los museos tienen una gran ventaja en la red, poseen un contenido cultural de gran valor -ya sea en exposiciones temporales o en colecciones que pueden difundir mediante imágenes o videos- (DM, 2012, p. 78).

Incluso podríamos hablar de secciones o temáticas de publicaciones, por ejemplo, el muy recurrido ¿Sabías qué?, las fechas conmemorativas, fragmentos de historia, invitaciones a inauguraciones, conferencias o actividades, recordatorios, datos de piezas, dinámicas, procesos de restauración y montaje, y fotogalerías de actividades culturales, exposiciones temporales, el edificio del museo, piezas y/o visitantes.

A pesar de que las redes sociales representan un medio de comunicación para atraer a un público joven y enlazar al museo con el visitante, existen algunos directivos o personal de museos y áreas administrativas que no ven las ventajas de las redes sociales e incluso las consideran una pérdida de tiempo o una falta de respeto al museo.

Como señala Daniela Alcalá, de Difusión del **Museo de El Carmen**, “Si la sociedad pide redes sociales, tenemos que enfocarnos en eso, quizá no nos guste y no estemos a la par de esos cambios, pero como museo tenemos la responsabilidad de hacerlo. La cultura es dinámica y los museos tienen que ir a la par de esos cambios culturales, sino nos vamos a ir quedando atrás” (D. Alcalá, comunicación personal, agosto, 2015).

Las redes sociales no solo masifican la difusión, también acercan al público de forma dinámica al museo, quizá no de manera física, pero sí para comunicarse: opinar, preguntar, compartir y felicitar, e incluso cuestionar o criticar.

El museo que ha salido de sus gruesos muros en busca de visitantes, sobre todo entre los más jóvenes, ha encontrado en las redes sociales y los blogs sus aliados más efectivos a la hora de conseguir crear una comunidad de seguidores y aprovecharse de la ‘inteligencia colectiva’. Su reputación está cada vez menos relacionada con los mensajes que emite unidireccionalmente y más con las opiniones de los propios navegantes (Quijano, 2012, p. 4).

En donde la destreza del personal del museo encargado de las redes sociales puede contribuir a mantener la buena imagen del museo, apoyando al visitante y estando al pendiente de las notificaciones.

O, por el contrario, dañar la imagen del museo al ignorar al visitante o peor aún al enfrentarse o “atacar” por escrito al visitante por algún comentario que se ha salido de control, como las malas críticas, cuestionamientos u ofensas por parte de algunos usuarios.

Así como un visitante puede ser retirado de un museo por su mal comportamiento (tocar piezas, sacar fotografías con flash o no seguir las indicaciones del personal y la señalización), también se le puede eliminar del perfil de la red social del museo y/o eliminar su comentario, dependiendo de la gravedad del mismo.

Más que ver los contras de las redes sociales, los museos deben conocer y entender los pros de usarlas.

Es preciso que entendamos las redes sociales como lo que son, un espacio de comunicación, de escucha activa con el usuario, donde somos otro más en una conversación, donde estamos para escuchar la opinión de nuestros usuarios, donde creamos una comunidad con la que disfrutar de la cultura en todas sus formas y manifestaciones (Martí, 2012, p. 5).

De acuerdo al Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México, de la Asociación Mexicana de Internet (2016), las seis redes sociales más utilizadas por los internautas mexicanos son:

- Facebook (92%) – Publicación de texto, fotografía y video, mensajes privados
- WhatsApp (79%) – Mensajería
- YouTube (66%) – Videos
- Twitter (55%) – Micro-blogging
- G+ / Google (52%) -
- Instagram (39%) - Fotografía

## Facebook

Esta red social es considerada la más popular de habla hispana, en agosto de 2015 registró mil millones de usuarios en todo el mundo (Facebook, 2015). Fue creada por Mark Zuckerberg en febrero de 2004 y cotiza en el índice NASDAQ.

Facebook permite subir fotos, videos y mensajes (posts) para compartirlos con amigos o público general, enviar mensajes privados, disfrutar de juegos, difundir o hacer publicidad, crear grupos, invitar a eventos públicos o privados, entre otras cosas (Facebook, 2015).

## Whats App

En realidad, no es una red social, aunque así la considere el estudio. Es una aplicación de mensajería instantánea, multiplataforma y gratuita, que funciona con el número celular de cada usuario de Smartphone. Permite enviar y recibir de manera privada (a una sola persona o en grupo) texto, imágenes, video, audio, compartir ubicación y hacer llamadas (WhatsApp, 2016).

## Youtube

Esta empresa fue creada en febrero de 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim. Un año después fue vendida a Google. Es un foro en donde los usuarios encuentran, ven, comparten y distribuyen videos online de toda clase de temáticas, además de interactuar (por escrito y video) y obtener información (YouTube, 2016).

## Twitter

Es un servicio de *microblogging* creado en marzo de 2006, que cotiza en la bolsa de Nueva York. Permite publicar texto con máximo de 140 caracteres, llamados tweets, que se muestran en la página principal del usuario.

Éste puede “seguir” o tener “seguidores”, que son otros usuarios que verán sus tweets o

publicaciones. Utiliza etiquetas como hashtag (#) y @usuario (para mencionar a usuarios específicos). Los temas publicados pueden llegar a ser Trending Topic (temas tan populares que se vuelven virales, no solo dentro de esta comunidad).

## G+ (Google Plus)

Este producto creado por Google en junio de 2011, es una red social (aunque a esta empresa le gusta llamarle “capa social”) que integra y potencializa otros de sus servicios, como YouTube o Gmail (correo electrónico), y la posibilidad de realizar videoconferencias o compartir el escritorio de nuestros equipos.

## Instagram

Es una comunidad que se centra en la simplicidad de compartir las imágenes y videos de sus más de 300 millones de miembros, proporcionandoles filtros, marcos y colores. Las imágenes se presentan en cuadrículas. Esta compañía estadounidense surgió en octubre de 2010 y fue adquirida por Facebook en 2012.

Sus fundadores, Kevin Systrom y Mike Krieger, la definen como “el hogar de la narración visual para todos, desde celebridades, redacciones y marcas, a los adolescentes, músicos y cualquier persona con una pasión creativa” (Instagram, 2016).

## Redes sociales de los museos de arte sacro y del INAH

El perfil oficial del INAH en distintas redes sociales está a cargo de la Dirección de Medios de Comunicación. Algunos perfiles de museos de este instituto han sido cerrados debido a que no siguen los lineamientos institucionales, como utilizarse exclusivamente para la difusión de cada recinto y/o las actividades del mismo.

A continuación, se enlistan las redes sociales oficiales/instituciones utilizadas por los museos de arte sacro y la principal del INAH, además se

describe el uso que le dan, las temáticas que publican y el número de seguidores que tienen. Las cifras corresponden a de junio de 2016.

Las redes sociales oficiales del INAH son:

- Facebook:** Instituto Nacional de Antropología e Historia ([www.facebook.com/INAHmx/](http://www.facebook.com/INAHmx/))  
– Más de 390,000 Likes
- Twitter:** @INAHmx ([//twitter.com/inahmx?lang=es](https://twitter.com/inahmx?lang=es))  
– 65,500 seguidores
- YouTube:** INAH TV ([www.youtube.com/user/INAHTV](http://www.youtube.com/user/INAHTV))  
– 33,000 suscriptores
- Instagram:** inahmx ([www.instagram.com/inahmx/](http://www.instagram.com/inahmx/))  
– 30,000 seguidores

En ellas, se publican las noticias del INAH, sus investigaciones y actividades académicas, culturales y artísticas de los museos ubicados en toda la República Mexicana. El texto siempre va acompañado de un video o una imagen.

Incluye ligas externas para notas completas en su página web, de su agenda mensual, del boletín mensual de la Coordinación de Difusión y de su programa de radio y capsulas de audio.

Además, publica videos promocionales de sus actividades, exposiciones temporales o entrevistas, y ligas a YouTube para ver las entrevistas completas o conferencias grabadas y/o en vivo.

En cada publicación etiqueta a otras instituciones similares y/o museos que también cuentan con redes sociales. En Instagram hace uso de los mosaicos, que permiten que una imagen que vea más grande y al mismo tiempo genera juegos visuales agradables a la vista.

Se ha observado que sus publicaciones son temáticas y que son similares en todas las redes sociales que utiliza:

- Foto del día
- Noticias del día
- No te pierdas... (relacionado con alguna actividad)
- Por si no lo viste o Por si te lo perdiste. Avisos continuos de eventos, actividades y noticias
- Anuncios de sus paseos culturales
- Difusión de sus museos, zonas arqueológicas y del patrimonio cultural
- Difusión de sus actividades culturales, académicas y artísticas
- Recomendaciones de fin de semana
- Videos promocionales de exposiciones permanentes o temporales, de conferencias en vivo o grabadas, entrevistas y noticias

Las redes sociales oficiales del **Museo de Arte Religioso** son:

- Facebook:** Ex Convento de Santa Mónica ([www.facebook.com/ExConventodeSantaMonica/](http://www.facebook.com/ExConventodeSantaMonica/))  
– 5,500 Likes

Difusión Santa Mónica ([www.facebook.com/difusion.santamonica?fref=ts](http://www.facebook.com/difusion.santamonica?fref=ts)) – 486 amigos

**Twitter:** @MuseoStaMonica ([//twitter.com/museostamonica](https://twitter.com/museostamonica)) – 1,180 seguidores

**YouTube:** SantaMonica54 ([www.youtube.com/channel/UCwix5vVjXiRBH4tI0G5CMjw](http://www.youtube.com/channel/UCwix5vVjXiRBH4tI0G5CMjw))

**G+:** Museo Santa Mónica ([//plus.google.com/110209301471142520777/](https://plus.google.com/110209301471142520777/)) – 66 seguidores

Difusión Museo Sta Mónica Puebla ([//plus.google.com/+Difusi%C3%B3nMuseoStaM%C3%B3nicaPuebla](https://plus.google.com/+Difusi%C3%B3nMuseoStaM%C3%B3nicaPuebla)) – 55 seguidores

**Instagram:** Museostamonica ([www.instagram.com/museostamonica/](http://www.instagram.com/museostamonica/)) – 135 seguidores

En redes sociales se le encuentra por el nombre del ex convento y no por el nombre oficial del museo. Utiliza sus redes sociales para difundir sus actividades, salas y acervo.

Muestra sus eventos en tiempo real y las etapas de sus labores, como el montaje y desmontaje de sus exposiciones o la realización y preparativos de sus talleres. Apoya a la difusión de eventos de otras instituciones a través de sus redes sociales.

Está al pendiente de sus visitantes, respondiendo la gran mayoría de los comentarios que hacen sus seguidores y publicando fotografías de su estancia y recorrido en el museo.

Tiene más de dos cuentas en Facebook y Google Plus, lo que podría confundir a los visitantes por no saber si ambas son oficiales o no.

Lo que implica mayor trabajo para el community manager o encargado de redes sociales del museo. Y que sus seguidores se dividan entre una u otra cuenta.

Los contenidos que publica en sus redes sociales son similares. Se han identificado diversas temáticas:

- Al momento. Publicaciones en tiempo real de inauguraciones, conferencias y talleres
- Difusión de sus actividades culturales, académicas y artísticas
- Recordatorio de que los domingos la entrada es gratuita
- Fotogalerías y videos de montajes y desmontajes de exposiciones temporales
- Fotogalerías de los preparativos y desarrollo de sus talleres
- Imágenes de su acervo y salas
- Fotografías en donde se observa a sus visitantes, asistentes de las actividades y a personal del museo
- Fragmentos en video de sus actividades artísticas
- Comparte enlaces de notas periodísticas relacionadas al museo o su temática
- Apoyo en la difusión de las actividades de otros museos y centros culturales

Las redes sociales oficiales del **Museo de El Carmen** son:

• **Facebook:** Museo de El Carmen (<https://www.facebook.com/MuseoDeElCarmen/?fref=ts>) – 5,000 Likes

• **Twitter:** @museodelcarmen (<https://twitter.com/museodelcarmen>) – 49,500 seguidores

• **Instagram:** museo\_de\_el\_carmen ([www.instagram.com/museo\\_de\\_el\\_carmen/](http://www.instagram.com/museo_de_el_carmen/)) – 941 seguidores

Las utiliza para difundir las actividades y labores del museo, publicando datos históricos y proporcionando imágenes de su acervo, salas, arquitectura del inmueble, actividades y recorridos. Además de publicar información del INAH y otras instituciones culturales, y enaltecer la parte turística y cultural de San Ángel.

Mantiene contacto con sus seguidores y amigos, además responde a las preguntas y comentarios que le hacen, y realiza trivias que tienen buena aceptación y participación de los usuarios de sus redes.

En Instagram publican principalmente detalles de las piezas de su acervo y de los espacios del museo. Aprovechan el juego visual que generan los mosaicos para que sus imágenes parezcan rompecabezas.

La información que publica en sus redes sociales se divide en temática y lo que podría considerarse como secciones, ya que este tipo de contenidos son recurrentes, como las trivias, el ¿sabías qué? o el santoral:

- ¿Sabías qué? Datos históricos o de sus investigaciones, exposiciones y acervo
- Micro narraciones de la vida cotidiana en el museo, como el retoñar de las flores, la luz y sombras del atardecer o la aparición de un gato en los patios del museo
- Trivias, en algunas el premio son pases para el Turibús
- Santorales con información histórica e ilustrados con piezas del museo
- Agenda mensual
- Difusión de sus actividades culturales, académicas y artísticas
- Apoyo a la difusión de las actividades y labores del INAH y de otras instituciones culturales
- Comparte enlaces de notas periodísticas relacionadas al museo o su temática
- Fotografías de los distintos espacios del museo, su acervo, visitas guiadas, exposiciones temporales y talleres
- Fotografía histórica del museo, del ex colegio carmelita y de San Ángel

Las redes sociales oficiales del **Museo de la Evangelización** son:

**Facebook:** Museo de la Evangelización ([www.facebook.com/museodelaevangelizacion?fref=ts](http://www.facebook.com/museodelaevangelizacion?fref=ts))  
– 720 seguidores

Cabe mencionar que el perfil del Museo de la Evangelización se abrió a petición del **Museo de la Evangelización** de Huejotzingo, Puebla, cuenta con 650 amigos de febrero a la fecha. En este perfil se publican las actividades del museo y del Centro INAH Puebla, además se comparten noticias generadas por el INAH.

Las redes sociales oficiales del **Museo de Guadalupe** son:

**Facebook:** Museo de Guadalupe ([www.facebook.com/museo.guadalupe/?fref=ts](http://www.facebook.com/museo.guadalupe/?fref=ts))  
– 8,240 Likes

**Twitter:** @museoguadalupe (<https://twitter.com/museoguadalupe>)  
– 1,180 seguidores

**Instagram:** museo\_de\_guadalupe ([www.instagram.com/museo\\_de\\_guadalupe/](http://www.instagram.com/museo_de_guadalupe/))  
– 109 seguidores  
museodeguadalupe ([www.instagram.com/museodeguadalupe/](http://www.instagram.com/museodeguadalupe/))  
– 686 seguidores

Los contenidos de sus redes sociales parecerían ser secciones ya que su publicación es constante y definida, cada una se distingue de la otra.

Todas están acompañadas de imágenes y cuando ocupan carteles, cada sección tiene un diseño característico, distinto de los demás, y que por su identidad visual los hace formar parte de la misma serie o sección.

De sus contenidos destacan efemérides, divulgación de datos históricos relacionados con el museo, trivias, info de pintores e iconografía de piezas

El museo tiene dos cuentas de Instagram, una es la que usa, actualiza y de la que está al pendiente; la otra al parecer la ha abandonado, no se ha publicado nada nuevo desde septiembre de 2013, pero tampoco ha cerrado la cuenta. Paradójicamente, el perfil abandonado por el museo es el que más seguidores tiene, a diferencia del que sí actualiza.

El punto a su favor es que les da presencia a sus visitantes a través de la publicación de las fotografías en las que aparecen, ya sea sonriendo a la cámara o durante su recorrido y en su participación en las actividades.

Las secciones que se encontraron en las publicaciones de sus redes sociales fueron:

- Difusión de sus actividades culturales, académicas y artísticas
- Divulgación de la historia relacionada al inmueble, su función y antiguos habitantes, e iconografía de las piezas que se exhiben en el museo
- Trivias para identificar la localización y nombre de pinturas del museo a través de fragmentos y detalles de las mismas
- Efemérides históricas, no sólo de temas del museo, también de historia y cultura general
- Promoción de Expresarte, sala lúdica del museo
- Fotografías que muestran a sus visitantes, su recorrido por el museo y durante su participación en las actividades.
- Imágenes de sus salas, acervo, los distintos espacios del inmueble y sus eventos
- Información de pintores novohispanos cuya obra se exhibe en el museo
- Datos e historia de las piezas de su acervo
- Recordatorios de que los domingos la entrada es gratuita
- Enlaces de notas periodísticas relacionadas al museo o su temática

- Difusión de actividades destacadas del INAH e instituciones culturales zacatecanas

Las redes sociales oficiales del **Museo Nacional del Virreinato** son:

**Facebook:** Museo Nacional del Virreinato ([www.facebook.com/virreinato/?fref=ts](http://www.facebook.com/virreinato/?fref=ts)) – 83,000 Likes

**Twitter:** @virreinato ([twitter.com/Virreinato](https://twitter.com/Virreinato)) – 6,900 seguidores

**Instagram:** virreinatoinah ([www.instagram.com/virreinatoinah/](http://www.instagram.com/virreinatoinah/)) – 1,180 seguidores

Las redes sociales oficiales del **Museo Virreinal de Acolman** son:

**Facebook:** Museo Exconvento de Acolman ([www.facebook.com/museoexconventodeacolman.acolman?ref=ts&fref=ts](http://www.facebook.com/museoexconventodeacolman.acolman?ref=ts&fref=ts))

**Twitter:** @MuExConvAcolman (<https://twitter.com/search?q=MuExConvAcolman&src=typd>)

Las cuatro redes sociales utilizadas, en mayor o menor medida, por los seis museos de arte sacro, coincide con los resultados de la encuesta de las redes más utilizadas por los mexicanos.

Los centros INAH o sus áreas de difusión también manejan redes sociales para dar a conocer las actividades o labores de los distintos museos y zonas arqueológicas estatales a su cargo. Incluso algunos sitios arqueológicos abiertos a la visita pública las utilizan.

A pesar de contar con un perfil o cuenta en alguna red social, no todos le dan un seguimiento a sus publicaciones, contenido y actividad dentro de la misma, y/o tampoco contestan los comentarios de los usuarios.

Existen perfiles que han sido abandonados (ya no publican nada) o solo se ocupan de vez en cuando para promocionar alguna actividad. ○

tienen más de una cuenta oficial, lo que implica más trabajo para el community manager y los seguidores se dividen entre una y otra.

Habría que analizar si es conveniente que los museos manejen cuentas en redes sociales (creadas o por crear), si el contenido no se actualiza o si no hay interacción con los visitantes/amigos del museo.

Porque de nada serviría que las tuvieran si no las utilizan, e incluso perderían credibilidad y confiabilidad por parte de los visitantes por no hacer acto de presencia con alguna publicación o por ignorar sus comentarios, dudas o felicitaciones.

### 3.9. Periodismo audiovisual. Cápsulas y documentales en YouTube

Los sitios web y las redes sociales son de gran apoyo para la difusión de los museos y del contacto que tienen con sus visitantes. Respecto a YouTube, permite que el INAH y sus museos transmitan conferencias y seminarios en vivo, que comparta documentales, cápsulas temáticas e informativas.

La encargada de generar el contenido visual para la difusión y parte de la divulgación de las investigaciones y noticias del INAH a través de los medios de comunicación es la subdirección de radio y televisión, de la Dirección de Medios de Comunicación de este instituto.

Por medio del canal de YouTube llamado INAH TV ([www.youtube.com/user/INAHTV](http://www.youtube.com/user/INAHTV)), publica videos de noticias, entrevistas, reportajes, promocionales, inauguraciones, hallazgos, exposiciones temporales, investigaciones; cápsulas, promocionales y documentales de zonas arqueológicas, museos y de temas prehistóricos, históricos, antropológicos, arqueológicos o etnográficos; y eventos grabados o en vivo, de conferencias y mesas redondas.

Además, produce el noticiero Mundo INAH, el cual se basa en la información de los boletines de prensa y se transmite dos veces por semana a través de su canal oficial en esta red social de videos.

También cuenta con videos de temáticas relacionadas a los ex conventos, como la conquista, evangelización, órdenes religiosas, monumentos históricos e historia de México. Así como promocionales, cápsulas y documentales de distinta duración.

Es el caso de los recintos de Acolman, Huejotzingo, El Carmen y Santa Mónica, grabados de 2009 a 2010; y reportajes de más de 20 minutos, como el de Santa Mónica, de 1996.

La mayoría de estas cápsulas son para promover el programa de turismo cultural del INAH, viajes guiados por especialistas del instituto, que tienen muy corta duración para abarcar toda la información que puede proporcionar el museo.

- **Museo del Carmen**, de 0:31 min.
- Santa Mónica, **Museo de Arte Religioso**. Promocional, de 0:31 min.
- Identificate: **Museo de El Carmen**, de 0:45 min.
- Acolman, arquitectura de los Agustinos, de 2:15 min.
- Museo Santa Mónica, de 2:19 min.
- Altar de Muertos en el **Museo de El Carmen**, de 2:19 min.

- 80 Aniversario del **Museo de El Carmen**, de 2:32 min.
- Turismo Cultural, Museo de Santa Mónica, Ciudad de Puebla, de 3:01 min.
- Calman y Huejotzingo, de 3:01 min.
- Ex conventos Agustinos en Teotihuacán, de 3:0 min.
- **Museo de El Carmen** Cápsula, de 3:03 min
- **Museo del Carmen** y Barrio de San Ángel, de 3:04 min.
- **Museo de arte religioso** Santa Mónica, de 24:46 min.

En la página inicial de INAH TV se puede ver el último video subido o la transmisión que se encuentra en directo; y posteriormente aparece el listado de los audiovisuales, con más de 50 listas de reproducción. Las principales categorías de videos son:

- Trasmisión en directo. No siempre se da este caso.
- Te invitamos a... Videos promocionales de exposiciones temporales y zonas arqueológicas.
- Noticias INAH – Mundo INAH. Noticiero bisemanal de 5 a 10 minutos.
- Códices. Microcápsulas en las que se explican las generalidades de los códices prehispánicos y coloniales.
- Museos del INAH. Promocionales y cápsulas.
- Zonas Arqueológicas. Cápsulas y documentales.
- Arqueología subacuática. Cápsulas de investigaciones in situ.
- Fotografía.
- Museo Nacional de Antropología. Cápsulas temáticas.
- Académicos. Encuentros, conferencias y simposios grabados en vivo.
- La Fundación educativa de los museos.

Algunos de los documentales y programas producidos o coproducidos por el INAH se transmiten en televisión a través de los canales 11, 22, TV UNAM, TV Mexiquense, Canal Judicial y Aprende TV; y el resto puede ser consultado en la cuenta oficial del instituto en YouTube.

Es el caso de *Antropológicas* (Canal Once e INAH, 2013), programa de divulgación conducido por especialistas y coproducido por el INAH y Once TV. Se transmitió por Canal 11, todos los miércoles a las 20:00 horas,

del 17 de julio de 2013 a febrero de 2014. Estaba compuesto por 33 capítulos de una hora de duración, que abordaban la historia de México desde la época prehispánica hasta los grupos étnicos actuales.

Los programas que estuvieron enfocados al arte sacro, ex conventos y temas relacionados fueron: El sincretismo en la Nueva España (7), Sincretismo religioso (15) y Las órdenes religiosas en la Nueva España (22).

Para promocionar éstos y los otros 30 programas, se editaron cápsulas de dos a tres minutos, transmitidas en el Canal 11 y en su cuenta de YouTube. Las cápsulas relacionadas con los temas de esta tesis fueron:

- El sincretismo en la nueva España, cápsula programa 22, 22 de enero 2014, 2:2 min.
- Conversaciones, el sincretismo, cápsula programa 22, 22 de enero, 3:19 min.
- Sincretismo religioso, cápsula programa 15, 6 de diciembre de 2013, 20:23 min.
- Ex convento de Huejotzingo, cápsula programa 7, 9 de septiembre de 2013, 3:01 min.
- Los franciscanos, cápsula programa 7, 9 de septiembre, 3:05 min.
- Las órdenes religiosas en la Nueva España, cápsula programa 7, 3 de septiembre 2013, 2:34 min.

La importancia del uso de YouTube por parte del INAH reside en el alcance que logra en internet a nivel nacional e internacional, en ser un contenedor y difusor reconocido, en que los videos se pueden consultar en cualquier momento y no a una hora y día determinados. Además de que el INAH ha sabido aprovechar esta plataforma para difundir/divulgar sus contenidos audiovisuales y llegar a más personas.

# Capítulo 4

## Propuesta para la difusión de museos de arte sacro

*La convergencia multimedia ha abierto nuevas  
e impresionantes posibilidades a la difusión cultural.*

*El museo-almacén conocido desde el siglo XIX  
tiene sus días contados.*

*Frente a la única premisa de conservar sus fondos,  
el nuevo museo tiene como objetivo principal divulgarlos,  
estén expuestos o no en sus instalaciones*

(Quijano, 2012).





En vista de que todos los museos de arte sacro analizados utilizan medios tradicionales para la difusión local y muy poco los medios digitales, se consideró que los medios digitales son la mejor opción para ampliar su alcance de difusión y llegar a más personas de manera nacional e internacional.

Los productos diseñados como resultado de la investigación presentada en los anteriores capítulos, fueron: una página web con información de los seis museos de arte sacro y una aplicación móvil acerca del **Museo de El Carmen**.

Para ambos productos de diseño digital se desarrollaron las etapas siguientes:

1. Concepto del proyecto
2. Generación de los contenidos (textos, imágenes y mapas)
3. Creación de los bocetos en papel
4. Diseño de interfaz
5. Desarrollo de los diseños en Adobe InDesign
6. Funcionamiento del prototipo

Tanto el sitio web como la aplicación móvil se presentan a nivel de prototipos, ya que ponerlos en marcha requiere distintos permisos por parte del INAH, así como tiempo para llevar a cabo los trámites necesarios. Al término de esta investigación se tiene contemplado presentar ante los directivos de cada museo esta propuesta, dejando abierta la posibilidad de que estos medios digitales se lleven a cabo en un futuro cercano.

Como ya se ha mencionado, los medios digitales desarrollados en esta tesis se encuentran en la etapa del prototipo, que corresponde al momento en el que se le presentan a la institución. Aun no para ponerse a disposición del público, pero sí para que cuente con el visto bueno del director de cada museo de arte sacro y que el área correspondiente del INAH dé la aprobación.

Se optó por utilizar medios digitales porque:

- Existen pocas páginas oficiales o sin información verídica, certera y/o actualizada
- Tienen alcance estatal, nacional e internacional
- Atraen al público joven y adulto
- Las nuevas tecnologías resultan visualmente atractivas
- Reafirman a los museos como parte del turismo cultural y de ocio
- Proporcionan información con plataformas multimedia (texto, fotografía, audio y video)

Cabe señalar que uno de los puntos en contra de los medios digitales es que no todas las personas tienen acceso a ellos, sin embargo, estamos refiriéndonos a museos que realizan difusión local, ya sea con talleres para vincular a la comunidad o llevando el museo a las escuelas cercanas.

En otras palabras, la difusión local requiere de otras estrategias, las cuales no se abordan en esta tesis, no solo porque cada uno de los seis museos ya las está desarrollando y llevando a cabo, también porque la difusión en la que se enfoca esta tesis es hacia lo macro, enfocada a nivel estatal, nacional e incluso internacional (aunque por el momento solo en español).

De igual manera tenemos que ser conscientes de la evolución y constante aparición de nuevas tecnologías, y que muchas personas continúan en la transición de conocer y adentrarse en plataformas digitales más complejas; además del rezago digital de algunas personas que no utilizan smartphones o tabletas.

Incluso en el medio museístico hay personas que se resisten a utilizar herramientas como las redes sociales, aplicaciones móviles o smartphones. No se trata de obligarlos a utilizarlas, sino de mostrarles las ventajas y el amplio abanico de posibilidades que ofrecen.

Si bien, nunca será lo mismo visitar un museo de manera presencial que virtual, ambas opciones ofrecen diversas experiencias que incluso son complementarias y ninguna sustituye a la otra, ni se trata de satanizar a una y glorificar a la otra. De lo que se trata es de entender (y respetar) por qué a algunas personas no les interesa adentrarse a las nuevas tecnologías.

El estadounidense Marc Prensky, experto en la conexión entre aprendizaje y tecnología, explica la diferencia entre los estudiantes del siglo XXI y sus predecesores respecto al mundo digital. Sin mencionar edades, Prensky (2010) explica que:

- Los **nativos digitales** son aquellos que han nacido y se han formado de manera natural con el lenguaje digital.
- Los **inmigrantes digitales** han experimentado la transición y evolución del lenguaje digital y que por necesidad se ven obligados a utilizar y aprender rápidamente a hacerlo.

Incluso hay autores que le han agregado el término analfabetas digitales, para referirse a aquellas personas que no utilizan o no saben utilizar los medios digitales. Estos conceptos se podrían tomar como punto a favor para el uso de medios digitales en la difusión de museos de arte sacro, ya que la propuesta está enfocada a jóvenes y adultos.

Otro punto a favor de los medios digitales para dar a conocer los museos es que es México los jóvenes y adultos, a quienes está dirigida la propuesta, son los que más utilizan internet. Así lo señala el 12\* Estudio sobre hábitos de los usuarios de internet en México 2016, de la Asociación Mexicana de Internet (2016), que especifica que las edades de los internautas que más utilizan este medio tienen de:

- 25 a 34 años (20%)
- 13 a 18 años (19%)
- 19 a 24 años (17%)
- 35 a 44 y menores de 13 años (15%)
- 45 a 55 (9%)
- 55 años (5%)

Además, indica que existen 65 millones de internautas en nuestro país, que corresponde al 59 por ciento de los mexicanos. Los cuales permanecen conectados en promedio:

- De 7 horas y 14 minutos diarios
- El 87 % desde su hogar
- El 52% desde cualquier lugar mediante dispositivo móvil

Mientras que los dispositivos de conexión más populares son:

- Smartphones (77%)
- Laptop (69%)
- Computadora de sobremesa (50%)
- Tabletas (45%)
- Pantallas (23%)
- Consolas de videojuegos (19%)

De acuerdo a los hábitos de uso de internet de la Asociación Mexicana de Internet (2016), los internautas mexicanos se conectan principalmente para:

- Acceder a redes sociales (79%)
- Enviar/recibir mails (70%)
- Enviar/recibir mensajes instantáneos (68%)
- Búsqueda de información (64%)
- Ver películas/series online (52%)
- Escuchar música online (52%)
- Llamadas o aplicaciones (43%)
- Jugar online (43%)
- Comprar online (36%)
- Descargas de películas, series, música o podcasts (35%)
- Operaciones bancarias (26%)
- Videollamadas (26%)
- Cursos online (25%)
- Búsqueda de empleo (22%)
- Mantener sitios propios o blogs (18%)

- Vender por internet (17%)
- Gestiones con gobierno (17%)
- Visitar sitios para adultos (11%)
- Encuentros online (6%)

Algunas de estas actividades parecerían repetitivas y confusas, como dividir la actividad de ver y la de *descargar* películas y series; o juntar llamadas y aplicaciones en el mismo rango. Sin embargo, el listado nos muestra que los mexicanos utilizan internet principalmente para comunicarse, explorar y disfrutar sus momentos de ocio; y poco a poco lo van asimilando como parte de su vida cotidiana.

Actualmente, el usuario no sólo busca información, sino compartirla e interactuar tanto con otras personas como con la interfaz. Por ello, a los visitantes del siglo XXI hay que ofrecerles, además de experiencias presenciales, experiencias online, las cuales se complementan entre sí.

### **Antes, durante y después de la visita**

En el caso de los museos, existen tres fases en las que el usuario recurre a los medios digitales para conocer, experimentar y compartir su experiencia en estos recintos (Dosdoce, 2013):

- **Antes de la visita** (fase uno, de descubrimiento). Incluye el uso de aplicaciones, la experiencia relacionada con la gamificación (similar a un videojuego, con desafíos y premios), páginas web y redes sociales.
- **Durante la visita** (fase dos, de la experiencia/satisfacción). Elementos digitales que forman parte de la museografía o tecnología que complementa la visita, como pantallas táctiles, códigos QR, aplicaciones, realidad aumentada, geolocalización, etc.
- **Después de la visita** (fase tres, en donde comparte su experiencia/satisfacción). Los medios digitales para compartir la experiencia son las redes sociales, blogs y similares.

La fase uno es la información previa antes de la visita presencial o el primer acercamiento a la información digital disponible del museo.

La difusión en internet juega un papel muy importante en esta fase, porque si el museo físico que no tiene información en internet no existe para el usuario digital y disminuye o nulifica las posibilidades de que lo visite de manera presencial.

El atractivo visual, la interacción y el uso de elementos multimedia enriquecen la fase de descubrimiento y mantienen la atención del usuario.

También es importante que la información que se encuentra en internet acerca del museo sea verídica, certera y actualizada, de lo contrario no se pasará a la siguiente fase, que es la visita y la experiencia en el museo a la par de algún medio digital.

La fase dos ocurre cuando se recorre el museo, ya sea de manera virtual o presencial. Al ser visita presencial, es un híbrido que surge por la mezcla entre medios digitales y tradicionales, como cedulas interactivas, objetos físicos con información QR o realidad aumentada en zonas arqueológicas.

La fase tres es cuando el visitante terminó su recorrido presencial o terminó de conocer el museo de manera digital, es entonces cuando comparte su experiencia, opina, critica y/o recomienda o no el museo.

Las redes sociales son importantes en esta fase, porque a través de ellas el usuario comparte su experiencia en el museo, lo que a su vez no solo es positivo para el museo, sino para su difusión.

#### **4.1. Integración de recursos de diseño y periodismo**

En los capítulos anteriores se mostraron y analizaron los medios digitales, impresos y audiovisuales empleados para la difusión de los museos de arte sacro; a través de los cuales se observó que son varias las disciplinas que colaboran para el desarrollo de los mismos.

Para la difusión de los museos se requiere un equipo multidisciplinario, pero no todos los recintos lo tienen o en ellos labora personal que aplica conocimientos de disciplinas ajenas a la suya (abogados diseñando o arqueólogos de community managers en redes sociales).

Dos de las disciplinas que no siempre están presentes en los equipos de difusión son diseño y periodismo, cuya ausencia es evidente al encontrarnos con diseños mal resueltos o mala redacción. O por el contrario, están presentes pero su trabajo no se refleja en los medios utilizados.

La propuesta de esta tesis busca demostrar que son necesarios e indispensables el diseño y periodismo para la difusión de museos, pero también recalca la necesidad de la multidisciplina.

Existen recursos que tienen en común el diseño y el periodismo porque ambos los utilizan, como el diseño editorial, la fotografía y la comunicación visual, vista desde la propia perspectiva de cada disciplina y cada una atribuyéndose su pertenencia, pero en ambas presentes, aunque de distinta manera.

Uno de los puntos en el que convergen es la difusión, ya que requiere del diseño de carteles, organización de conferencias de prensa, elaboración de material promocional del museo y sus actividades, redacción de boletines y entrevistas con los involucrados (como el museógrafo de una exposición temporal), por mencionar algunas.

Por ello, la propuesta integra elementos de ambas disciplinas para la difusión de los seis museos de arte sacro. En los capítulos anteriores se analizó el estado de la cuestión, cómo son y están, qué ofrecen, cómo lo ofrecen, su transición de conventos a museos, su actual funcionamiento y los medios que utilizan para su difusión.

Todos aplican, en mayor o menor medida, medios digitales e impresos. Algunos recintos desarrollan más unos medios que otros, como imprimir muchos carteles y publicar poco en redes sociales o viceversa.

La propuesta de esta tesis no es diseñar lo que le falta a cada recinto, lo que busca es vincular los seis museos para difundirlos a través de medios digitales y al mismo tiempo, desarrollar la propuesta a través de recursos de diseño y periodismo.

Los recursos de diseño para la propuesta son:

- Diseño de la app
- Diseño de la página web
- Levantamiento fotográfico
- Diseño de información
- Diseño de mapas

Los recursos de periodismo para la propuesta son:

- Planeación para difundir la propuesta
- Investigación de los contenidos
- Redacción de los textos de la app y la página web
- Levantamiento fotográfico

Los recursos de diseño se elaborarán con base en los conocimientos adquiridos en la maestría

de Diseño y comunicación visual; mientras que los recursos de periodismo se desarrollarán aplicando los conocimientos de periodismo aprendidos en la licenciatura y con la experiencia en el campo laboral.

## 4.2. Diseño de medios digitales

Para describir el proceso de creación de la página web y de la aplicación móvil para la difusión de museos de arte sacro, es necesario adentrarse en el diseño digital, quizá no a profundidad, pero sí en los conceptos básicos que dan vida a los medios digitales.

En cuanto al diseño de interfaz, éste se explica desde el punto de vista del diseñador y no del programador; ambos son indispensables, pero ésta es tesis de diseño y periodismo (por la investigación, contenidos y textos), y no de programación.

Es así que el concepto de interfaz, aunque suena muy técnico, en realidad es el punto de contacto y comunicación entre el ser humano y las máquinas, como los botones del microondas. En ordenadores, smartphones, tabletas o consolas de videojuegos, la interfaz está compuesta por elementos visuales e interactivos.

Debido a que la interfaz es el puente que comunica a las personas con los medios digitales, se debe tener en cuenta que “el buen diseño de interfaz combina la usabilidad, la funcionalidad y la estética para conseguir un resultado satisfactorio (Wood, 2015, p. 6).

Por ello, es necesario tener presente los principios del diseño gráfico de interfaz, que Orihuela y Santos (1999) detallan en el siguiente listado:

- **Trasparencia.** Fácil de utilizar, uso intuitivo.
- **Simplicidad.** Economía de elementos.
- **Identidad.** Reconocible y memorable.
- **Equilibrio.** Armonía entre elementos.
- **Unidad.** Estética y temática.
- **Coherencia.** Interna y externa.
- **Contraste.** Jerarquía de los elementos

La creación de los medios digitales requiere la participación de un equipo multidisciplinario. A continuación, se mencionarán dos distintas formas que proponen Orihuela y Santos (1999) para integrar al equipo que trabaja en la creación y desarrollo de este tipo de medios:

Equipo A

- **Arquitecto de la información.** Define la estructura interactiva.
- **Diseñador de experiencia de usuario.** Crea la interfaz y la experiencia que resulta de ésta.
- **Diseñador gráfico.** Da forma a la accesibilidad estética de la interfaz.
- **Programador.** Escribe el código del medio digital.

Equipo B

- **Área de redacción.** Investiga, selecciona contenido e información, redacta los textos y los revisa.

- **Área artística.** Define la estética, diseña la interfaz, crea los elementos visuales y la composición de pantalla.
- **Área técnica.** Compilación de la maqueta, integración multimedia y operatividad del soporte.

En el equipo A se observa que se le da más peso a la parte técnica y el segundo a la artística, por ello se reunieron elementos de cada uno para integrar el equipo de trabajo que desarrolló la página web y la aplicación móvil, que más adelante se explicará a detalle.

Ya que ambos medios digitales se presentarán en su versión de prototipo, por el momento no se requerirá del programador para escribir el código.

Es decir, los dos medios digitales que se propondrán sólo estarán disponibles en su versión de prueba, dejando abierta la posibilidad de que posteriormente cada museo decida ponerlos en marcha, será entonces cuando se requerirá la participación del programador para que la página web y la aplicación estén disponibles para el público usuario.

### Proceso del diseño digital

Antes de programar o maquetar cualquier medio digital, el proyecto inicia con la concepción de la idea, qué se hará, por qué, para qué y quién. Ya que se sabe esto, lo siguiente es determinar cómo se hará y cuáles serán los contenidos.

Al tener toda la información que se quiere incluir, es momento de armar el boceto a mano, ese prototipo en papel que guiará al diseño en computadora. Para después pasar a los programas de diseño como lo son Adobe Illustrator, Adobe InDesign y Adobe Photoshop.

A partir de aquí comienza el trabajo del programador. Cabe señalar que, durante todo el proceso, cada miembro del equipo debe estar al tanto de los avances, las consultas y del diseño del proyecto.

### El proceso de diseño de interfaz

<b>Concepción</b>	Objetivos y necesidades
<b>Especificaciones</b>	Contenido Funcionalidad
<b>Arquitectura de la información</b>	Prototipos en papel
<b>Diseño de interfaz</b>	Arquitectura de la información Comunicación visual Experiencia del usuario Códigos de programación

Nota: Recuperado de Wood (2015).

### Arquitectura de la información

Una vez teniendo el concepto del proyecto que se quiere desarrollar y la información o contenido del mismo, la arquitectura de la información inicia su labor para determinar la estructura del medio digital que se creará.

El arquitecto de la información diseña un camino de navegación a través del contenido de la interfaz. A la estructura interactiva y al camino de navegación resultantes suele llamársele arquitectura de la información, y es la encargada de delimitar la forma que tomará la interfaz gráfica, a partir de la cual el diseñador y el programador conceptualizan la experiencia (Wood, 2015, p. 42).

El también llamado arquitecto del flujo tiene varias tareas:

- Crear inventario y mapa del contenido
- Diseñar los flujos interactivos
- Determinar la jerarquía
- Crear el mapa de la interfaz
- Identificar los puntos importantes y traducirlos a imágenes o nombres entendibles para el usuario

La arquitectura de la información indica en dónde va qué contenido y cómo se enlazan entre sí, a través del mapa de la interfaz y del mapa del contenido.

En este punto aparecen los bocetos en papel, a la par del diseño y mucho antes de la programación. Estos bocetos en papel se dividen en wireframes y prototipos. Ambos trazos en papel sirven para determinar las funciones básicas de la interfaz y experimentar con las variantes de las pantallas o ventanas, pero cada uno tiene objetivos específicos.

Los wireframes muestran el comportamiento, la lógica, y funcionalidad de cada pantalla de interfaz. Es importante dibujarlos en escala real e indicar la ubicación de encabezados, áreas de contenido, navegación y enlaces. Además de tener en cuenta si se usará el dedo, pulgar, ratón o gesto al momento de la navegación (Wood, 2015).

No es el diseño final, sólo es la propuesta de composición utilizando líneas, cajas y texto básico. Ofrece la posible jerarquía visual, prioridades de navegación y espacios que ocupará el contenido.

Los prototipos en papel complementan el análisis y visualización de la estructura interactiva básica, incluye variantes de las pantallas y enlaces interactivos para probar.

En esta fase, el diseño se prueba para determinar si es fácil de manejar; si su uso es intuitivo, si es necesario quitar o agregar elementos. En ocasiones se incluyen pruebas con usuarios y/o con el cliente.

### **Diseño gráfico para medios digitales**

Al diseñar medios digitales hay que tener en cuenta las plataformas a través de las cuales se transmitirán estos medios, ya que no es lo mismo diseñar para computadoras de escritorio que para tabletas o smartphones, por los tamaños de la tipografía o el espacio requerido para el contenido; además considerar que no es lo mismo el diseño impreso que el digital, principalmente por las características técnicas requeridas, como el color en RGB y la resolución (la más utilizada es 75 ppp pero en imágenes grandes se llega a usar 300 dpi, igual que para impresos); así como el tamaño de pantalla o si será diseño responsive, en el que los elementos se acomodan automáticamente de acuerdo al tamaño de la pantalla.

También es indispensable conocer y manejar los programas para el desarrollo del diseño digital profesional, como ACDsee pro, Canva, Corel Draw, Gimp, Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Inkscape, Adobe Photoshop o Sketshup, de acuerdo a las necesidades de cada diseño y/o diseñador.

Para el diseño de los dos medios digitales se utilizaron Adobe InDesign y Adobe Photoshop, porque se tiene la experiencia en su manejo y porque proporcionan las herramientas requeridas para el diseño de aplicaciones móviles y páginas web, así como para el retoque de imágenes fotográficas y la creación de los mapas que se necesitaron para este proyecto.

### **El prototipo para previsualizar el diseño final**

El prototipo digital se considera la versión de prueba del diseño final, más que para realizarle cambios, sirve para mostrarlo al cliente e incluso a un grupo de usuario para conocer su opinión.

En el caso de los dos diseños digitales, la página web únicamente se podrá previsualizar en computadoras de escritorio y laptop; mientras que la aplicación móvil sólo se verá en smartphone.

La generación del prototipo no proporciona las características del diseño responsive, es decir, aunque el prototipo es lo más apegado a la visualización final, no realiza los ajustes del tamaño de acuerdo a cada

pantalla y los elementos quedan fijos como en el diseño tradicional.

Sin embargo, sí proporciona transiciones y cambios de página como respuesta al click del mouse o al toque con la yema del dedo.

#### 4.3. Página web, vinculando museos de la misma temática

La página web que se propone para la difusión de los museos de arte sacro busca vincular a los seis recintos para que, además de encontrar la información de todos en el mismo lugar, sirvan de plataforma de difusión unos de otros.

Es decir, al buscar información de uno de estos museos, también se encontrará que existen otros cinco recintos de temática similar.

Además de crear contenidos como parte de la propuesta de tesis, se reunirán otros contenidos elaborados por el INAH de estos mismos museos, como cápsulas de video, redes sociales y/o mapas del recorrido.

El contenido está integrado por imágenes, texto y video, el cual se investigó y/o generó utilizando recursos periodísticos.

El diseño gráfico y de interfaz se realizó con base en los conocimientos adquiridos a lo largo de la maestría, de la consulta de bibliografía especializada sobre diseño de medios digitales, y del análisis de páginas web y las tendencias de diseño de 2015 y 2016.

Por otra parte, al analizar los distintos sitios web del INAH, sus museos y tópicos, se observó que al tratarse de páginas que sólo manejan un tema en particular, como exposiciones o códices, se les nombra microsítios, ya que únicamente contienen información de ese tema.

Debido a que la página web que se propone sólo aborda un tema, los museos de arte sacro en ex conventos, y que además son recintos administrados por el INAH, entonces la página que se propone será considerada microsítio.

## Contenido

Más que datos históricos y fechas, se destaca su estética a través de imágenes grandes y poco texto, que proporciona la información de manera amena al estar redactada sin tecnicismos y con lenguaje coloquial.

**Presentación de cada museo.** Indica la ubicación del recinto y sus contextos cultural y geográfico. Además, se habla de su acervo y de las actividades culturales que ofrece.

**Datos interesantes,** datos históricos, sobresalientes y/o anécdotas de cada museo.

**Historia del ex convento y/o del museo.** Breve historia de los acontecimientos más importantes de la transición del convento virreinal y hasta su transformación como museo de arte sacro.

**Salas del museo.** Listado de las salas de cada museo, tanto espacios históricos con o sin obra expuesta, como áreas expositivas.

**Recorrido.** Mapa de cada museo mostrando la ubicación de sus salas y áreas expositivas, de acuerdo a su recorrido cronológico.

**Video.** Visualización de los videos y cápsulas generadas por el INAH.

**Información.** Datos generales del museo, como su ubicación (dirección), costos y horarios.

El orden de las secciones se debe a que primero se entra al usuario en las actividades que ofrece el museo, la importancia y atractivo del acervo, y engancharlo con datos interesantes, antes de proporcionarle fechas y/o datos históricos que podría considerar pesados o tediosos, y por ende provocar que abandonara la página.

Una vez que se logró captar y mantener la atención del usuario, es cuando se le explica la historia del ex convento y museo; para luego darle información de salas y recorrido, así como videos complementarios y datos para visitar estos lugares de manera virtual y/o presencial.

## Mapa de contenido

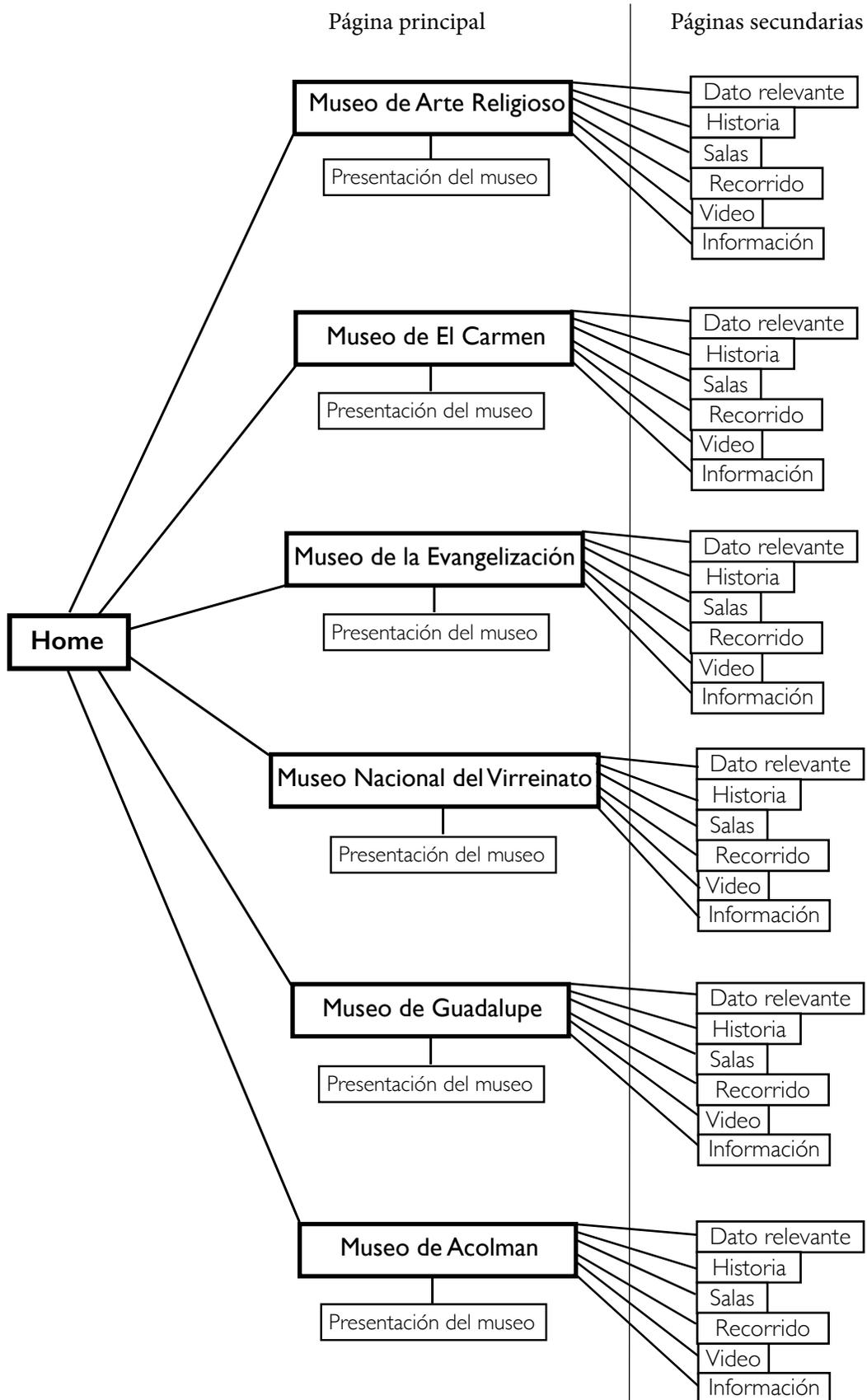




Figura 4.1. Wireframe del Home del sitio web

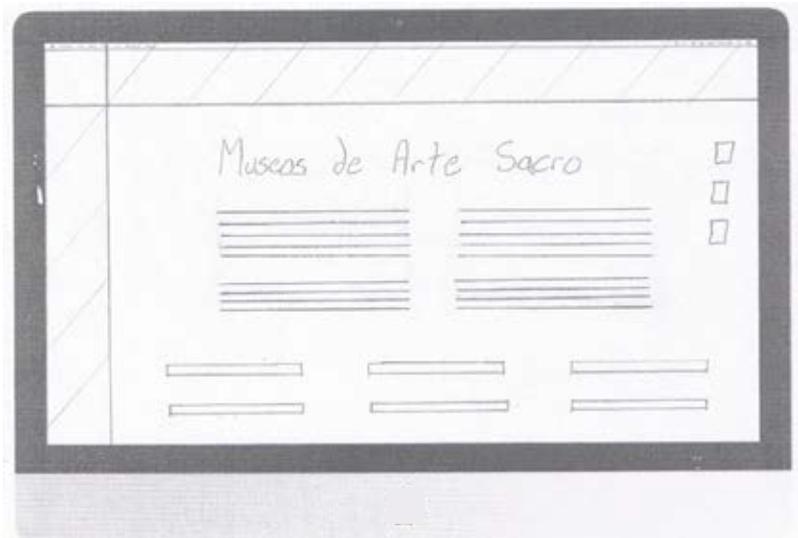


Figura 4.3. Prototipo en papel de la portada del Home.

### Wireframes y prototipos en papel

Los bocetos en papel que se dibujaron del sitio web incluyeron el Home, la página dedicada al **Museo de Guadalupe** y secciones específicas como la portada y *Recorrido*, como muestra de cómo quedaría el resto.

Los wireframes y prototipos se dibujaron a lápiz sobre hojas blancas, indicando la posición de cada elemento, distinguiendo textos e imágenes y su jerarquía visual. Los wireframes ayudaron a tener claro el comportamiento que tendría cada ventana y en dónde y cuándo eran necesarios los enlaces o botones de la interfaz.

Los prototipos en papel sirvieron para analizar las posibilidades de interacción y las variantes entre pantallas, lo que ayudó a determinar cuáles serían las versiones que se ocuparían para plasmar el diseño en Adobe InDesign y qué elementos se tendrían que agregar posteriormente, como los enlaces a redes sociales.

Al bocetar el Home, se determinó en qué espacios se colocarían los contenidos, el tamaño de cada imagen, a la que se le da mayor prioridad de jerarquización y el lugar que ocuparían los textos. Se siguió el mismo orden de los museos ocupado en esta tesis, que es el alfabético (véase figura 4.1).

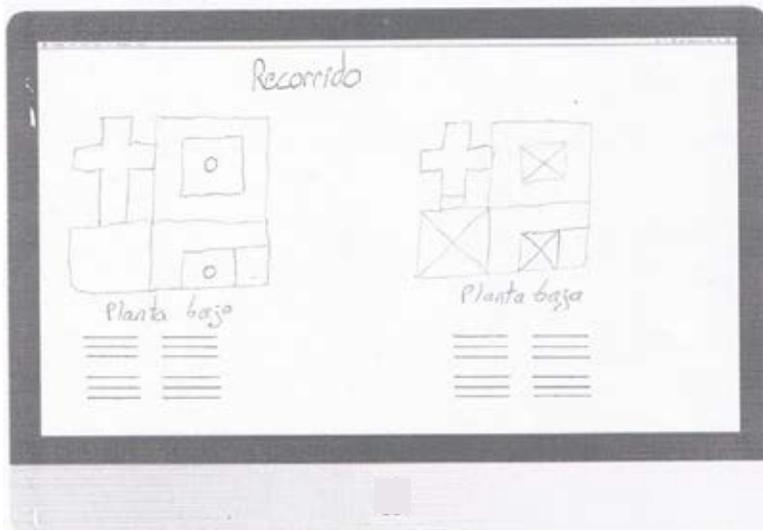


Figura 4.4. Prototipo en papel de la sección salas del museo.

En esta fase se detectó la necesidad de incluir la palabra *entrar* en la presentación de cada museo, para indicar que al dar click en estas áreas, se proporcionaría más información de cada museo al ser direccionados a otra página.

El boceto de la página enfocada exclusivamente al **Museo de Guadalupe** muestra una disposición similar de los elementos que en Home (texto e imagen), pero aquí se señala la ubicación de cada sección: *Dato interesante*, *Historia*, *Salas del museo*, *Recorrido*, *Video* e *Información* (véase figura 4.2).

Al observar el boceto, se consideró cambiar la posición de las secciones video y recorrido, de esta manera el listado de salas aparece previo al mapa del recorrido.

La portada de *Home*, en el boceto, muestra la distribución de los principales elementos que la componen, incluso los descansos visuales que se planearon dejar y la especie de marco que se planeó diseñar con pequeñas imágenes de cada museo (véase figura 4.3).

El prototipo en papel de la sección *Recorrido* proporcionó mayor claridad de la composición de los elementos, así como de su funcionalidad (véase figura 4.4).

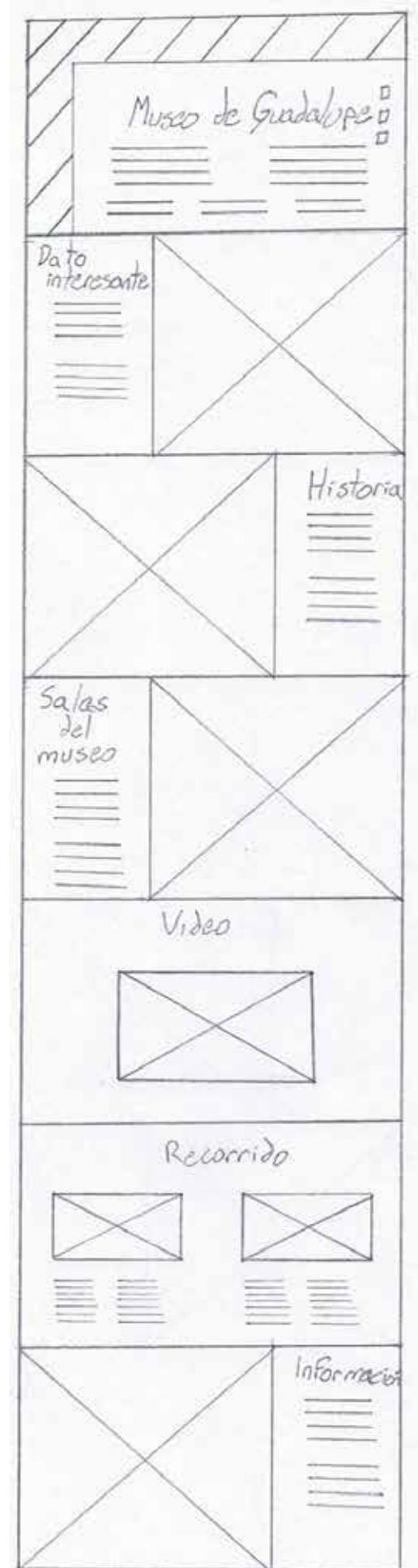


Figura 4.2. Wireframe de la página del Museo de Guadalupe.

## Generación de contenidos

La creación de contenidos se realizó aplicando conocimientos de diseño y periodismo, que se complementaron para ofrecer un micrositio más completo, con información inédita, útil y atractiva; y al mismo tiempo proporcionando links de los contenidos que el INAH ha desarrollado acerca de estos seis museos.

Luego de establecer las secciones que integrarían la página web, el siguiente paso fue generar los contenidos de cada una.

La información para generar los contenidos se obtuvo de diversas fuentes:

- Cédulas de los seis museos de arte sacro
- Información proporcionada por cada museo (solicitada para esta tesis)
- Sección Museos, del sitio oficial del INAH (INAH, 2016)
- Páginas de internet oficiales del **Museo de Guadalupe** (2016), del **Museo de El Carmen** (2010-2015) y del **Museo Nacional del Virreinato** (2011)
- Blog oficial del **Museo de Arte Religioso** (2016)

### Textos

Los textos se redactaron de manera descriptivo-narrativa, siguiendo la estructura del reportaje periodístico, que posteriormente se dividió por temáticas para colocarlo de acuerdo a cada sección.

En la presentación de cada museo, en *Home*, se introduce en tres párrafos al contexto cultural y geográfico en el que se encuentran estos recintos, así como una breve mención de su acervo y salas.

Ya en la página de cada museo, la presentación continúa con cuatro párrafos acerca de las actividades culturales que organizan estos recintos, datos adicionales de su acervo y espacios del inmueble.

Para la sección *Dato interesante*, se pensó en incluir anécdotas y datos históricos para atraer la atención y generar curiosidad por el museo. De cada museo se narra uno o dos datos, de dos a cuatro párrafos. Como declaratorias de Patrimonio de la Humanidad, inundaciones históricas, monjas ocultándose por las Leyes de Reforma, momias encontradas en la Revolución o planes de convertir a estos inmuebles en cárceles a finales del siglo XIX y principios del XX.

En la sección *Historia* se aborda brevemente la historia del museo mencionada en cuatro o seis párrafos, desde la fundación como convento o colegio novohispano y hasta su inauguración como museos de arte sacro en el siglo XX.

También se habla de su funcionamiento e importancia en esa época, abandono de cada inmueble principalmente por las Leyes de Reforma a finales del siglo XIX, otras ocupaciones que tuvieron estos edificios.

El listado de salas del museo se muestra en la sección del mismo nombre, dividida principalmente en planta baja y alta, ya que algunos museos son más grandes que otros y tienen mayor número de salas.

En la última sección, se proporciona la información general del museo para visitarlo de manera presencial o buscar más información al respecto: dirección, horarios, costo, descuentos y links del sitio oficial del INAH, de la página de los museos que cuentan con página de internet y del recorrido virtual.

### Imágenes

Las fotografías utilizadas en la página web son inéditas y creadas específicamente para la tesis y este proyecto, las cuales se tomaron a lo largo de los dos años de investigación, recopilación y visita presencial en los seis museos de arte sacro; utilizando cámara digital y tripié.

En la portada o inicio de cada página se diseñó una especie de tira de pequeñas imágenes en forma de prisma rectangular, que muestran diversos aspectos de los museos.

En *Home* se incluyeron fotografías de cada museo y en la portada de la página de cada ex convento sólo se muestran imágenes de ese recinto.

Para el micrositio se utilizaron cinco imágenes grandes de cada museo, una en cada sección que a continuación se mencionará:

- Presentación del museo (en la página de inicio)
- *Dato relevante*
- *Historia*
- *Salas*
- *Información*

Para las fotografías del *Home*, se eligió una panorámica que muestra la arquitectura del inmueble, resaltando su carácter de ex convento, porque las fachadas ya están muy vistas y no todas son visualmente atractivas.

La mayoría de las imágenes que se colocaron en la página de cada museo describen visualmente lo que señala el texto. Por ejemplo, en *Salas del museo*, la fotografía es de una de las salas más importantes o llamativas del museo. O en *Dato importante*, la imagen es del lugar o tema mencionado. El resto, aunque no está relacionado con el texto, muestra espacios destacados de cada recinto.

En la página del **Museo de Arte Religioso** se utilizaron las siguientes fotografías:

- Despacho de la priora (*Dato interesante*)
- Fachada del museo (*Historia*)
- Cocinas (*Salas del museo*)
- Visita guiada por el claustro (*Información*)

En la página del **Museo de El Carmen** se utilizaron las siguientes fotografías:

- Criptas y momias (*Dato interesante*)
- Escaleras de los lavabos, con decorado mural (*Historia*)
- Capilla doméstica (*Salas del museo*)
- Huerto y fuente (*Información*)

En la página del **Museo de la Evangelización** se utilizaron las siguientes fotografías:

- Claustro (*Dato interesante*)
- Fachada y atrio (*Historia*)
- Una de las celdas (*Salas del museo*)
- Huerto (*Información*)

En la página del **Museo de Guadalupe** se utilizaron las siguientes fotografías:

- Patio (*Dato Interesante*)
- Fachada del museo (*Historia*)

- Claustro de la Pasión de Cristo (*Salas del museo*)
- Ex biblioteca (*Información*)

En la página del **Museo Nacional del Virreinato** se utilizaron las siguientes fotografías:

- Capilla doméstica (*Dato interesante*)
- Templo de San Francisco (*Historia*)
- Pasillo con pintura mural, del Claustro de Naranjos a la Huerta (*Salas del museo*)
- Patio (*Información*)

En la página del **Museo Virreinal de Acolman** se utilizaron las siguientes fotografías:

- Claustro menor (*Dato interesante*)
- Pasillo entre la ex biblioteca y la planta alta del claustro menor (*Historia*)
- Celda (*Salas del museo*)
- Fachada del ex convento (*Información*)

En lo posible se trató de no utilizar imágenes religiosas porque, aunque los museos son de arte sacro, lo que se busca es resaltar la importancia artística e histórica de estos museos, recordando que los objetos expuestos ya no son de culto, y que las obras son representaciones artísticas de la devoción virreinal y no la actual.

Ya que se ha visto el rechazo de algunos visitantes hacia los museos de arte sacro, en redes sociales y durante las visitas guiadas, por considerárseles lugares de culto católico actual.

Por ello, se procuró utilizar lo menos posible imágenes religiosas, salvo en aquellos casos en donde lo artístico sobrepasa lo religioso, como en las fotografías de las capillas domésticas, la ambientación de las celdas o en el diseño de las portadas, al mostrar los óleos de las colecciones.

#### Mapas del recorrido

En esta sección se proporciona el mapa del recorrido de cada museo, con el listado de

sala y espacios históricos abiertos al público, áreas numeradas de acuerdo a su recorrido cronológico.

Los mapas que utilizan los museos de arte sacro en sus cédulas y guías fueron utilizados en esta sección, sin embargo, se les hicieron modificaciones, las cuales se explican a continuación.

El **Museo de Arte Religioso** no tiene a la vista su mapa del recorrido, ya que se encontraba en los detalles finales de la renovación de cedulario. El mapa fue proporcionado junto con la información que se solicitó acerca del museo para conformar esta tesis (Guadalupe Tlapa, comunicación personal, octubre 2014).

Al haberse diseñado en un tamaño pensado para las cédulas del museo, el mapa tuvo que modificarse para colocarlo en la sección Recorrido del micrositio creado para esta tesis, porque la numeración era imperceptible al minimizar el tamaño del mapa.

Además, el mapa mostraba la ubicación de bodegas, oficinas y áreas de trabajo que no tenía caso proporcionarle al público, ya que sería información innecesaria que podría saturar al visitante.

Algo similar ocurrió en el **Museo Nacional del Virreinato** (2016 y 2016), cuyo mapa de la entrada fue remplazado por mensajes de bienvenida en tres distintos idiomas.

Tanto el cambio del mapa principal de la entrada, como la colocación de nueva señalética y algunos mapas distribuidos en algunos puntos del ex colegio, se debieron a pruebas de cedulario que se llevan a cabo en el museo.

El mapa que se utilizó para colocarlo en la sección de *Recorrido* fue el anterior, el que señalaba el plano completo del museo, diferenciando las tres plantas del inmueble.

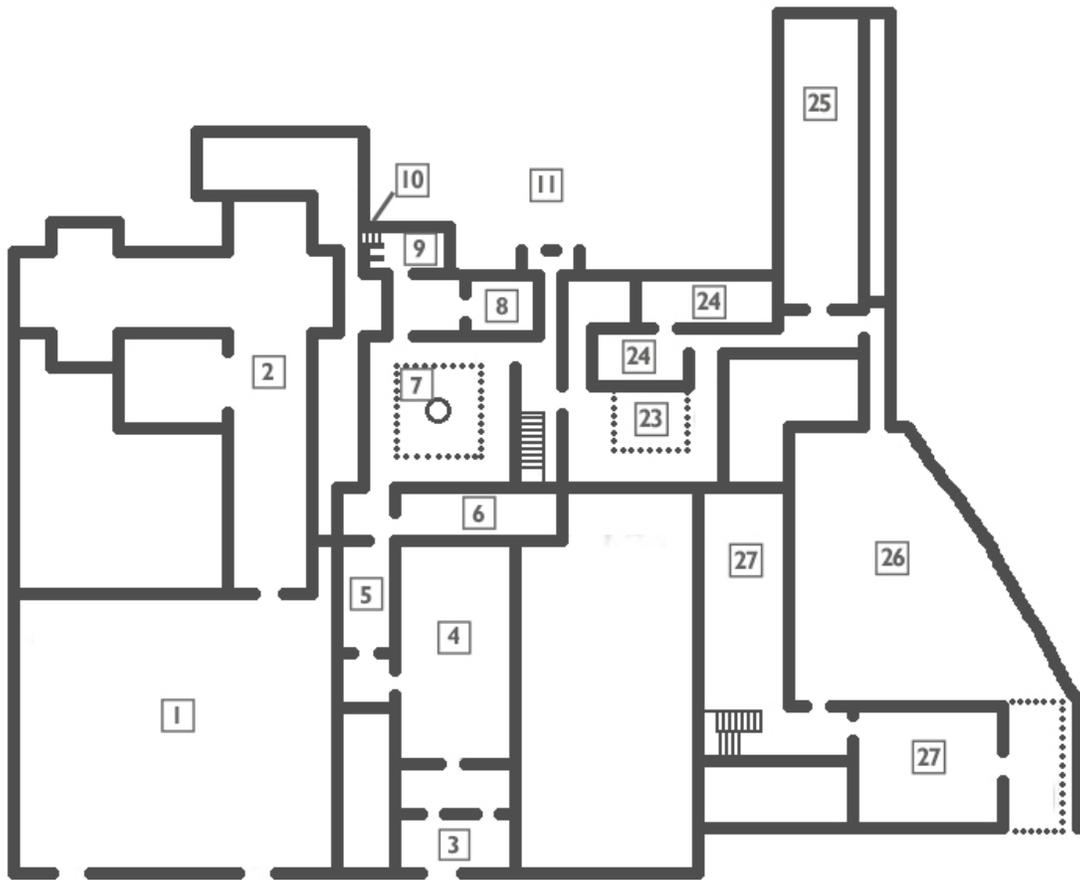


Figura 4.5. Mapa del recorrido del Museo de El Carmen correspondiente a la Planta baja, para página web.

Al tener que reducirlo para que encajara en la página web, la numeración no era visible ya que estaba diseñada para visualizarse en tamaño de gran formato. Por ello se tuvo que editar el mapa original para recolocar la numeración y actualizar la ubicación de algunas salas.

Para el **Museo Virreinal de Acolman** se utilizó el mapa del recorrido que fue proporcionado por el recinto (Elena González, jefa del Museo Virreinal de Acolman, comunicación personal, 15 de octubre 2014), pero se modificó la numeración de las salas, ya que el mapa incluía la ubicación de las salas antes de la reestructuración en la que se encuentra actualmente el museo.

Asimismo, hay museos de arte sacro que no tienen mapa del recorrido, no está actualizado o presenta errores visuales y de orientación; en estos casos, el mapa se creó en su totalidad, utilizando como base los planos arquitectónicos del inmueble, mapas no actualizados y/o la panorámica satelital de Google Maps, este último para determinar detalles actuales del inmueble.

Los museos que requirieron que se diseñara mapa de su recorrido fueron los de El Carmen, la Evangelización y Guadalupe. En los tres casos se recurrió a delinear los planos o mapas existentes en Adobe Photoshop, obteniendo un plano de dos dimensiones (alto y ancho), con elementos muy sencillos que proporcionan la ubicación de cada sala, la cual se identifica a través de una numeración que al mismo tiempo señala el recorrido cronológico dentro del inmueble y sus distintas salas y/o espacios históricos (véase figura 4.5).

Para crear el mapa del recorrido del **Museo de El Carmen** se recurrió al mapa anterior, diseñado antes de la reestructuración del recinto en 2011; también se obtuvieron trazos de la panorámica satelital de Google Maps y del plano arquitectónico del ex colegio, obtenido del libro *Vida cotidiana en la Nueva España. Espacios recientemente rescatados del Museo de El Carmen* (1986).

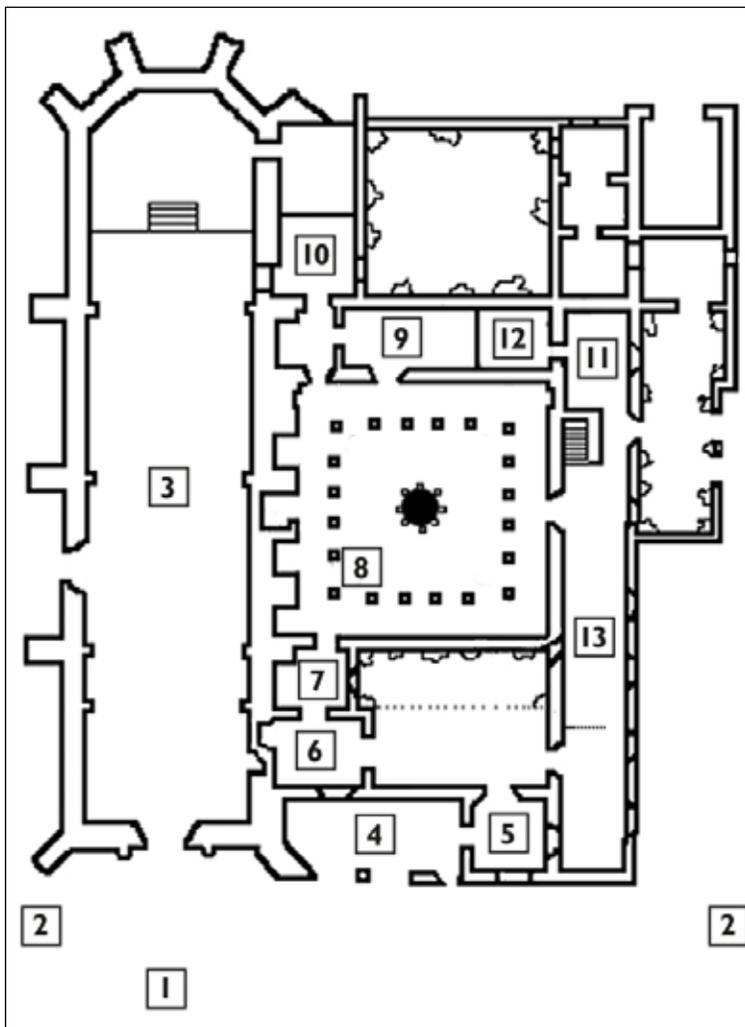


Figura 4.6. Mapa del recorrido del Museo de la Evangelización, correspondiente a la Planta Baja.

El **Museo de la Evangelización** no cuenta con plano de su recorrido, por lo cual fue necesario diseñarlo. Para realizarlo, se recurrió a los planos arquitectónicos encontrados en la revista *Conventos del siglo dieciséis* (1966), que se delineó en Adobe Photoshop y se le agregaron las divisiones de las actuales salas del museo. Además, se le colocó la numeración de cada sala de acuerdo al recorrido cronológico (véase figura 4.6).

En el caso del **Museo de Guadalupe** (2015 y 2016) se recurrió al mapa actual que se encuentra a la entrada y a mitad del recorrido, debido a que no se encontraron los planos arquitectónicos del inmueble. También se utilizó la panorámica satelital de Google para delimitar los espacios exteriores (véase figura 4.7).

#### Diseño web

Luego de realizar los bocetos en papel y generar el contenido, el siguiente paso fue diseñar la página web a través de Adobe InDesign. El diseño en pantalla se guió de los bocetos en papel, que fueron de mucha ayuda para determinar la ubicación de los textos e imágenes.

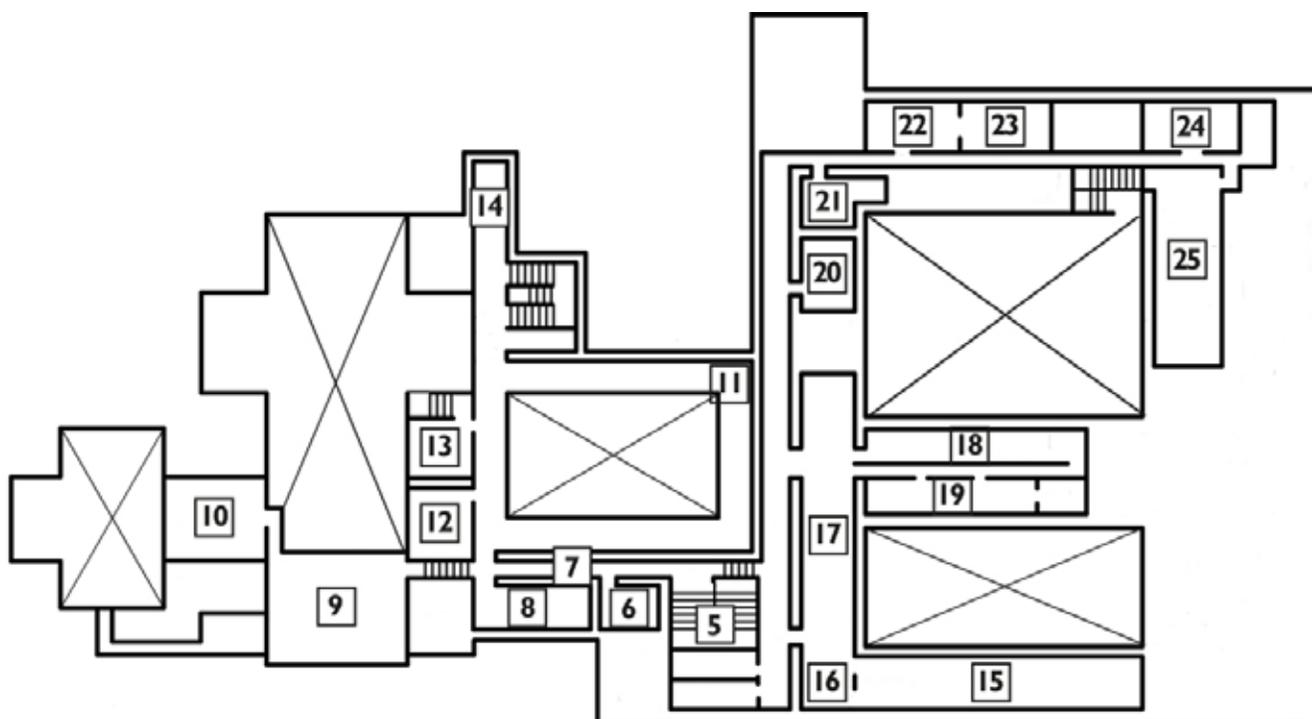


Figura 4.7. Mapa del recorrido del Museo de Guadalupe, correspondiente a la Planta Alta.

Las fotografías se editaron en Adobe Photoshop, por su tamaño y encuadre. Los mapas también fueron editados o creados en este mismo programa.

En el Home se presentan cada uno de los seis museos, que a su vez funciona como entrada a la página individual, museo por museo (véase figura 4.8). También se accede a través del menú principal que se ubica en la portada o parte superior del Home, en donde se enlistan los seis recintos.

Tanto el Home como las páginas que contienen la información de cada museo, tienen una retícula similar, dividida en siete filas y tres columnas, una fila por sección incluyendo la presentación secundaria, y una columna para el texto por dos para la imagen, posición que se alterna (izquierda o derecha) en cada sección.

Características generales que se buscaron para el diseño de la web de museos de arte sacro:

- Aprovechar la riqueza visual de los ex conventos y museos de arte sacro.
- Proporcionar información precisa, concisa, verídica y actualizada.
- Información redactada de manera amena y no tediosa, más hacia la lectura por ocio y no por aprendizaje memorizado.
- Imágenes grandes y poco texto.

Los elementos de diseño web que se utilizaron para crear el micrositio de museos de arte sacro son:

- **Scroll infinito.** Gran parte de la información se encuentra al recorrer la página hacia abajo, minimizando (más no eliminando) el sistema tradicional de navegación por click a secciones internas.
- **Imágenes hero.** Grandes imágenes a toda la pantalla o casi toda.
- **Iconos de redes sociales.** Utilizar los logos originales de cada red social, ya que son reconocibles como enlaces.

Los iconos que se utilizan son pocos y reconocibles por el usuario:

- **INAH.** El emblema del INAH se utilizó como icono para redireccionar al sitio web de [www.inah.gov.mx](http://www.inah.gov.mx).
- **Home.** Al ser reconocible, se entiende que direcciona a la página principal o Home, y se encuentra en la parte superior de las páginas secundarias.
- **Herramienta de acercamiento (zoom).** La lupa con el signo de más es conocida por el usuario.



Figura 4.8. Home del sitio web de Museos de arte sacro.

- **Audio.** Para indicar los audios, se agregó el icono de una bocina con ondas de sonido.

Para entrar a las páginas secundarias o las seis páginas que proporcionan información de cada uno de los seis museos, se requiere dar click en la palabra Entrar o en los cuatro puntos que acompañan a esta palabra.

Asimismo, se agregaron elementos de accesibilidad, como audios que explican la historia del museo, el contenido de la app y los servicios que ofrece el museo. De igual manera, se agregó la herramienta de acercamiento (*zoom*) para que los textos e imágenes se puedan hacer más grandes.

### Características técnicas

- **Tipografía.** En los títulos se utilizó Book Antiqua (serif) y en los textos Gill Sans (sans serif).
- **Color.** Texto en negro, fondo blanco. Al nombre de cada museo y a sus subtítulos se les asignó un color en particular.

### Código cromático

<b>Azul</b>	El <b>Museo de Arte Religioso</b> , por su fachada del mismo color.
<b>Rojo</b>	El <b>Museo de El Carmen</b> , por la cenefa que decora la mayoría de las salas y distintos espacios del inmueble.
<b>Morado</b>	El <b>Museo de la Evangelización</b> , porque fue el último al asignársele color; sin embargo, este color está relacionado a los museos de arte sacro por ser usado en las actividades culturales de Semana Santa.
<b>Café</b>	El <b>Museo de Guadalupe</b> , porque el inmueble está construido con cantera; aunque es cantera rosa, es más parecida al color café.
<b>Amarillo</b>	El <b>Museo Nacional del Virreinato</b> , porque recuerda a los acabados dorados del Templo que forma parte del museo, la capilla doméstica y algunos cuadros.
<b>Verde</b>	El <b>Museo de Acolman</b> , por su amplio atrio lleno de pasto y árboles.

- **Imágenes.** Fotografía digital a color.

- **Retícula.** De una a tres columnas, divididas en siete filas.

- **Tamaño.** Calidad web, 1024 x 3600 px.

El tamaño se eligió basado en los tamaños web más utilizados, uno de ellos es 1024 x 768 px, que se adaptó a 1024 x 3600 por lo largo de la página o scroll infinito.

### Prototipo del sitio web

El prototipo del sitio web que se propone para la difusión de seis museos de arte sacro del INAH permite visualizar tanto el diseño como la navegación que tendría posterior a la programación, fase que anteriormente ya se comentó. Por lo que el sitio se vería como si fuera la versión final para el usuario.

Para crear el prototipo se recurrió al programa online InVision (2016), que permite diseñar prototipos de sitios web y aplicaciones móviles, y su correspondiente navegación. Luego de terminar el diseño de las siete páginas que integran el sitio web o micrositio (una por museo más la portada), se transformaron en imágenes para cargarlas en InVision (véase figura 4.9).

En el programa online para generar el prototipo se eligió la opción Web App Prototype, para así iniciar la simulación de navegación entre las páginas, que permite determinar qué botón o imagen dirige a cuál otra página o contenido.

La entrada al contenido de cada museo se encuentra en el *Home*, tanto en la parte superior (en el nombre de cada recinto), como en las presentaciones de cada museo desplegadas en la página principal. Además, en el *Home* se proporcionan vínculos a otras páginas, como la del INAH y las redes sociales de cada uno de los seis recintos culturales.



Figura 4.9. Creación del prototipo del sitio web a través del programa online InVision.

Al editar la dirección que toma la navegación dentro del programa online, fueron de gran ayuda el mapa de contenido y los prototipos en papel para la composición y distribución de elementos.

Además de generar la navegación entre páginas, el programa online para generar el prototipo ofrece la posibilidad de previsualizar el sitio web que se está editando, de esta manera se pueden probar las interacciones del menú, el acceso desde Home hacia los contenidos de cada museo y de ahí regresar a la página principal.

Después de terminar todo el proceso, se crea un link que se puede compartir para visualizar el prototipo completo del sitio web de museos de arte sacro y navegar en él como si fuera la versión final.

El prototipo del microsítio de museos de arte sacro se visualiza mejor en computadoras de escritorio, por el tamaño de la pantalla.

Cuando se visualiza el prototipo y se toca algún punto que no tiene enlace o vínculos a más contenidos, inmediatamente se resaltan en azul los puntos que sí cuentan con vínculos, de esta manera es fácil identificarlos y navegar a través de ellos.

### Imágenes de la página web

A continuación se muestran los diseños de las páginas que conforman el sitio web de los museos de arte sacro. Se presenta el home y las seis páginas, una por museo.; también se incluye la visualización de cada sección de acuerdo al tamaño de la pantalla de la computadora de escritorio.





Figura 4.11. Sitio web de los Museos de arte sacro (acercamiento).



Figura 4.12. Página del Museo de Arte Religioso.



Figura 4.13. Sección Historia de la página del Museo de Arte Religioso.



## Museo de El Carmen

San Ángel, Ciudad de México

**Museo de Arte Religioso**

**Museo de la Evangelización**

**Museo Nacional del Virreinato**

**Museo de El Carmen**

**Museo de Guadalupe**

**Museo Virreinal de Acapulco**

**Dato interesante**

### Las monjas de San Ángel

Tras ser el primer convento de las monjas de San Ángel, el convento de San Ángel fue el primer convento de las monjas de San Ángel. El convento de San Ángel fue el primer convento de las monjas de San Ángel. El convento de San Ángel fue el primer convento de las monjas de San Ángel.



### Historia

Este edificio de estilo barroco, conocido como el convento de San Ángel, fue el primer convento de las monjas de San Ángel. El convento de San Ángel fue el primer convento de las monjas de San Ángel. El convento de San Ángel fue el primer convento de las monjas de San Ángel.

### Salas del museo

**Planta Baja**

- Salas de exposiciones
- Recepción
- Escaleras
- Oficina
- Almacén
- Planta Baja

**Planta Alta**

- Salas de exposiciones
- Oficina
- Recepción
- Escaleras
- Oficina
- Almacén
- Planta Alta





### Recorrido

**Planta Baja**

1. Recepción
2. Salas de exposiciones
3. Oficina
4. Almacén
5. Escaleras
6. Sala de exposiciones
7. Sala de exposiciones
8. Sala de exposiciones
9. Sala de exposiciones
10. Sala de exposiciones
11. Sala de exposiciones
12. Sala de exposiciones
13. Sala de exposiciones
14. Sala de exposiciones
15. Sala de exposiciones
16. Sala de exposiciones
17. Sala de exposiciones
18. Sala de exposiciones
19. Sala de exposiciones
20. Sala de exposiciones
21. Sala de exposiciones
22. Sala de exposiciones
23. Sala de exposiciones
24. Sala de exposiciones
25. Sala de exposiciones
26. Sala de exposiciones
27. Sala de exposiciones
28. Sala de exposiciones
29. Sala de exposiciones
30. Sala de exposiciones
31. Sala de exposiciones
32. Sala de exposiciones
33. Sala de exposiciones
34. Sala de exposiciones
35. Sala de exposiciones
36. Sala de exposiciones
37. Sala de exposiciones
38. Sala de exposiciones
39. Sala de exposiciones
40. Sala de exposiciones
41. Sala de exposiciones
42. Sala de exposiciones
43. Sala de exposiciones
44. Sala de exposiciones
45. Sala de exposiciones
46. Sala de exposiciones
47. Sala de exposiciones
48. Sala de exposiciones
49. Sala de exposiciones
50. Sala de exposiciones

**Planta Alta**

51. Sala de exposiciones
52. Sala de exposiciones
53. Sala de exposiciones
54. Sala de exposiciones
55. Sala de exposiciones
56. Sala de exposiciones
57. Sala de exposiciones
58. Sala de exposiciones
59. Sala de exposiciones
60. Sala de exposiciones
61. Sala de exposiciones
62. Sala de exposiciones
63. Sala de exposiciones
64. Sala de exposiciones
65. Sala de exposiciones
66. Sala de exposiciones
67. Sala de exposiciones
68. Sala de exposiciones
69. Sala de exposiciones
70. Sala de exposiciones
71. Sala de exposiciones
72. Sala de exposiciones
73. Sala de exposiciones
74. Sala de exposiciones
75. Sala de exposiciones
76. Sala de exposiciones
77. Sala de exposiciones
78. Sala de exposiciones
79. Sala de exposiciones
80. Sala de exposiciones
81. Sala de exposiciones
82. Sala de exposiciones
83. Sala de exposiciones
84. Sala de exposiciones
85. Sala de exposiciones
86. Sala de exposiciones
87. Sala de exposiciones
88. Sala de exposiciones
89. Sala de exposiciones
90. Sala de exposiciones
91. Sala de exposiciones
92. Sala de exposiciones
93. Sala de exposiciones
94. Sala de exposiciones
95. Sala de exposiciones
96. Sala de exposiciones
97. Sala de exposiciones
98. Sala de exposiciones
99. Sala de exposiciones
100. Sala de exposiciones

### Video

### Información

**Museo de El Carmen**

El convento de San Ángel, conocido como el convento de San Ángel, fue el primer convento de las monjas de San Ángel. El convento de San Ángel fue el primer convento de las monjas de San Ángel. El convento de San Ángel fue el primer convento de las monjas de San Ángel.



### Información

**Museo de El Carmen**

El convento de San Ángel, conocido como el convento de San Ángel, fue el primer convento de las monjas de San Ángel. El convento de San Ángel fue el primer convento de las monjas de San Ángel. El convento de San Ángel fue el primer convento de las monjas de San Ángel.

Figura 4.14. Página del Museo de El Carmen.

## Dato interesante

### Las momias de San Ángel

Durante la Revolución Mexicana, el inmueble fue ocupado por grupos revolucionarios que, en su búsqueda de los supuestos tesoros ocultos por los carmelitas, excavaron en las criptas del ex colegio y se encontraron con una decena de momias.

Al parecer, los cuerpos momificados son de pobladores de la región, enterrados en este sitio durante el abandono del inmueble, luego de la excomunión de los carmelitas en 1861.

Los pobladores adoptaron a las momias como icono de San Ángel, oponiéndose a que fueran enterradas de nuevo.

Actualmente las diez momias se exhiben en la cripta del ex colegio.



Figura 4.15. Sección Dato interesante de la página del Museo de El Carmen.



Figura 4.16. Página del Museo de la Evangelización.

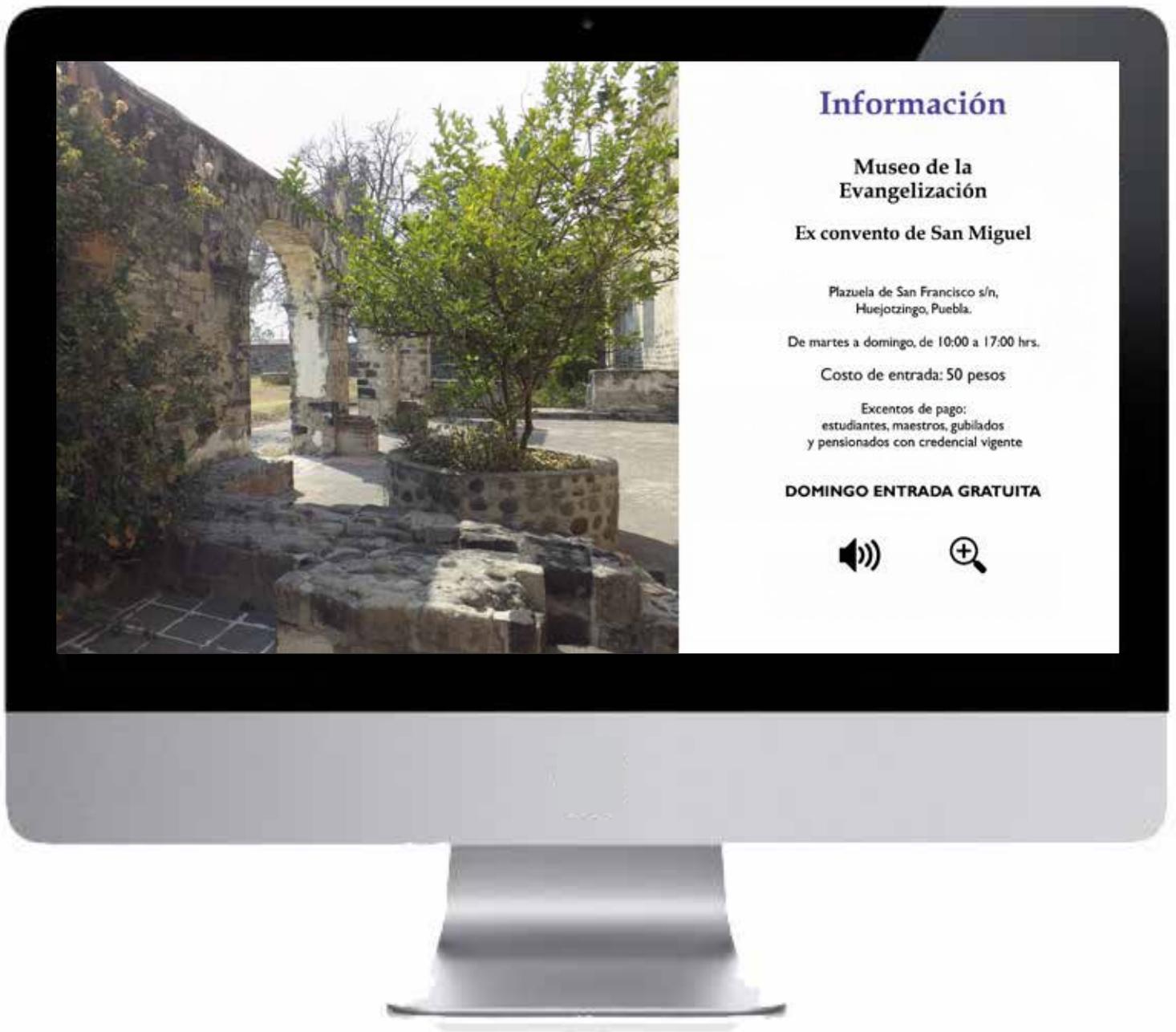


Figura 4.17. Sección Información de la página del Museo de la Evangelización.





### Planta Baja



- 1.- Iglesia
- 2.- Exposiciones temporales
- 3.- Portería
- 4.- Claustro de San Francisco
- 5.- Escalera regia
- 26.- El camino Real de Tierra Adentro

- A.- Entrada/Taquilla
- B.- Biblioteca especializada
- C.- Auditorio
- D.- Cafetería
- E.- Tienda/Librería
- F.- Espacio Lúdico

### Recorrido

- 6.- Celda de Guardián
- 7.- Pasillo de los Mártires del Japon
- 8.- Biblioteca conventual
- 9.- Coro del Templo de Guadalupe
- 10.- Coro de la Capilla de Nápoles
- 11.- Claustro de la Pasión de Cristo
- 12.- Salón de Teología
- 13.- Salón de Filosofía
- 14.- Misioneros y habitantes del colegio

- 15.- Una mirada al barroco
- 16.- Cristóbal de Villalpando
- 17.- Gabriel José de Ovalle: La Pasión de Cristo
- 18.- Devociones novohispanas
- 19.- Antonio de Torres: La vida de la Virgen María
- 20.- Miguel Cabrera: La vida de la Virgen María
- 21.- Arte conventual
- 22.- Técnicas y materiales del arte novohispano
- 23.- Advocaciones marianas
- 24.- Capilla de la enfermería
- 25.- Manuel Pastrana y el romanticismo mexicano

### Planta Alta

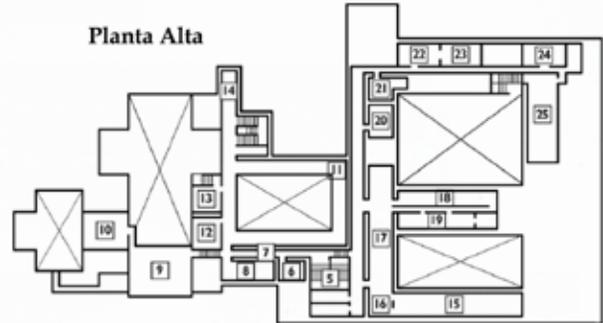


Figura 4.19. Sección Recorrido de la página del Museo de Guadalupe.



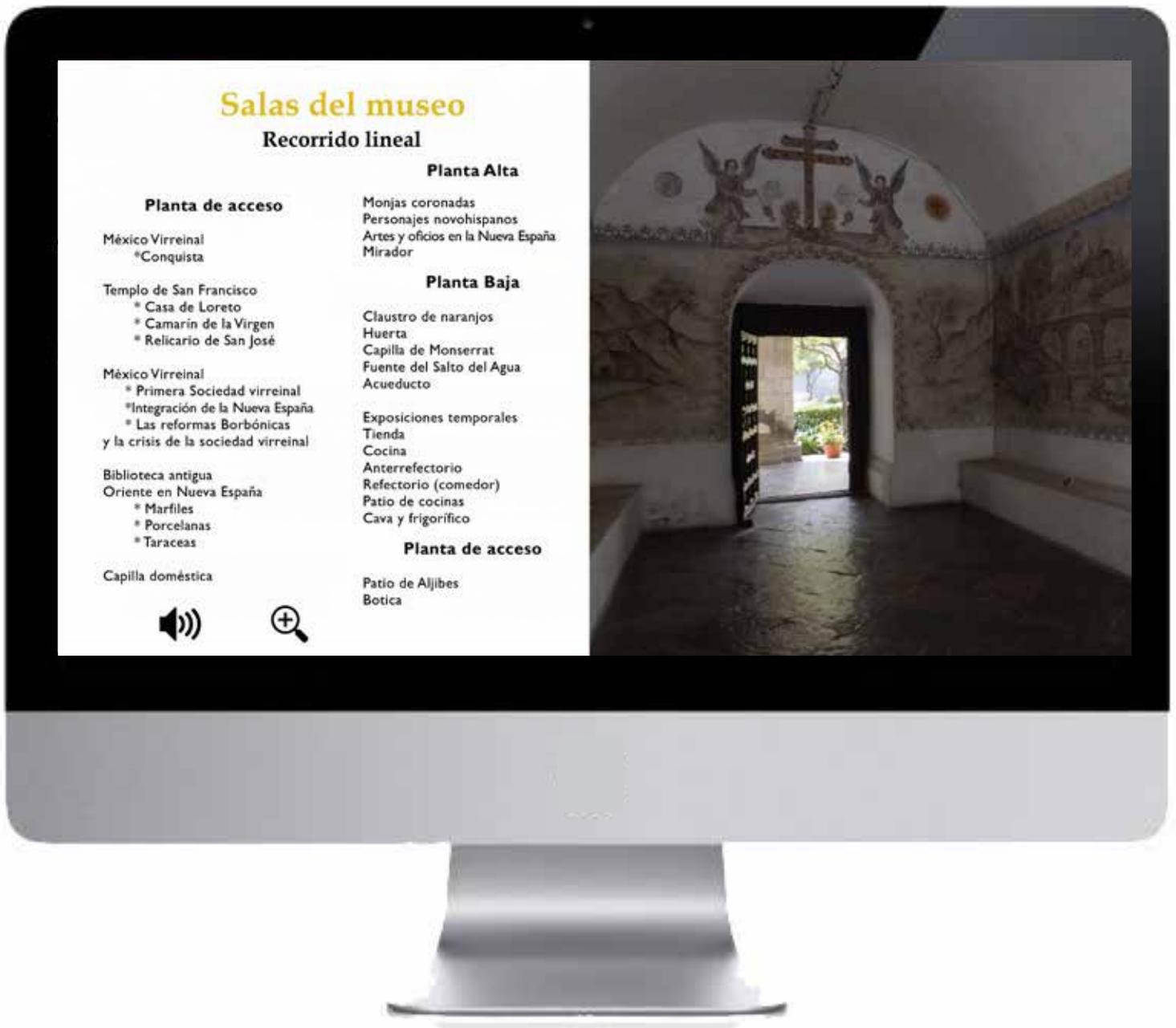


Figura 4.21. Sección Salas del museo de la página del Museo de Guadalupe.



Figura 4.22. Página del Museo Virreinal de Acolman.



Figura 4.23. Sección Información de la página del Museo Virreinal de Acolman.

#### 4.4. Aplicación móvil para el Museo de El Carmen

Las aplicaciones móviles son programas desarrollados para su ejecución en dispositivos móviles inteligentes, tabletas u otros similares. Los museos utilizan las apps para proporcionar información y difundir sus contenidos, acervo, salas y servicios.

De acuerdo a Jaime Solano (2013), en su ponencia presentada en la V Jornada sobre Comunicación Corporativa 2.0 en la Universidad Carlos III de Madrid, España, las diez claves para la difusión del patrimonio cultural y de instituciones culturales mediante apps son:

1. Actualización. El museo debe ser consciente de la necesidad de renovar su información y adaptar sus contenidos.
2. Explicar la exposición y obras. El museo con visión conservadora debe saber que la difusión y divulgación en apps no desvirtúa la pureza de la obra, sino que ayuda a explicarla respetando su naturaleza.
3. Visión interdepartamental. Para que las obras y el contenido sean transformados a formatos digitales, el museo requiere de profesionales en comunicación y diseño, que a su vez trabajen y dialoguen con las disciplinas de todas las áreas que componen al museo.
4. El contenido debe ser complementario a la exposición. El usuario en ningún momento debe olvidar que la app no sustituye la visita presencial; y cuando visite el museo, no debe olvidarse de las obras que tiene delante de sí por estar pendiente del contenido en la pantalla de la app.
5. Segmentar la oferta y brindar distintas opciones a un mismo tipo de público. Para

lograr que las personas visiten una y otra vez las exposiciones permanentes es necesario proporcionarles alternativas de visita y de experiencia (como tours temáticos y visitas nocturnas).

6. La medición de resultados. Cobra una especial relevancia para conocer lo que el visitante busca y si lo que se le ofrece es lo que quiere saber.
2. Múltiples dispositivos móviles. La oferta debe estar disponible para múltiples dispositivos para asegurarse de que los contenidos lleguen a sectores más amplios.
8. Implicar al personal del museo. El personal debe estar implicado en la difusión de estas nuevas formas de visita, para que la conozcan, expliquen y entiendan su relevancia.
9. Contenidos de calidad. A largo plazo, los contenidos de calidad permitirían cobrar por ellos o incorporar compras dentro de la app gratuita.
10. Conocer las diferencias entre una aplicación móvil y una web optimizada para móviles. La app ofrece la comodidad de ser descargada para acceder a ella con o sin conexión y sin interrupciones durante su uso a causa de la mala o nula recepción de señal.

Estas diez claves también son contribuciones de las aplicaciones móviles a la difusión de los museos porque enriquecen la visita presencial y amplían los alcances de la difusión. Al respecto, Elena Villaespesa (2012), en su artículo Museos y apps, creando experiencias en el móvil del visitante, publicado en la revista del ICOM España, señala que "las aplicaciones móviles tienen un gran potencial para enriquecer la visita, pero también ofrecen la posibilidad de acceder al contenido del museo desde cualquier parte del mundo. Las aplicaciones

ofrecen más contenido que las tradicionales audio guías, además de la posibilidad de ver las obras en detalle gracias al zoom de la interfaz táctil del dispositivo móvil.”

El impacto que han tenido las aplicaciones móviles para la difusión de museos son: el alcance (por cruzar fronteras), trascendencia (por estar a la vanguardia tecnológica), atractivo visual y la experiencia vivida por el visitante presencial y virtual en el museo (al asumir un rol más dinámico y participativo).

Como parte de la investigación de esta tesis, se determinó que sólo un museo podría tomarse para generar una aplicación móvil para su recorrido y difusión, debido a que reunir todos los museos en una sola app sería saturar al visitante con información y contenidos; además de que ésta pesaría u ocuparía mucho espacio, volviéndola complicada para la manipulación del usuario/visitante.

El **Museo de El Carmen** se eligió para generar la aplicación móvil debido a que cumple con ciertas características, que a continuación se explicarán; además, los directivos y trabajadores del museo mostraron interés y disposición para proporcionar toda la información y facilidades requeridas.

Este recinto proporciona a los visitantes una gran gama de recursos, materiales y medios impresos y digitales para su visita, tanto presencial como a distancia:

- Difunde folletos (aunque se trata de fotocopias, la información está actualizada)
- Diseña carteles para la difusión del museo y sus actividades
- Utiliza redes sociales
- Cuenta con señalética en todo el museo (cédulas, señalizaciones)
- Posee un recorrido virtual

Es importante contar con una aplicación móvil para su recorrido, de esta manera se proporciona al visitante información extra y complementaria para su experiencia dentro y fuera del museo.

Recordemos que los visitantes a museos son nativos, migrantes y analfabetas digitales, por lo que dos terceras partes están familiarizadas con las apps, sin embargo, no podemos dar por hecho que estas dos terceras partes saben y quieren usarlas durante su recorrido en un museo; por lo cual es indispensable contar con materiales tradicionales (no confundir con obsoletos).

Es necesario tener claro que lo importante no es la aplicación móvil sino su contenido, las ventajas que proporciona y que éste complemente la información del museo físico y/o que acerque el museo a las personas que por diversas razones no pueden asistir al recinto.

La aplicación no sustituye al museo, pero sí complementa la experiencia de visitar el museo de manera presencial y también sirve para tener una idea de cómo es el museo antes, durante y después del recorrido.

Los otros cinco museos también podrían ser considerados para la creación de una app para su difusión y recorrido. Sin embargo, debido a la naturaleza de esta investigación, enmarcada en una temporalidad determinada (máximo dos años y medio, lo que dura la maestría) y con presupuesto limitado, se determinó elegir sólo un museo para desarrollar la aplicación móvil y el resto dejarlo para la página web.

Asimismo, se detectaron ciertos puntos que complicaban la realización de la app en los otros cinco museos; a continuación se explica cada uno de ellos:

**Museo de Arte Religioso.** Este museo es idóneo para desarrollar una aplicación para su difusión y recorrido, pero, aunque no está muy lejos de la Ciudad de México, se tuvo que descartar debido a que el presupuesto de la tesis solo alcanza para una app y una página web.

**Museo de la Evangelización.** La museografía no se ha actualizado en 30 años, por lo cual podría cambiar su contenido en caso de que se decidiera reestructurarla; los demás museos han sido restaurados y actualizados a principios de esta década. Además, tiene problemas con su cederario, falta información de obra, mapa del recorrido y algunas flechas; sería necesario enfocarse en el material tradicional/ básico faltante antes de desarrollar propuestas digitales, a menos que éstas resuelvan la problemática del cederario.

Por ejemplo, el **Museo de Huejotzingo** no se podría tener en cuenta para generar una app debido a que ni siquiera cuenta con señalética adecuada (fichas técnicas, cédulas, señalización), es decir, primero es necesario mejorar y diseñar los recursos básicos para el funcionamiento idóneo del museo, para después implementar propuestas como una aplicación móvil, códigos QR o realidad aumentada.

**Museo de Guadalupe.** También es idóneo para desarrollar una app, sin embargo, la ubicación del museo complica visitarlo constantemente para recabar toda la información necesaria para el desarrollo de la aplicación.

**Museo Nacional del Virreinato.** Es muy grande y su app requeriría más espacio, lo cual no sería tan funcional para el usuario; quizá la solución sería dividir el museo por temáticas, de las cuales cada una requeriría su propia aplicación o analizar más a fondo una posible solución.

**Museo Virreinal de Acolman.** Por el momento su acervo se encuentra en bodegas en espera de la renovación de la museografía, por lo cual, en caso de diseñar una app para este museo, quedaría inconclusa hasta que las obras vuelvan a ser expuestas.

Para crear la aplicación móvil del Museo de El Carmen se recurrió a un programador para que desarrollara los códigos informáticos requeridos. Se dejará como prototipo.

### **Apps de otros museos**

Las aplicaciones móviles son programas desarrollados para su ejecución en dispositivos móviles inteligentes, tabletas u otros similares.

Por medio de Play Store de Google y iTunes Store de Apple se descargaron diversas apps de museos e inmuebles históricos (ex conventos y monasterios) mexicanos y extranjeros.

De los sitios culturales e históricos del INAH, sólo uno cuenta con app disponible para el público, se trata del Museo de las culturas del norte y la Zona Arqueológica de Paquimé (App4me, 2016), en Chihuahua. Mientras que la Zona Arqueológica del Cerro de Teúl, en Zacatecas, tendrá su aplicación con realidad aumentada en 2017.

En las tiendas digitales también se encontraron aplicaciones móviles gratuitas de museos similares a los de arte sacro mexicanos. Las que llamaron más la atención por su contenido, diseño y funcionalidad fueron:

### **Museo de los agustinos** (Digidust Corp, 2014), de Francia.

La aplicación móvil del museo francés muestra 20 obras maestras que exhibe de manera permanente, acompañadas de imagen (en pantalla completa y zoom) y una breve descripción e interpretación; las explicaciones se proporcionan en francés, español e inglés, así como en texto, audio y en lenguaje de signos francesa. También proporciona información general del museo, la historia del convento agustino y mapa interactivo que indica las salas en las que se exhiben las piezas.

Las contribuciones de esta app a la difusión del Museo de los agustinos son:

- Proporcionar información general del museo.
- Explicar los contenidos del museo en otros idiomas.
- Incluir accesibilidad de la información a través de texto, audio y lenguaje a señas.
- Mostrar imágenes de las piezas con zoom, que permite ver detalles en alta resolución.
- Poner al alcance de los visitantes virtuales las principales piezas del museo.
- Divulgar la historia del ex convento y su transición a museo.

El impacto que tiene esta app se aprecia en las más de 500 descargas que ha tenido desde su creación en 2014. Su impacto es mayor al poner un museo francés al alcance de personas de habla hispana e inglesa por medio de las traducciones de la aplicación, aunado al alcance que tiene al llegar a otros países y continentes.

### **Museos Colonial y Santa Clara** (Ministerio de Cultura de Columbia, 2014), de Colombia.

Los museos Colonial y Santa Clara son parte del mismo complejo del ex Real Monasterio de Santa Clara de Santafé de Bogotá, el primero se refiere al ex convento y el segundo a la iglesia, ambos espacios están cerrados al culto, los administra el gobierno colombiano y exhiben arte sacro.

La aplicación móvil de estos museos proporciona información en español, inglés y alemán, acerca de datos generales (ubicación, cómo llegar, costos, horarios y servicios), de sus colecciones, curaduría, juegos interactivos y ligas a redes sociales.

Las contribuciones de esta app a la difusión de los museos Colonial y Santa Clara son:

- Ofrecer información general del museo previo a la visita.
- Divulgar la historia del inmueble y sus colecciones.
- Proporcionar información y descripción de sus obras más destacadas.
- Mostrar imágenes de sus piezas más representativas, en tamaño pequeño y zoom.
- Incluir interactivos que complementan la misión educativa y de difusión del museo.

El impacto que tiene esta app es patente en la difusión que va más allá de la capital colombiana y llega a todo el país y otros más de habla hispana. El impacto también reside en que reúne a dos museos divididos como si fueran dos distintos espacios, pero que en realidad se trata del ex monasterio y ex iglesia del mismo conjunto conventual; con lo cual se vuelve a entrelazar la historia y temática de ambos.

**Museo-Monasterio S. J. Abadesses** (Waapp Media Lab, 2015), de España.

La aplicación del Museo-monasterio de Sant Joan de les Abadesses, que exhibe arte sacro, ofrece la visita guiada virtual por sus principales salas, espacios y obras a través de un audio guía que incluye fotografías antiguas y actuales que acompañan a la explicación, las cuales van cambiando conforme avanza el audio. También contiene un mapa del recorrido que indica qué salas y áreas ya se han visitado virtualmente, los audios se pueden reproducir linealmente o de manera saltada.

Las contribuciones de esta app a la difusión del Museo-Monasterio S. J. Abadesses son:

- Ofrecer visitas guiadas en español, catalán, francés e inglés.
- Proporcionar imágenes de difícil acceso para los visitantes (antiguas y acercamientos).
- Transformar el contenido del museo en accesible para personas con discapacidad visual a través de la audio guía.
- Explicar la historia, descripción de la arquitectura y usos del monasterio.
- Proporcionar información de los distintos espacios del monasterio y del museo.
- Mostrar 11 obras destacadas del museo, acompañadas de una breve descripción.

El impacto que tiene esta aplicación se observa en el número de descargas que ha tenido en sus versiones en español, catalán, francés e inglés, que registran alrededor de 700 visitas virtuales. Aunque la app está

diseñada para recorrer el museo de manera presencial mientras se reproduce la audio guía y se observan imágenes que presentan detalles que difícilmente el visitante podría apreciar dentro del museo (por la altura y lejanía de las obras), la aplicación también funciona para trascender fronteras y dar a conocer el museo y su contenido en otras regiones de España y el mundo, sobre todo porque la información se puede consultar en distintos idiomas.

**Museo San Francisco** (Gezn Solutions, 2013), de Bolivia.

La app de este recinto es gratuita ofrece información previa y durante la visita presencial, como escáner para lectura de QR; información para visitantes virtuales, como imágenes y datos de salas, obras y la historia del ex convento sede; y enlaces a las redes sociales del museo.

Las contribuciones de esta app a la difusión del Museo San Francisco son:

- Dar a conocer un panorama general del contenido del museo.
- Indicar las actividades culturales del museo.
- Explicar la historia del lugar, desde su construcción en 1549 como convento y hasta su actual uso como museo.
- Proporcionar información del inmueble histórico y obras destacadas.
- Mostrar fotografías panorámicas y acercamientos (zoom) de detalles de obras y la arquitectura del ex convento.

El impacto que tiene esta app se ve reflejado en las mil descargas que ha registrado desde su creación en 2013 (con diversas actualizaciones, como rediseño de algunas secciones e información de obras que se van agregando). Su impacto también reside en que el museo se da a conocer más allá de las fronteras de Bolivia, tanto en español como inglés. Además, ofrece una manera visualmente atractiva y dinámica de recorrer el museo presencial a través de los datos e imágenes que se obtienen mediante QR.

Una de las principales contribuciones y a su vez el impacto de las aplicaciones móviles a la difusión de estos museos es su alcance y propagación del contenido, pues se trata de recintos internacionales que los mexicanos podemos conocer gracias a la app, ya que no todos cuentan con página web.

Lo que se observó en éstas y otras aplicaciones de museos fue:

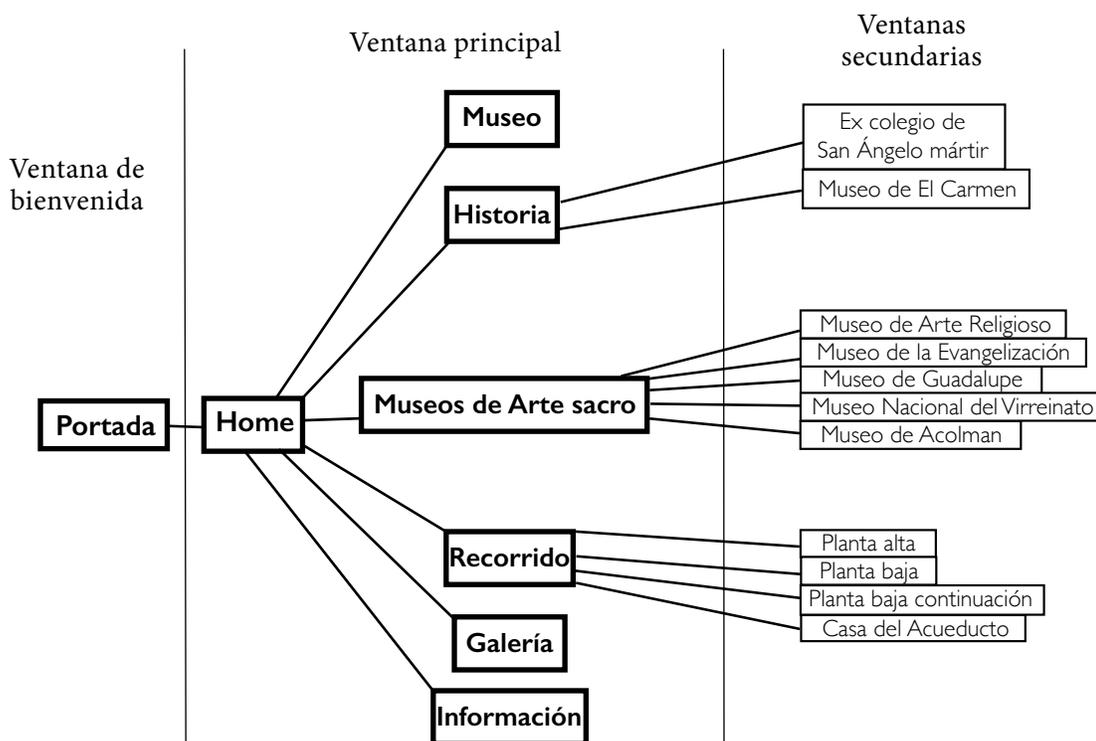
- Plantillas
- Diseños generados desde cero
- Museos y departamentos de cultura que diseñan su propia aplicación
- Empresas privadas que ofrecen el servicio de diseño de apps
- Guías oficiales y no oficiales
- Aplicaciones gratuitas y de paga
- Información básica
- Datos adicionales a los proporcionados de manera tradicional
- Interactivos
- Realidad aumentada
- QR
- Audio guías
- Fotogalerías
- Mapas del recorrido
- Videos
- Ligas a otros sitios para información extra

### Contenido de la app del recinto de San Ángel

La aplicación móvil que se desarrolló para el **Museo de El Carmen** se ha concebido como un medio digital para su difusión, y está planteada para proporcionar información antes, durante y después de la visita presencial o únicamente como consulta digital. La información que contiene la aplicación es:

- **Presentación del museo.** Introduce al museo al hablar de su localización, las actividades que ofrece, las piezas de exhibe y los espacios del ex colegio que se pueden visitar.
- **Historia.** Breve historia del Colegio de San Ángelo Mártir y del **Museo de El Carmen.**
- **Recorrido.** Mostrará el recorrido del museo y la ubicación de cada sala a través de un mapa.
- **Galería.** Las imágenes serán del acervo, salas y arquitectura del ex convento, las cuales son inéditas y recién tomadas para este proyecto.
- **Museos de arte sacro.** Breve presentación de los otros cinco museos con enlaces a sus páginas web, al micrositio que se propone en esta tesis y a otros contenidos del INAH.
- **Información general del museo.** Datos básicos para el visitante, como dirección, horarios, costos y descuentos. Además de links para las redes sociales utilizadas por el museo.

## Mapa de contenido



### Wireframes y prototipos en papel

Al igual que los wireframes y prototipos del sitio web, los de la aplicación móvil se dibujaron a lápiz en hojas blancas, que sirvieron para determinar en tamaño real la posición de cada elemento, proporcionando el espacio suficiente para la interacción con las yemas de los dedos.

En los wireframes y prototipos solo se indicaron los títulos y los espacios destinados para las imágenes y textos. De la aplicación móvil se bocetaron seis pantallas: portada, *Home* y las secciones de presentación, *Historia*, *Recorrido* y *Galería*.

Los wireframes sirvieron para probar las funciones básicas de la interfaz, la interacción entre los elementos y su posición en cada pantalla. Así como la navegación entre pantallas, el origen y destino de los enlaces.

Los prototipos ayudaron a poner a prueba la interactividad de la aplicación de acuerdo al

mapa de contenido y a visualizar las posibles composiciones de las pantallas, modificando fácilmente los elementos al momento de analizar la composición de cada pantalla.

Al bocetar la portada se le dio prioridad al tamaño de la fotografía porque es la presentación de la aplicación móvil, es parte de las tendencias de diseño digital utilizar imágenes grandes y porque es atractiva visualmente (véase figura 4.24).

Inicialmente se le había incluido la palabra *Entrar*, para dar a entender que al tocar la imagen o el texto se entraba a la aplicación, pero al tenerla en el boceto se decidió cambiar la palabra por *Bienvenidos*.

*Home* tuvo varios cambios de composición al realizar los bocetos en papel, al igual que el tamaño de las imágenes del menú, que funcionan como botones de navegación. También durante las pruebas de los bocetos en papel se decidió

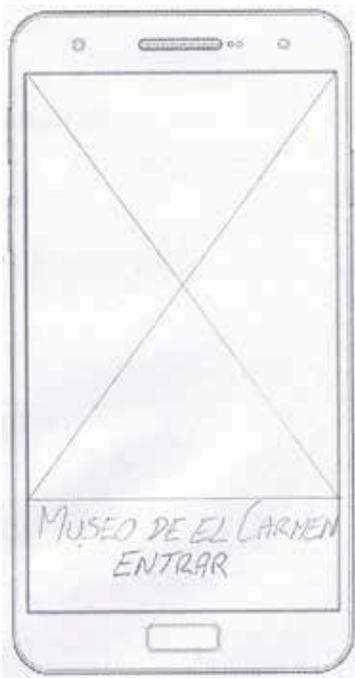


Figura 4.24. Portada de la app.

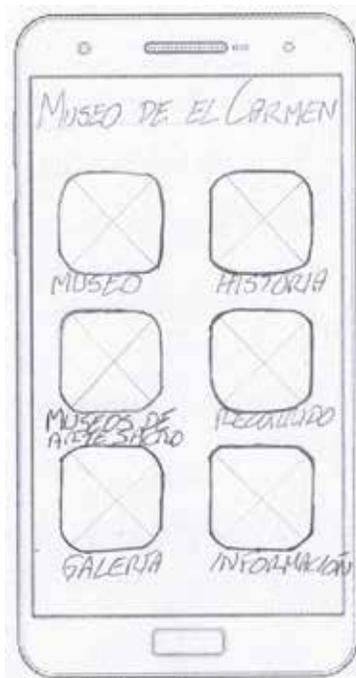


Figura 4.25. Menú principal.

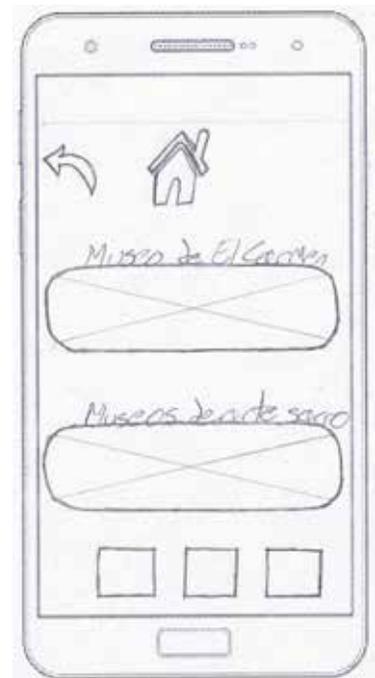


Figura 4.26. Menú de Museo.

cambiar la posición de las secciones del menú del Home, dejando la sección de *Museos de Arte Sacro* hasta abajo, a la par de *Información* (véase figura 4.25).

La sección de presentación (*Museo*) originalmente incluía dos divisiones: la presentación del **Museo de El Carmen** y de *Museos de arte sacro*, en donde se abordan los otros cinco recintos de este tipo. Sin embargo, debido a que ya era demasiada información en una misma sección y a la difusión que se les quiere dar al resto de museos, se decidió que fuera una de las secciones principales que aparecen en el Home (véase figura 4.26).

En la sección *Historia*, al ser solo dos subsecciones, se cambiaron los tamaños de las imágenes, que sirven como botones de navegación, y no seguir el diseño cuadrado utilizado en el Home, sino un rectangular para no dejar tanto espacio en blanco, pero sí dejando descansos visuales (véase figura 4.27).

Figura 4.27. Menú de la sección Historia.

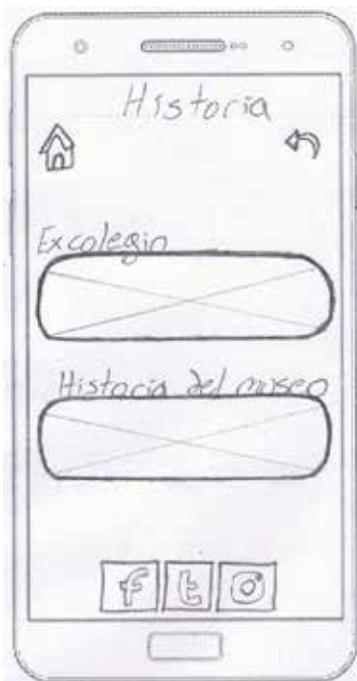


Figura 4.28. Menú de Recorrido.

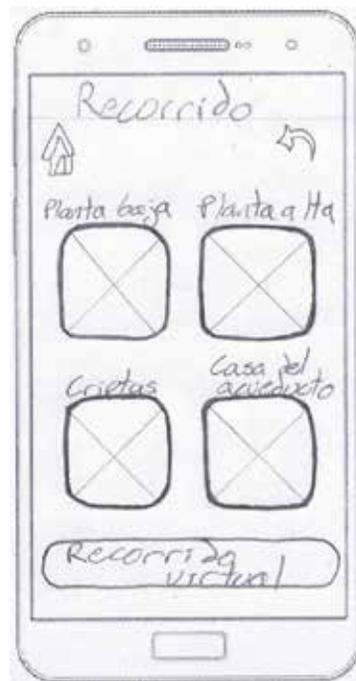
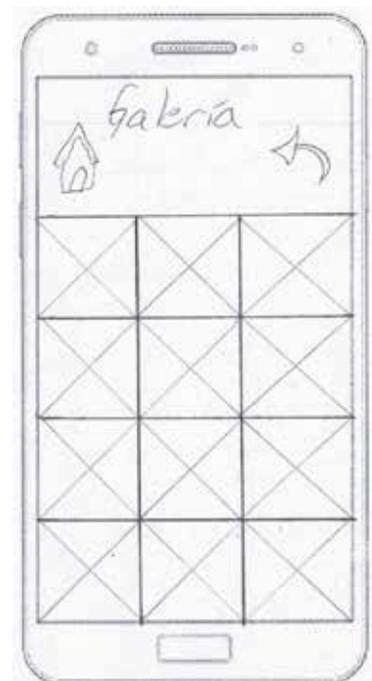


Figura 4.29. Menú de la Galería.



Al bocetar la sección de *Recorrido*, resultó visualmente apropiado dejar las imágenes con el diseño cuadrado para un mejor uso del espacio, ya que se el menú tiene cuatro subdivisiones para una mejor distribución de los espacios del museo y el mapa del recorrido (véase figura 4.28).

En el caso de la sección de *Galería*, el boceto ayudó a determinar el tamaño de las imágenes presentadas en el mosaico, porque se observó que no se requerían dejar espacios entre cada fotografía, ya que el usuario está acostumbrado a ver los mosaicos como los que presenta Instagram, además de que ahorra espacio y permite colocar mayor cantidad de fotografías pequeñas (véase figura 4.29).

### Generación de contenidos

La generación de los contenidos se logró aplicando conocimientos de diseño y periodismo. Para mantener la app ligera en cuanto a peso, se descartó el uso de audio y video, únicamente se utiliza texto e imagen.

La información histórica y museográfica para generar el contenido de la app se recopiló de diversas fuentes:

- Cédulas del **Museo de El Carmen** (2014, 2015 y 2016)
- Información proporcionada por el museo
- Sección Museos, del sitio oficial del INAH (2016)
- La página del **Museo de El Carmen**, aunque no está actualizada, proporciona información de utilidad, (INAH y Museo de El Carmen, 2010-2015)

Mientras que las fotografías se obtuvieron en distintas visitas realizadas en el **Museo de El Carmen** y levantar las imágenes.

#### Textos

La manera de presentar la información, además de dividida por temáticas, fue a través de un

reportaje periodístico, que se fragmentó para colocar el texto en la sección correspondiente: presentación, historia del museo y del ex colegio, y museos de arte sacro.

El reportaje de la aplicación es más corto que el del micrositio porque sólo se aborda un museo y además el espacio es limitado.

En la sección *Museo*, a través de siete párrafos distribuidos en dos pantallas, se habla de lo que ofrece el **Museo de El Carmen**: las principales actividades culturales que lleva a cabo, el acervo que se expone en cada sala y los más importantes autores que lo crearon, y los espacios del inmueble que son ricos por su arquitectura y decoración.

La segunda sección, *Historia*, tiene dos subtemas: ex colegio de San Ángel mártir y museo. La parte que habla del colegio novohispano está conformada por cinco párrafos distribuidos en dos pantallas.

Abarca desde su construcción en 1615, pasando por las actividades que ahí se realizaban, su importancia para San Ángel, su abandono con las Leyes de Reforma y su uso como cárcel.

Mientras que la parte que habla de la historia del museo, incluye el descubrimiento de las momias de San Ángel a manos de los revolucionarios que buscaban supuestos tesoros carmelitas; hasta la creación del Museo de Arte Colonial, antecesor del **Museo de El Carmen**.

En la sección *Museos de Arte Sacro*, se menciona que además de este museo, en el que se centra la aplicación móvil, el INAH tiene otros cinco museos de arte sacro, los cuales se enlistan con nombre del recinto, del ex convento y ubicación. Imágenes

Las fotografías que conformar la aplicación móvil fueron creadas para esta tesis y este proyecto. El levantamiento de imágenes se llevó a cabo durante los dos años de la maestría, en los cuales se realizaron distintas visitas presenciales a los seis museos de arte sacro.

La imagen utilizada en la portada de la app es del claustro bajo del ex colegio, se eligió esta fotografía porque la entrada al museo es muy sencilla y sin atractivo visual.

La imagen elegida sobresale porque muestra el claustro, la fuente, el campanario y el cielo azul con nubes. Se trata de uno de los espacios que identifican al **Museo de El Carmen** y que pocas veces se utiliza, pues la más usada es la imagen de las tres cúpulas, también emblema del museo.

En el menú del *Home* se observan seis imágenes que acompañan a cada sección de la app:

- **Museo.** Las rejas del museo con carteles de las actividades culturales y acervo del museo, ya que en esta sección se habla precisamente de estos temas.
- **Historia.** La cruz carmelita de tres estrellas, plasmada en la pintura mural del ex colegio, pues está ligada a la historia tanto del inmueble como a la orden novohispana que habitó el colegio.
- **Recorrido.** La capilla doméstica se colocó aquí porque forma parte de las salas y áreas del recorrido museográfico, además de ser visualmente muy atractiva.
- **Galería.** El óleo de La virgen del refugio de los pecadores, del siglo XVIII, se utilizó para ilustrar esta sección en el menú porque es una de las fotografías que se muestran al acceder a la galería.
- **Museos de Arte Sacro.** El claustro del ex convento de San Miguel de Huejotzingo, Puebla, es una imagen atractiva visualmente para atraer la atención a esta sección que menciona los otros cinco museos similares al del Carmen.
- **Información.** Una de las cúpulas de la iglesia anexa al ex colegio se eligió para esta sección ya que es fácil de reconocer al visitar San Ángel e inmediatamente ubicar el museo.

En **Historia** hay dos subtemas, por lo que se recurrió a un menú secundario para dividir la información del ex colegio, con la imagen de la fuente del huerto, y la del museo, con la fotografía de las momias, de las cuales se habla en esta sección.

En **Recorrido** aparece un menú para dirigirse a cuatro distintos mapas las salas y espacios del museo, cada uno muestra imágenes de una de las salas ubicadas en esa área indicada en el mapa:

- Planta baja. Los Lavabos adornados con talavera.
- Planta Alta. Sacristía de la capilla doméstica.
- Planta Baja (Segunda parte). Arcos del Patio del Acueducto.
- Casa del Acueducto. Sala con tapiz verde.

En **Museos de Arte Sacro** se muestran una imagen de los cinco museos similares al Carmen, la cual destaca algún espacio de cada ex convento y funciona como su carta de presentación:

- **Museo de Arte Religioso.** Claustro y fuente.
- **Museo de la Evangelización.** Claustro y fuente.
- **Museo de Guadalupe.** Fachada de la entrada al museo.
- **Museo Nacional del Virreinato.** Templo de San Francisco Javier.
- **Museo Virreinal de Acolman.** Claustro mayor.

La Galería está integrada por 12 fotografías de las piezas, salas y espacios más destacados del museo:

- Óleo Virgen del refugio
- Capilla doméstica
- Huerta
- Momias
- El claustro y la cúpula con campanario
- Sala gran formato o ex biblioteca
- Óleo Desposorios de la Virgen y San José
- Claustro
- Criptas
- Escaleras cerradas al público
- Antiguo portal de peregrinos
- Escalera de lavabos

#### Mapa del recorrido

El museo no cuenta con mapa del recorrido a la vista del público, por ello fue muy importante agregar uno a la aplicación, el cual se creó basado en las salas del actual recorrido museográfico (registrado a mediados de 2016).

Así como de los planos arquitectónicos del inmueble, el mapa no actualizado del recorrido

virtual y la panorámica satelital de Google Maps. Este mapa es similar al del micrositio, pero aquel solo se divide en planta alta y baja, mientras que éste se divide en cuatro principales zonas:

- Planta baja
- Planta alta
- Planta baja (Segunda parte)
- Casa del acueducto

A estas áreas se puede acceder desde el menú de la sección *Recorrido*. Posteriormente aparece el listado de salas de cada una de las zonas en las que se dividió el mapa (véase figura 4.30). Enseguida se pasa a otra pantalla que contiene el mapa en vertical, numerado de acuerdo al listado previamente mostrado (véase figura 4.31).

#### Información del museo

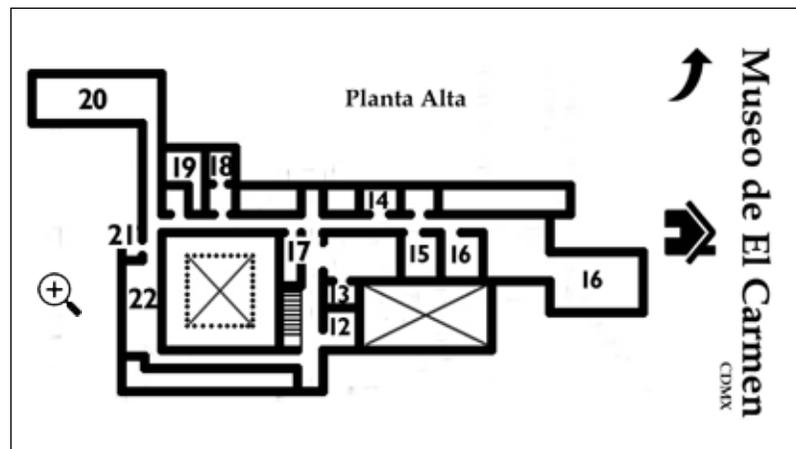
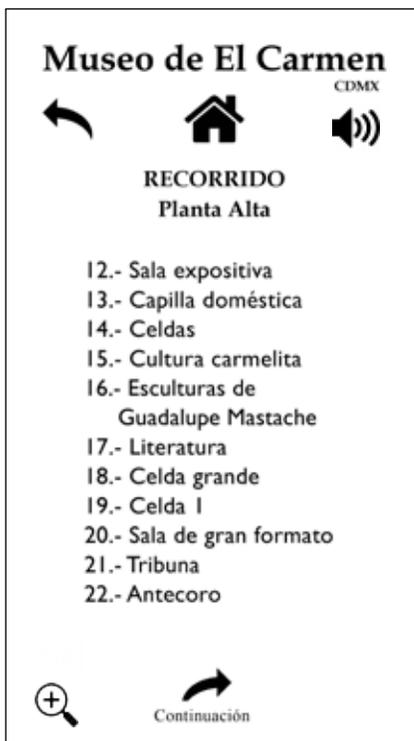
En esta sección, al usuario se le proporciona información general del museo, en caso de que decida visitarlo de manera presencial. Se trata de datos básicos como dirección del museo, horarios, costos y descuentos, y el mapa de ubicación del museo para que pueda llegar a él.

### Diseño de la app

El diseño se desarrolló a través de Adobe InDesign y Adobe Photoshop, con calidad para iPhone y Smartphone.

Las pantallas principales fueron fáciles de diseñar porque ya se habían plasmado en el prototipo en papel; el resto se diseñaron directamente en Adobe InDesign, como las pantallas que contenían textos y mapas.

Figuras 4.30 y 4.31. Listado de salas y mapa del recorrido de la Planta Baja.



Asimismo, hubo otros elementos que tuvieron que acomodarse por su tamaño real ahora en pantalla, así como agregar detalles no contemplados en los bocetos a lápiz.

A la par del diseño en Adobe InDesign, las imágenes se editaron en Adobe Photoshop, por su tamaño y encuadre.

Los mapas que se crearon para la app, también se diseñaron en este programa, tanto el delineado como la colocación de los números de cada sala.

A los contenidos y secciones se accede a través de las imágenes (a excepción de las que se encuentran en la fotogalería) y los títulos que las acompañan, que funcionan como iconos de entrada.

La mayoría de los menús son parecidos al utilizado en los iPhones, con iconos cuadrados con las esquinas redondeadas. El resto de los menús de cada sección, presenta imágenes rectangulares con las esquinas redondeadas, que igualmente sirven para acceder a los contenidos (véase figura 4.32).

Al ser menús conocidos por los usuarios de aplicaciones móviles y smartphone, su uso es intuitivo, lo que lo hace fluido y el usuario no se detiene para entender cómo funciona la interfaz.

También se proporcionan enlaces a contenido externo, con la indicación: más información, acompañado de la dirección web; que al tocar con el dedo dirige a esa página.

La *Galería* se presenta al estilo Instagram, imágenes cuadradas a manera de collage, al abrirlas abarcan casi toda la pantalla del Smartphone. Esta forma de presentar la galería se eligió por dos razones: es conocida por el usuario, y por su diseño estético y compacto.

Asimismo, se agregaron elementos de accesibilidad, como audios que explican la historia del museo, el contenido de la app y los servicios que ofrece el museo. De igual manera, se agregó la herramienta de zoom para que los textos e imágenes se puedan hacer más grandes.

Características que se buscaron para el diseño de la aplicación móvil del **Museo de El Carmen**:

- Fácil uso e intuitivo
- Proporcionar información para visitantes virtuales y presenciales
- Ligera, no tan pesada
- Sin saturación de contenidos
- Tamaños acordes al Smartphone

Los elementos de diseño de apps que se utilizaron para crear ésta del **Museo de El Carmen** son:

- Menú tipo Iphone
- Vinculación con las redes sociales
- Fotogalería estilo Instagram



Figura 4.32. Menú principal de la aplicación móvil.

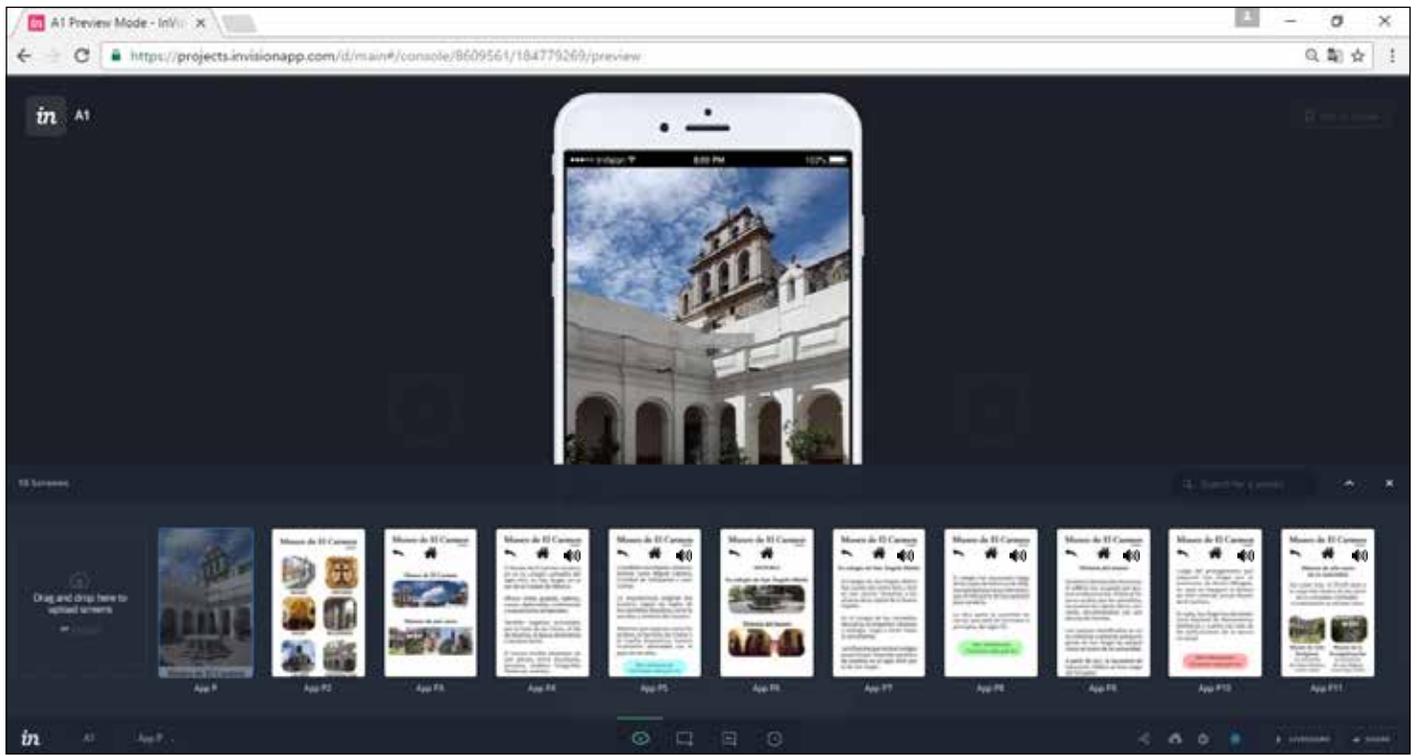


Figura 4.33. Creación del prototipo de la aplicación móvil a través del programa online InVision.

Los iconos que se utilizan son pocos y reconocibles por el usuario:

- **Home.** La imagen de una casa dirige a la página de inicio de la app, desde donde inicia todo el recorrido.
- **Flecha hacia atrás y adelante.** La imagen de una flecha en negro indica la posibilidad de regresar a la página anterior (flecha izquierda) o al siguiente contenido (flecha derecha, que incluye la leyenda Continuación).
- **Redes sociales.** El logo de Facebook, Twitter e Instagram señalan que esos iconos enlazan a las redes sociales utilizadas por el museo.
- **Herramienta de acercamiento (zoom).** El icono de zoom es una lupa con un signo de más, ambos en negro.
- **Audio.** El icono de los audios es una bocina con líneas semi circulares que indican volumen, estos elementos están en negro.

#### Características técnicas

- **Tipografía.** En los títulos y subtítulos se utilizó Book Antiqua (serif) y en los textos Candara (sans serif).

- **Color.** Texto e iconos en negro. Los iconos de redes sociales tienen el color de acuerdo a su logotipo (Facebook y Twitter azul e Instagram rosa, amarillo y morado). Enlaces externos azul, verde y rojo.

- **Imágenes.** Fotografía digital a color.
- **Tamaño.** Calidad móvil, 750 x 1334 px.
- **Reticula.** Varía en cada pantalla, pero las principales son:

Dos columnas y tres filas. *Home* y *Recorrido*  
 Una columna. Textos, listado de salas y mapas.  
 Una columna y dos filas. Menú e *Historia*.  
 Página maestra: Nombre del museo e iconos de *Home* y flecha hacia atrás.

#### Prototipo de la aplicación móvil

El prototipo muestra cómo quedaría la aplicación móvil después de la programación, punto que anteriormente ya se explicó. Al generar el prototipo, la aplicación móvil se puede navegar como si fuera la versión final para el usuario.

Para desarrollar el prototipo, se tomaron las 21 pantallas diseñadas en Adobe InDesign y se transformaron en imágenes para cargarlas en InVision (véase figura 4.33).



Figura 4.35. Visualización del prototipo de la aplicación móvil el Museo de El Carmen.

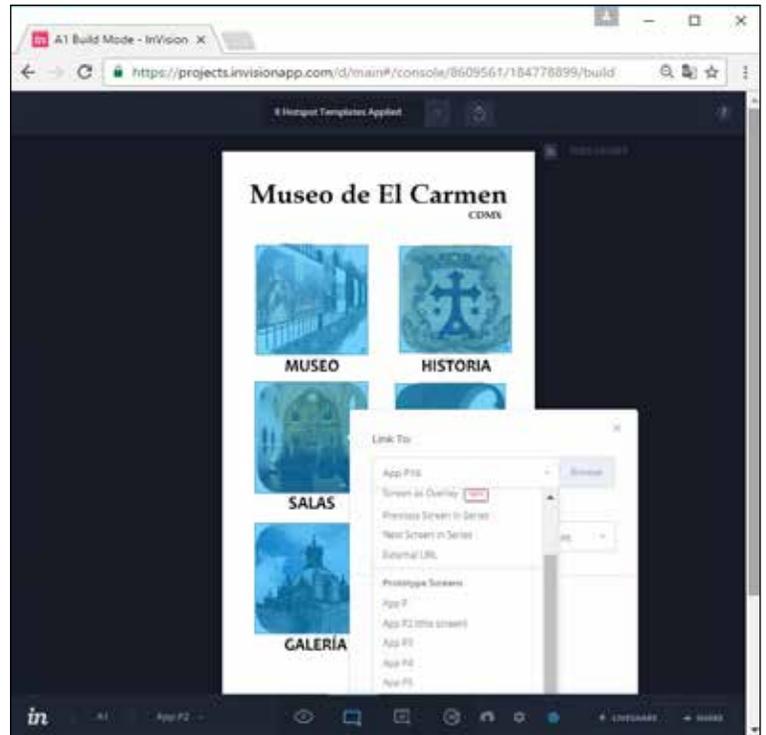


Figura 4.34. Edición de la navegación entre pantallas.

En el programa online se eligió la opción Mobile App Prototype, en donde se subieron todas las imágenes correspondientes a cada pantalla de la aplicación móvil.

Al tener todas las pantallas cargadas en el programa online, se abre una página en la cual se edita la navegación entre pantallas, en donde se indica cuál botón o imagen dirige a qué lugar (véase figura 4.34).

Para lo cual se requirió generar cada una de las transiciones entre pantallas, acceso a cada sección o comandos de irse a *Home*, regresar o adelantar pantallas, e incluso ir a enlaces externos.

En este punto, el mapa de contenido y los bocetos en papel fueron de gran ayuda para saber qué botón o icono mandaba a cuál pantalla o contenido.

En la misma página de edición, pero en otra pestaña, se puede activar el modo de previsualización, en donde también es posible probar las interacciones ya generadas entre pantallas y su navegación.

Al termino de todo este proceso, se crea un link que al ser compartido abre la versión del prototipo terminado, para así visualizarlo, navegar en él y probarlo como si fuera la versión final ya programada.

El prototipo de la aplicación móvil del **Museo de El Carmen** se visualiza de mejor manera en smartphones, aunque también es posible verlo en computadora o tableta (véase figura 4.35).

Al visualizar el prototipo y tocar alguna zona que no cuenta con enlace a otra pantalla o link externo, inmediatamente resaltan en azul los iconos e imágenes que tienen vínculos, para así poder identificarlos y clicarlos para conocer los distintos contenidos de la aplicación.

### Imágenes de la app

Enseguida se muestran los diseños de las pantallas que conforman a la aplicación móvil del Museo de El Carmen. Se trata de la portada, home y las secciones de *Museo*, *Historia*, *Recorrido*, *Galería*, *Museos de arte sacro* e *Información*.



Figura 4.36. Portada de la app.



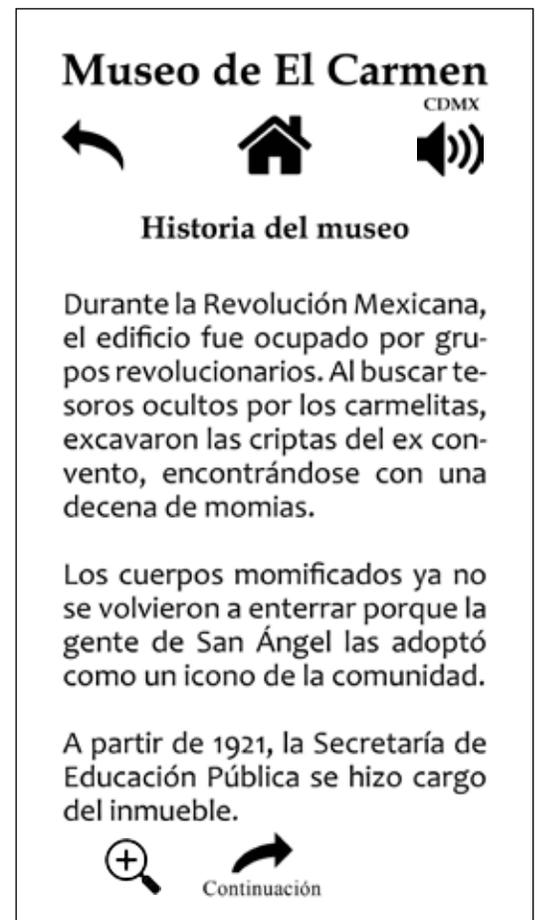
Figura 4.37. Home de la app.



Figura 4.38. Sección Museo.



Figura 4.39, 4.40 y 4.41. Sección Historia.



# Museo de El Carmen

CDMX

← 

## RECORRIDO



**Planta Baja**



**Planta Alta**



**Planta Baja  
(Segunda parte)**



**Casa del  
Acueducto**

**Recorrido virtual**  
 Requiere Adobe Flash Player

Figura 4.42, 4.43 y 4.44. Sección Recorrido.

# Museo de El Carmen

CDMX

←  

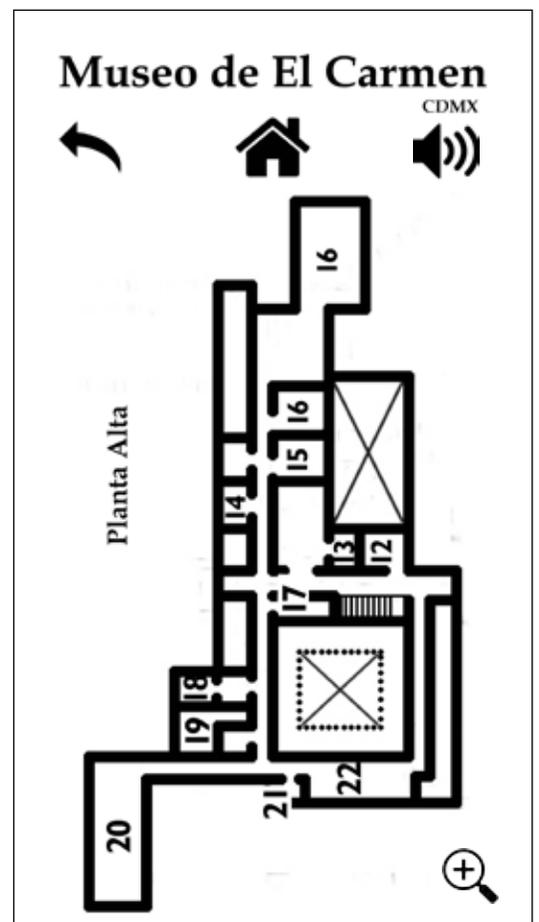
## RECORRIDO

### Planta Baja

- 1.- Atrio
- 2.- Iglesia
- 3.- Taquilla/Entrada
- 4.- Patio de estudiantes
- 5.- Antigua portería
- 6.- Sala introductoria
- 7.- Claustro
- 8.- Sacristía/ Villalpando
- 9.- Lavabos
- 10.- Criptas
- 11.- Huerta




Continuación



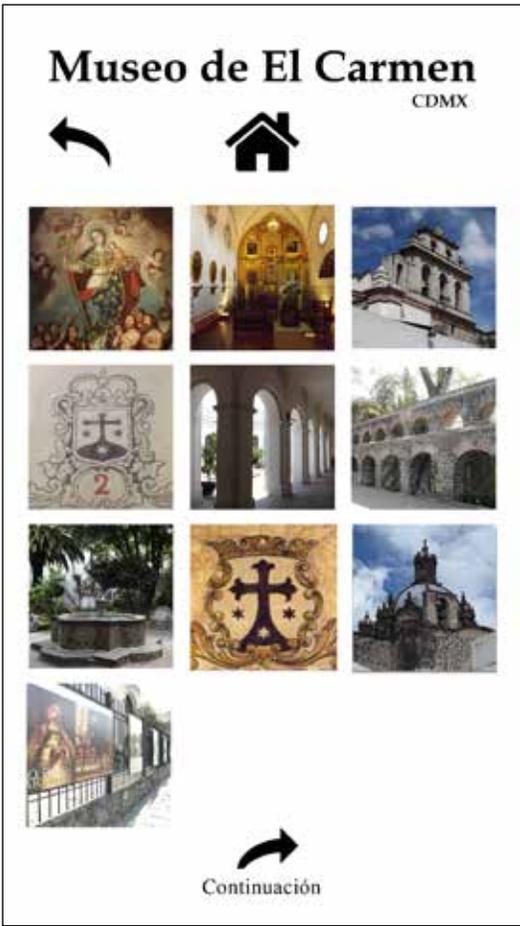


Figura 4.45 y 4.46. Sección Galería.

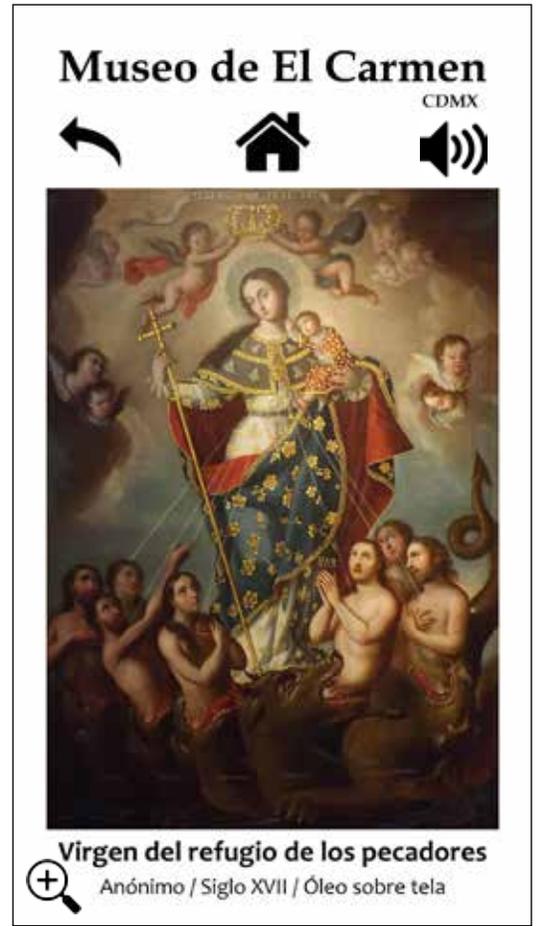


Figura 4.47. Sección Museos de arte sacro.



Figura 4.48. Sección Información de la app.

#### 4.5. Difusión periodística para el museo y la propuesta

La presentación de la aplicación móvil y la página web es un plan teórico porque aún no existe un producto para mostrarle al público, ya que se trata de prototipos, como anteriormente se explicó.

En caso de que posteriormente a esta tesis se aprueben ambos o uno de los medios digitales propuestos para la difusión de museos de arte sacro, el siguiente paso sería la programación. Luego vendría la presentación y difusión de los medios digitales para que los conozca y utilice el público usuario.

Sin embargo, la propuesta de difusión de ambos medios digitales se menciona en este apartado de manera hipotética para mostrar los aportes del periodismo dentro de la difusión de

museos, además de su papel de investigación de información, redacción y corrección de textos, creación de contenidos y tomas fotográficas para la creación de los prototipos de la aplicación móvil y la página web.

La propuesta de difusión iniciaría luego de la aprobación de ambos medios y su programación. En este punto ya se sabe que la aplicación móvil y la página web van dirigidos a los visitantes presenciales y virtuales adolescentes, jóvenes y jóvenes adultos, por ser el público que utiliza medios digitales.

También para adentrarlos a los museos en búsqueda de nuevas experiencias y como lugares de ocio, divertimento y convivencia familiar; de pareja, entre amigos e incluso como un agradable tiempo a solas (dejando de lado al museo como extensión de la escuela).

Aunque la propuesta de difusión de ambos medios digitales es teórica, se tendrán en cuenta su viabilidad, impacto, trascendencia y todos los puntos esenciales que se deben considerar en un plan de difusión periodística.

Primero se debe situar la posición que se desempeña dentro de la difusión de la aplicación móvil y la página web. Aunque es periodismo, se está dentro del museo, como parte del área de difusión del museo y no del otro lado, de parte de los medios de comunicación como radio, televisión o prensa.

Por ello, la estrategia de difusión de los medios digitales diseñados en esta tesis se desarrollará pensando en los recursos del propio museo y de las funciones que puede realizar.

Es decir, al tratarse de recintos culturales del INAH, el área de difusión o el área encargada de estas funciones de cada museo, debe estar coordinada o dar aviso a la Dirección de medios de comunicación de las oficinas centrales del instituto, ya sea para estar coordinados, solicitar apoyo o sólo informarles de las actividades organizadas y/o de su estrategia para difundirlas.

### **Estrategia de difusión para medios de comunicación**

Los medios digitales se darán a conocer tanto a los distintos medios de comunicación, como al público de los museos.

Para presentarlos ante los medios de comunicación, se propone organizar una conferencia de prensa en la que se convoque a medios de comunicación nacionales, como los periódicos *La Jornada*, *El Universal*, *Milenio Diario*, *Reforma*, noticieros televisa, Tv Azteca. Canal 22, Canal 11 y Grupo Imagen, por mencionar algunos.

En la conferencia se proporcionará un boletín de prensa, en el que se explican los detalles y pormenores de ambos medios digitales.

Asimismo, durante la conferencia se presentarán la aplicación móvil y el micrositio de los museos de arte sacro, su contenido, funcionamiento y objetivos.

También se proporcionarán imágenes de ambos medios digitales, así como los links para acceder al micrositio y descargar la aplicación móvil; en la mayoría de los casos se realiza a través de Apple store y Play Store.

La conferencia de prensa se llevaría a cabo en el **Museo de El Carmen**, no sólo por ser el tema de la aplicación móvil, sino por ubicarse en la Ciudad de México, lo que favorece y posibilita la presencia de medios nacionales.

Además, porque este museo tiene experiencia en ser sede de conferencias de prensa con la presencia de la directora del INAH y del titular de la Secretaría de Cultura.

La conferencia se llevaría a cabo en jueves, para que las noticias acerca de la presentación de los medios digitales se publiquen el fin de semana y el público tenga oportunidad de usarlos el fin de semana e incluso visitar los seis museos.

## Boletín de prensa

Las nuevas tecnologías representan un medio potencial para la difusión del patrimonio cultural por su alcance y contenidos, por ello se crearon una aplicación móvil del **Museo de El Carmen** y un micrositio en el que conviven seis museos de arte sacro.

La aplicación móvil del Museo de El Carmen, en San Ángel, Ciudad de México, ofrece información general del recinto: actividades culturales, historia, acervo, una pequeña fotogalería, mapa del recorrido y enlaces hacia la página del museo, del INAH y al paseo virtual.

El mapa del recorrido está dividido en cuatro secciones: planta baja, planta alta, segunda parte de la planta baja y Casa del Acueducto. Cada uno muestra la ubicación de las salas, áreas expositivas y espacios abiertos al público, a través de un listado cronológico.

Además, la app contiene un breve listado de otros seis museos de arte sacro, los cuales forman parte del sitio web, en donde se proporciona mayor información de cada uno.

La aplicación móvil, que se puede consultar durante la visita virtual y presencial, está disponible para iOS y Android.

Respecto al micrositio, es la primera vez que se reúnen museos de arte sacro en un mismo sitio web, que además de vincular a estos recintos culturales con temáticas similares, funcionará de plataforma de difusión mutua.

Se trata de seis museos de arte sacro con sede en ex conventos de los siglos XVI al XVIII:

- **Museo de Arte Religioso**, ex convento de Santa Mónica, en el Centro histórico de Puebla.
- **Museo de El Carmen**, ex colegio de San Ángel Mártir, en San Ángel, Ciudad de México
- **Museo de la Evangelización**, ex convento de San Miguel, en Huejotzingo, Puebla
- **Museo de Guadalupe**, ex colegio Apostólico de Propaganda Fide de Nuestra Señora de Guadalupe, en Guadalupe, Zacatecas
- **Museo Nacional del Virreinato**, ex colegio de san Francisco Javier, en Tepotzotlán, Estado de México
- **Museo Virreinal de Acolman**, es convento de Acolman, en Acolman, Estado de México

El micrositio ofrece información general de cada museo, como las actividades culturales que realizan, las piezas que exhibe, datos relevantes, historia del ex convento, listado de salas, mapa del recorrido e información para visitar el recinto (dirección, horarios, costos, descuentos).

También proporciona enlaces hacia contenidos creados por el INAH acerca de estos museos, como videos, paseos virtuales, páginas web y redes sociales.

La información se acompaña de cinco fotografías de cada museo, que muestran sus salas, espacios abiertos al público, arquitectura y fachadas.

### **Estrategia de difusión para el público de los museos**

La conferencia de prensa tiene el objetivo de presentar a los medios de comunicación ambos medios digitales, de la cual se espera que generen una nota y la publiquen o transmitan a través de su medio, radio, televisión, prensa o internet.

Si bien es una manera de que el público se entere de la existencia de la app y el micrositio, el medio de comunicación queda como intermediario entre el museo y el público.

Por ello, también se propone una estrategia de difusión directa entre los museos de arte sacro y el público que asiste a cada uno de ellos, por medio de la Noche de Museos, que se realiza el último miércoles de cada mes y en la cual se desarrollan diversas actividades culturales.

La **Noche de Museos** que se elija, de acuerdo a un mes en específico, se difundirá con carteles, redes sociales e informando a los medios locales cercanos a cada museo. Se desarrollará una Noche de Museos en cada uno de los seis recintos que se incluyen en el micrositio.

En esa **Noche de Museos** se llevarán a cabo una charla cultural o conferencia y una exposición fotográfica.

- Charla cultural o conferencia para el público del museo. En la que se hablará de los seis museos y de los dos medios digitales, así como de sus contenidos y funcionamiento.

- **Exposición fotográfica**

Su realización es hipotética, aunque se cuenta con las imágenes, la curaduría no se hará para esta tesis, porque no forma parte del diseño de medios digitales que se proponen, pero sí es parte de la estrategia teórica para difundir estos medios.

La exposición fotográfica dará a conocer los seis museos y ex conventos, y a su vez difundirá

ambos medios digitales. Estará integrada por 30 imágenes, de las cuales 24 serán de los seis museos (cuatro por ex convento), tres de la app y tres del micrositio, además proporcionará los links para visualizarlos y/o descargarlos.

Por ello la exposición fotográfica será itinerante, no solo en los seis museos que se abordan en la página web diseñada, sino en otros similares.

- **Carteles informativos permanentes**

A la par y posterior a la presentación de los medios digitales durante la Noche de Museos y la conferencia de prensa, se colocarán carteles en los seis museos que informarán acerca de la existencia de la app y el micrositio.



# Conclusiones

*Los medios digitales proporcionan una nueva experiencia al visitante presencial y/o digital para conocer los museos de arte sacro, por ser atractivos visualmente, prácticos y portables; además de potencializar la difusión de estos recintos por el alcance que tienen los sitios web y las aplicaciones móviles más allá de la ubicación física del ex convento.*





Luego de analizar los medios utilizados por los seis museos de arte sacro, ubicados en ex conventos y administrados por el INAH, se observó que es evidente la ausencia o presencia de diseñadores y periodistas/comunicadores en las áreas de difusión. Al contar con los profesionistas de estas áreas, los objetivos de difusión son claros y el diseño de los medios y materiales está bien resuelto. Al no tener personal de estas disciplinas, la difusión generada por el museo no tiene gran alcance, como en Huejotzingo.

Excepto en el caso del Museo de la Evangelización, el resto tiene áreas dedicadas a la difusión del recinto y sus actividades culturales, las cuales se encargan de diseñar y crear los medios y materiales para este fin. La difusión de estos museos es principalmente a través de carteles impresos y digitales, redes sociales y páginas web (sólo cuatro la tienen, más el sitio web del INAH). Sin embargo, la difusión es aislada, es decir, aunque comparten temática y tipo de sede, estos museos son difundidos de manera individual, sin vincularse unos con otros.

Se detectó que todos los museos utilizan medios tradicionales o impresos para su difusión local. Mientras que los medios digitales no son aprovechados por completo: cuatro de los museos tienen sitio web o blog, pero no todos los actualizan o tienen diseño obsoleto; los recorridos virtuales (panoramas de 360 grados) muestran a los museos antes de sus restauraciones y/o reestructuraciones museográficas; y ninguno cuenta con aplicación móvil.

Aunado a que existen pocas páginas oficiales o sin información verídica, certera y /o actualizada, tienen gran alcance nacional e internacional, atraen al público joven y adulto, las nuevas tecnologías son visualmente atractivas, reafirman a los museos como parte del turismo cultural y de ocio, y proporcionan información con plataformas multimedia (texto, imagen, audio y video).

Después de obtener los resultados de la investigación y el análisis, se determinó que estos seis museos requerían una página que los vinculara y, al contar con medios tradicionales y digitales, el siguiente paso era tener una app. Sin embargo, se determinó que para esta investigación de tesis sólo se podría proponer una aplicación, debido al tiempo que implicaría diseñar seis apps, el cual sobrepasaría el establecido por la maestría; y por la sobre información que implicaría reunir seis museos en una sola aplicación.

Por ello, se propuso la creación de una aplicación móvil para el Museo de El Carmen y una página web para los seis museos, no sin antes analizarlos y conocer los medios que utilizan para su difusión, y determinar que ya cuentan con medios tradicionales y que continúan en la transición hacia el uso de medios digitales.

Poco a poco, los museos de México y el mundo se han adentrado a los medios digitales para la difusión de sus contenidos y actividades, no sólo redes sociales, páginas web y recorridos virtuales, también aplicaciones móviles que proporcionan al visitante presencial y virtual una nueva forma de experimentar el museo e interactuar con él.

La interacción y la experiencia que ofrecen las aplicaciones móviles crea un vínculo entre el visitante presencial y/o virtual con el museo, por la participación activa del visitante y el estímulo que le genera la respuesta del museo al ser bilateral, inmediata y personal. Aunado al alcance de la aplicación móvil por trascender fronteras, y por representar una novedosa y atractiva manera de visitar museos, presencial o virtualmente.

Al concluir la propuesta de la página web (diseño, contenido y prototipo), que reúne a los seis museos de arte sacro ubicados en ex conventos y administrados por el INAH, se determinó que las contribuciones son:

- Difundir los 6 museos y sus contenidos
- Vincular museos con temática y tipo de sede similar
- Ofrecer información general de estos museos para propiciar curiosidad en los usuarios para que se transformen en visitantes presenciales
- Poner estos museos al alcance de las personas que por alguna razón no pueden visitarlos (por vivir en otros estados o países, falta de tiempo o recursos para viajar, y/o por ser personas con discapacidad motriz).
- Divulgar la historia del inmueble, sus ocupantes originales, del museo y sus colecciones
- Resaltar que el museo también tiene anécdotas y no sólo datos históricos, como monjas ocultándose de la ley o revolucionarios usando ex conventos como cuarteles
- Proporcionar el mapa del recorrido por el museo, para su uso durante la visita presencial o para conocer la distribución de salas y la gran extensión que tienen los ex conventos
- Reunir los distintos enlaces que llevan a más contenidos de estos recintos, como sus recorridos virtuales y las redes sociales para que los usuarios estén en contacto con los museos
- Incluir videos del INAH en donde se muestran los distintos espacios de estos museos, su acervo y salas
- Proporcionar el mapa del recorrido por el museo, para su uso durante la visita presencial o para conocer la distribución de salas y la gran extensión que tienen los ex conventos

- Llegar a mayor número de personas y lugares

El impacto que tendrá la página web para la difusión de los seis museos será:

- El alcance que tendría al utilizar internet para su difusión
- Servir de plataforma de difusión unos de otros (al buscar uno de estos museos, se proporciona información de cinco más que son similares)
- La presencia que tendrían los seis museos en internet, con información actualizada y verídica

Respecto a la aplicación móvil del Museo de El Carmen, al concluir la propuesta (diseño, contenido y prototipo), se determinó que sus contribuciones son:

- Difundir el museo y su contenido de manera visual y atractiva
- Ofrecer el contenido del museo de manera práctica y portable
- Proporcionar información general del museo para generar en los usuarios el interés por visitar el recinto de manera presencial
- Llevar los contenidos de este museo hasta las personas que no pueden visitarlo de manera presencial (por vivir en otros estados o países, falta de tiempo o recursos para viajar, y/o por ser personas con discapacidad motriz).
- Divulgar la historia del inmueble, sus ocupantes originales, del museo y sus colecciones
- Acceder a los contenidos del museo sin necesidad de internet una vez descargada la app
- Proporcionar el mapa del recorrido por el museo, para su uso durante la visita presencial o para conocer la distribución de salas y la gran extensión que tienen los ex conventos

- Proporcionar el mapa del recorrido por el museo, para su uso durante la visita presencial o para conocer la distribución de salas y la gran extensión que tienen los ex conventos
- Reunir los distintos enlaces que llevan a más contenidos del museo
- Demostrar que las apps también pueden ser educativas
- Enriquecer el turismo cultural

El impacto que tendrá la aplicación móvil del Museo del Carmen para su difusión será:

- Proporcionar una nueva experiencia al visitante presencial y/o digital para conocer el museo
- Tener un alcance masivo por tratarse de un medio digital sin fronteras (excepto las de otros idiomas ajenos al español)
- Ser el primer museo metropolitano y de arte sacro del INAH que contará con app, y el segundo a nivel nacional

Las aportaciones de esta investigación de tesis, además del desarrollo de la página web y la aplicación móvil como parte tangible del resultado final, son una serie de reflexiones sustentadas que indican la necesidad de unir recursos y estrategias del diseño y del periodismo para desarrollar proyectos de difusión, con ambas disciplinas aportando sus conocimientos para crear planes y medios que beneficien a los recintos y actividades culturales a favor de su difusión.

Entendiendo que los medios digitales no sustituyen a los medios tradicionales en la difusión de estos seis museos, sino que los complementan; al mismo tiempo que proporcionan información y son guías que el usuario puede utilizar antes, durante y después de conocer o visitar el museo de manera presencial y/o virtual.

Aunque se encontraron puntos en contra de los medios digitales, como el rezago tecnológico, la paulatina transición en el uso de medios tradicionales a digitales, la evolución de los mismos y que algunas personas deciden no utilizarlos; los beneficios son mayores de acuerdo a los estudios de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), ya que cada día aumenta el uso de las nuevas tecnologías y las personas se apropian de éstas al utilizarlas en su vida cotidiana, educativa y vacacional.

Luego de analizar las cifras de visitantes y la experiencia del usuario/visitante, se llegó a la conclusión de que los medios digitales utilizados para la difusión de los museos de arte sacro deben estar dirigidos al público adolescente, joven y adulto, ya que son los extractos de la población que más utilizan estos medios. A su vez, porque son grupos que buscan nuevas experiencias y que quizá no son conscientes de las experiencias que ofrecen los museos de arte sacro más allá de la educativa, sino las centradas en el divertimento, ocio, contemplación, crecimiento personal, compartir con la familia y amigos, y la catarsis que proporciona conocer un nuevo lugar e incluso el ir de vacaciones.

Al finalizar la investigación, análisis y diseños de la app y web, se comprobó la hipótesis inicial de la tesis, que indica lo siguiente:

La integración de recursos y estrategias de diseño y periodismo, implementados para crear una página web y una aplicación móvil para los museos de arte sacro del INAH, potencializará su difusión por el alcance que tienen los medios digitales.

Ya que se reunieron recursos y estrategias de diseño y periodismo para desarrollar medios digitales para la difusión de los seis museos, con lo cual se logró tener un sitio web y una aplicación móvil más completos e integrales, que si sólo se hubieran utilizado conocimientos de una de estas disciplinas. Incluso en los manuales de diseño digital que se consultaron se reitera la necesidad de un equipo multidisciplinario.

Durante el posgrado y después de él, aprendí que el diseño, además de técnicas, es investigación, análisis, comprensión, procesos y pasión. Con estos conocimientos cambiaron y se enriquecieron muchos conceptos que tenía desde la perspectiva del periodismo respecto al diseño.

Al terminar la tesis me percaté de que el diseño tiene mucho que aprender del periodismo, y que el periodismo tiene mucho que aprender del diseño. Ambas disciplinas deben conocer una de la otra, tienen puntos en coincidencia y diferencias abismales, pero al unir conocimientos de ambas, las posibilidades de creación son mayores que trabajando cada una por su lado.

# Fuentes de consulta

*Muchos caminos llevan a un ex convento,  
este fue el camino que me llevó a visitarlos más de una vez,  
su historia y acervo, lo indescriptible de la experiencia de recorrer sus  
pasillos, el potencial de su difusión y esa sensación maravillosa  
al llevarla a cabo por trabajo y placer.*





- Allanwood, G., y Beare, P. (2015), *Diseño de experiencias de usuario*, Barcelona, España: Parramón Paidotribo.
- Alonso Hernández, N. E. (2011), *Un museo para todos: el diseño museográfico en función de los visitantes*. México: Facultad de Estudios Superiores Aragón, UNAM y Plaza y Valdés.
- Ballart Hernández, J. (2007), *Manual de Museos*, España: Editorial Síntesis.
- Centeno del Canto, P. (Coord.) (2011), *La difusión en museos: Colecciones del siglo XIX*. España: Fundación Sierra-Pambley.
- Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones (2012), *Cedularios. Ex convento de Santa Mónica*. México: INAH.
- Costa, J. (2007) *Señalética Corporativa*. 2da. Edición. Barcelona, España: Joan Costa, IED y Universitat Jaume I.
- Dabner, D. (2005), *Diseño gráfico. Fundamentos y prácticas*, Barcelona: Editorial Blume.
- Eliade, M. (1998), *Lo sagrado y lo profano*, traducción Luis Gil Hernández, España: Ediciones Paidós Ibérica.
- Frascara, J. (2011) *¿Qué es el diseño de información?*, Argentina: Ediciones Infinito.
- García Cuetos, M. P. (2011). *El patrimonio cultural. Conceptos básicos*. Zaragoza, España: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Harris, A. (2015) *Metodología del diseño*. 3ra. Edición. España: Parramón Paidotribo.
- Hernández de León, J. M. (2012), *El museo: su gestión y su arquitectura*, Madrid: Circuito de Bellas Artes.
- Hernández Serrano, F. (1950). *Museo de arte religioso*. México. México: Ediciones de Arte.
- Hooper-Greenhill E. (1998), *Los museos y sus visitantes*, España: Ediciones Trea.
- ICOM y UNESCO (2007), *Cómo administrar un museo: Manual práctico* [Traductores Fernández Navarro, A. y Mayla, R.]. París, Francia: UNESCO.
- Leñero V. y Marín C. (1996), *Manual de periodismo*, México: Editorial Grijalbo.
- Lidwell W., Holden K. y Butler, J. (2005), *Principios universales de diseño*, Barcelona: Editorial Blume.
- Monterrosa Prado, M. (1991), *Catálogo de bienes muebles del Ex-Convento de Santa Mónica ciudad de Puebla*, México: Gobierno del estado de Puebla.
- Munari, B. (2002), *Diseño y comunicación visual*, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Martínez García, O. (1995), *La comunicación visual en Museos y exposiciones*. México: UNAM.
- Meli, R. (2011), *Los conventos mexicanos del siglo XVI*, México: UNAM y Porrúa.
- Nicolás Ojeda, M. A., y Grandio Pérez, M. M. (2012) *Estrategias de comunicación en redes sociales*. Barcelona, España: Editorial Gedisa.
- Ordorika Bengoechea, N. (1998), *El convento del Carmen de San Ángel*, México: UNAM, Facultad de Arquitectura.
- Orihuela, J. L. y Santos, M. L. (1999). *Introducción al diseño digital. Concepción y desarrollo de proyectos de comunicación interactiva*, España: Ediciones Anaya Multimedia.

Perdigón Castañeda, J. K. (compiladora). (2011). La conservación de las coronas de monjas del Museo de Arte Religioso, México: INAH.

Pipes, A. (2011), Diseño de sitios web, España: Promopress.

Ramos Lizana, M. (2007), El turismo cultural, los museos y su planificación. España Guijón, España: Trea.

Rivera, J. (1995), El periodismo cultural, Buenos Aires, Argentina: Paidós Estudios de Comunicación.

Rico, J. C. (2002), ¿Por qué no vienen a los museos?: historia de un fracaso. Madrid: Silex.

Royo, J. (2004), Diseño digital, España: Ediciones Paidós.

Ortiz Lajous, J. (Cord.). (1990). San Agustín de Acolman, México: Telmex y Grupo Azabache.

Samara, T. (2008), Los elementos del diseño. Manual para diseñadores gráficos España: Gustavo Gili.

Tovar y de Teresa, G. (1997), Noticias sobre el convento de Huexotzinco en los siglos XVII y XVIII, Simposium internacional de investigación de Huexotzinco, México: INAH.

Valdes Sagues, M. C. (1999), La difusión cultural en el museo: servicios destinados al gran público. Gijón, España: Trea.

Vallenilla, F. (1993), El cartel cultural en Caracas: los últimos 20 años (1969-1989). Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello, Facultad de Humanidades y Educación, Escuela de Comunicación Social.

Vida cotidiana en la Nueva España. Espacios recientemente rescatados del Museo de El Carmen (1986) México: Conaculta/ INAH, Sociedad de Amigos del Museo de El Carmen y Museo Franz Mayer.

Wood, D. (2015), Diseño de interfaces, (Traductor Armada Antolín, M.). España/China: Parramón Paidotribo.

## Tesis

Ocampo Chávez, M. (2007). El Cartel cultural y el cartel popular: un análisis desde la estética neobarroca (Tesis de maestría), Facultad de Artes y Diseño, UNAM, México.

## Revistas

Conventos del siglo dieciséis (1966). Revista mensual Artes de México, Recopilación No. 86/97, año XIII, 11ª. Época. México: Editorial Artes de México y el mundo.

Córdova Tello, M. (mayo-junio 2014). La construcción del convento de San Miguel de Huejotzingo, Puebla. Arqueología Mexicana. La llegada del cristianismo a México, Volumen XXI (127), p. 64-69.

Martínez Salazar, C. (agosto-noviembre 2012). Un perfil para el museo: ¿Son Facebook y Twitter las nuevas herramientas para la difusión? Gaceta de museos. Hacer historia en los museos, Tercera época (53), p. 46-51.

Rubial García, A. (mayo-junio 2014). Hernán Cortés y los religiosos. Arqueología Mexicana. La llegada del cristianismo a México, Volumen XXI (127), p. 26-36.

## Boletines de prensa

INAH (8 de marzo de 2013). INAH emprende atención a templo poblano siniestrado. Comunicado No. 81, Dirección de Medios de Comunicación del Instituto Nacional de Antropología e Historia, Ciudad de México.

INAH (30 de noviembre de 2012). Con salas renovadas, museo del Carmen reabre al público. Comunicado No. 397, Dirección de Medios de Comunicación del Instituto Nacional de Antropología e Historia, Ciudad de México.

INAH (24 de febrero de 2012). En Puebla, único museo sobre la vida religiosa femenina. Comunicado No. 65, Dirección de Medios de Comunicación del Instituto Nacional de Antropología e Historia, Ciudad de México.

INAH (17 de febrero de 2011). Editan libro conmemorativo del Museo de El Carmen. Comunicado No. 51, Dirección de Medios de Comunicación del Instituto Nacional de Antropología e Historia, Ciudad de México.

### **Folleto y guías**

Centro INAH Puebla (2013). Día Internacional de los Monumentos y de los sitios [Folleto fotocopiado]. Puebla, México: Autor.

Centro INAH Puebla y Centro INAH Morelos (sf) Primeros monasterios del siglo XVI en las laderas del Popocatepetl [Volante]. Puebla, México: Autor.

Coordinación Nacional de Difusión (2014). Museo de Guadalupe, Zacatecas [Guía]. Puebla, México: INAH/Conaculta.

Coordinación Nacional de Difusión (2009). Museo de El Carmen [Miniguía]. Ciudad de México, México: INAH/Conaculta.

INAH (2000). Capillas posas del ex convento franciscano de San Miguel. [Miniguía]. Puebla, México: INAH/Conaculta.

INAH (2000). Ex convento franciscano de san Miguel Huejotzingo [Miniguía]. Puebla, México: INAH/Conaculta.

INAH (2000). Pintura mural de la iglesia de San Miguel Arcángel [Miniguía]. Puebla, México: INAH/Conaculta.

INAH (2000). Retablo mayor de la iglesia de San Miguel. [Miniguía]. Puebla, México: INAH/Conaculta.

INAH y Museo de Arte Religioso (sf). Ex convento de Santa Mónica. Museo de arte religioso. [Guía]. Puebla, México: INAH/Conaculta.

Museo de El Carmen (2015). Museo de El Carmen. México [Folleto fotocopiado]. Ciudad de México, México: Museo de El Carmen.

Museo Nacional del Virreinato (2011). Museo Nacional del Virreinato. 50 años difundiendo la cultura novohispana [Folleto y guía]. México: INAH/Conaculta.

Museo Virreinal de Acolman (sf). Museo ex convento de Acolman [Separador]. Estado de México: Museo Virreinal de Acolman

### **Museos**

Museo de Arte Religioso, ex convento de Santa Mónica. Puebla, Puebla. INAH. Visitado en octubre de 2014 y marzo de 2015.

Museo de El Carmen, Colegio de San Ángel Mártir. San Ángel, Ciudad de México. INAH. Visitado en noviembre de 2014, abril 2015 y enero de 2016.

Museo de la Evangelización, ex Convento de San Miguel Huejotzingo. Huejotzingo, Puebla. INAH. Visitado en octubre de 2014 y marzo de 2015.

Museo de Guadalupe, ex colegio de Propaganda Fide de Nuestra Señora de Guadalupe, Guadalupe, Zacatecas. Visitado en noviembre de 2015 y junio de 2016.

Museo Nacional del Virreinato, ex colegio de San Francisco Javier, Tepotzotlán, Estado de México. Visitado en junio de 2015 y en febrero y junio de 2016.

Museo Virreinal de Acolman, Convento de San Agustín Acolman. Acolman, Estado de México. INAH. Visitado en mayo de 2015 y enero de 2016.

Museo ex convento agustino de san Pablo. Yuriria, Guanajuato. Visitado en diciembre de 2014.

### **Exposición temporal**

La cruz y la piedra. Primeros pasos de los agustinos en la Nueva España. [Exposición temporal]. Centro Comunitario Ex convento de Culhuacán, del 11 de diciembre de 2015 al 30 de marzo de 2016.

### **Entrevistas**

Daniela Alcalá, difusión del Museo de El Carmen, San Ángel, Ciudad de México (agosto, 2015). Comunicación personal [Entrevista].

Gabriel Maritano, encargado del Museo de la Evangelización, Huejotzingo, Puebla. (octubre, 2014). Comunicación personal [Entrevista].

Guadalupe Tlapa, encargada de Difusión del Museo de Arte Religioso, Puebla, Puebla (octubre, 2014). Comunicación personal [Entrevista].

Guillermo Mena, de Comunicación Educativa del Museo Virreinal de Acolman (enero de 2016). Comunicación personal [Entrevista].

Rosa Peña, de Promoción Cultural del Museo Virreinal de Acolman (enero de 2016). Comunicación personal [Entrevista].

Mejía, Felipe y Carrillo, Rubén Ortiz, museografía del Museo de El Carmen (agosto, 2015). Comunicación personal [Entrevista].

### **Libros electrónicos (PDF)**

Desvallées, André y Mairesse, Francois (2010). Conceptos clave de museografía. Recuperado de [http://icom.museum/fileadmin/user\\_upload/pdf/Key\\_Concepts\\_of\\_Museology/Museologie\\_Espagnol\\_BD.pdf](http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Key_Concepts_of_Museology/Museologie_Espagnol_BD.pdf)

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España (2012) Conociendo a todos los públicos. ¿Qué imágenes se asocian a los museos? Laboratorio permanente de público de museos. Recuperado de [www.gestorcultural.org/images/noticias/noticia227172512.pdf](http://www.gestorcultural.org/images/noticias/noticia227172512.pdf)

De la Peña Aznar, José (2014). ¿Sirven para algo las redes sociales en el sector cultural? Anuario AC/E de Cultura Digital 2014. Recuperado de [http://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario\\_ACE\\_2014/8RedesSociales\\_\]Pen%CC%83a.pdf](http://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/8RedesSociales_]Pen%CC%83a.pdf)

### **Revistas electrónicas (PDF)**

Aguilera, M. P, y Durán Mañes, A. (junio-noviembre 2014). El periodismo histórico: Teoría y técnica de su uso en la prensa española. Revista Prisma Social. Periodismo y su divulgación científica (12). Recuperado de [www.isdfundacion.org/publicaciones/revista/numeros/12/secciones/tematica/t-01-periodismo-historico.html](http://www.isdfundacion.org/publicaciones/revista/numeros/12/secciones/tematica/t-01-periodismo-historico.html)

DM, P. (2012). Los museos más allá de sus perfiles sociales: propuestas de interacción. Revista ICOM CE Digital. Museos y redes sociales (5), p. 78-83. Recuperado de [http://www.icom-ce.org/recursos/ICOM\\_CE\\_Digital/05/ICOMCEDigital05.pdf](http://www.icom-ce.org/recursos/ICOM_CE_Digital/05/ICOMCEDigital05.pdf)

Martí Oltra, J. (2012). Editorial de Museos y redes sociales. Revista ICOM CE Digital. Revista del Comité Español de ICOM. Museos y redes sociales (5). Recuperado de [http://www.icom-ce.org/recursos/ICOM\\_CE\\_Digital/05/ICOMCEDigital05.pdf](http://www.icom-ce.org/recursos/ICOM_CE_Digital/05/ICOMCEDigital05.pdf)

Quijano Pascual, M. (enero-marzo 2012.) La revolución de los museos y las instituciones culturales. Revista Telos. Revolución de los museos (90). Recuperado de <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2012013110230001&idioma=es>

Villaespesa, E. (2012). Museos y apps, creando experiencias en el móvil del visitante. Revista ICOM CE Digital. Museos y redes sociales (5). Revista del Comité Español de ICOM. Recuperado de [http://www.icom-ce.org/recursos/ICOM\\_CE\\_Digital/05/ICOMCEDigital05.pdf](http://www.icom-ce.org/recursos/ICOM_CE_Digital/05/ICOMCEDigital05.pdf)

### **Documentos electrónicos (PDF)**

Asociación Mexicana de Internet (2016). Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2016. Recuperado de [www.amipci.org.mx/images/Estudio\\_Habitosdel\\_Usuario\\_2016.pdf](http://www.amipci.org.mx/images/Estudio_Habitosdel_Usuario_2016.pdf)

Coordinación Nacional de Recursos Humanos del INAH (2009). Conocimientos básicos del INAH. Recuperado de [http://www.gobiernodigital.inah.gob.mx/Proyectos/servicio\\_profesional\\_carrera/temp/conocimientos\\_basicos\\_INAH.pdf](http://www.gobiernodigital.inah.gob.mx/Proyectos/servicio_profesional_carrera/temp/conocimientos_basicos_INAH.pdf)

Corporación ciudad accesible (2010). Manual de accesibilidad universal. Recuperado de [http://www.ciudadaccesible.cl/wp-content/uploads/2012/06/manual\\_accesibilidad\\_universal1.pdf](http://www.ciudadaccesible.cl/wp-content/uploads/2012/06/manual_accesibilidad_universal1.pdf)

Doering, Z. D. (1999). Strangers, guests or clients? Visitor Experiences in Museums. [¿Extraños, invitados o clientes? Experiencias de visitantes en museos] (Trabajo presentado en la conferencia Managing the Arts: Performance, Financing, Service, Weimar, Germany, marzo 17-19, 1999). Recuperado de [www.si.edu/content/opanda/docs/rpts1999/99.03.strangers.final.pdf](http://www.si.edu/content/opanda/docs/rpts1999/99.03.strangers.final.pdf)

Prensky, M. (2010). Nativos e inmigrantes digitales. Recuperado de [www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)

Saldaña, I., Celaya, J., Merín, C., y González C., (2013). Los museos en la era digital. (Presentado en la edición 2013 de Museum Next, en Amsterdam) Recuperado de <http://www.igartubeitbaserria.eus/es/files/los-museos-en-la-era-digital>

SEP e INAH (2007). Manual general de organización del Instituto Nacional de Antropología e Historia. Unidad General de Asuntos Jurídicos de la Secretaría de Gobernación. Recuperado el 27 de enero de 2016, de <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Publicaciones/CDs2010/CDUniversidades/pdf/INAHMAN02.pdf>

Morris Hargreaves McIntyre (2005) Never mind the width feel the quality. [No pienses en la extensión, siente la calidad]. Recuperado de <file:///C:/Users/AMD%20A4/Downloads/never-mind-the-width-Tw57-68-5093.pdf>

Zavala, L. (2015). Seminario de Narrativa Museográfica. Notas de curso. Recuperado de [http://laurozavala.info/attachments/Narrativa\\_Museografica.pdf](http://laurozavala.info/attachments/Narrativa_Museografica.pdf)

### **Nota de prensa online**

Ávila, S. (23 de noviembre 2013). Por la noche, 11 mil personas recorren los museos de la Ciudad de México. Excelsior. Recuperado de <http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2013/11/23/930183>

## Web

Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional del INAH (2015). Estadística de visitantes. Reporte detallado. Sistema Institucional Estadística de Visitantes. Recuperado de [www.estadisticas.inah.gob.mx/](http://www.estadisticas.inah.gob.mx/)

Barrio, F. (enero 2016) Nuevas tendencias en diseño web. Agency Sinapsis. Recuperado de [sinapsis.agency/nuevas-tendencias-en-diseno-web/](http://sinapsis.agency/nuevas-tendencias-en-diseno-web/)

Canal Once e INAH (2013). Antropológicas. Recuperado de [//oncetv-ipn.net/antropologicas/](http://oncetv-ipn.net/antropologicas/)

Conaculta / INAH (2011). Sitio web del Museo de El Carmen: Recuperado de <http://www.museodeelcarmen.gob.mx/>

Consejo de Promoción Turística de México (2015). Museos. Visit México. Recuperado de [www.visitmexico.com / es/museos-en-mexico](http://www.visitmexico.com/es/museos-en-mexico)

Datatur (2015). Actividades culturales. Museos y zonas arqueológicas con mayor afluencia al cierre 2015. Análisis Integral de Turismo. Recuperado de [www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ActividadesCulturales.aspx](http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ActividadesCulturales.aspx)

Dirección de Medios de Comunicación del INAH (2011). Más accesos a discapacitados a espacios del INAH en 2011. Recuperado de [/inah.gob.mx/es/boletines/3913-mas-acceso-a-discapitados-a-espacios-del-inah-en-2011](http://inah.gob.mx/es/boletines/3913-mas-acceso-a-discapitados-a-espacios-del-inah-en-2011)

Diseño web Valladolid (2016). Tendencias diseño web 2016. We! Webs de empresas. Recuperado de [www.websdeempresas.com/tendencias-de-diseno-web-2016](http://www.websdeempresas.com/tendencias-de-diseno-web-2016)

Facebook (2015) Solución Facebook. Recuperado de [www.solucionfacebook.com/2015/03/wwwfacebookcom-bienvenido-facebook-en.html](http://www.solucionfacebook.com/2015/03/wwwfacebookcom-bienvenido-facebook-en.html)

Gabriel García Márquez (1996). El mejor oficio del mundo. Recuperado de [//especialgabo.fnpi.org/las-ideas-de-gabo/el-mejor-oficio-del-mundo/](http://especialgabo.fnpi.org/las-ideas-de-gabo/el-mejor-oficio-del-mundo/)

INAH (2009). Museo de Arte Religioso [Paseo Virtual]. Recuperado de [www.inah.gob.mx/paseos/museosantamonica/tour.html](http://www.inah.gob.mx/paseos/museosantamonica/tour.html)

INAH (2009). Museo de El Carmen [Paseo Virtual]. Recuperado de [www.inah.gob.mx/paseos/carmen/](http://www.inah.gob.mx/paseos/carmen/)

INAH (2009). Museo Virreinal de Acolman [Paseo Virtual]. Recuperado de [www.inah.gob.mx/paseos/exacolman/](http://www.inah.gob.mx/paseos/exacolman/)

INAH (2010). Museo de Guadalupe [Paseo Virtual]. Recuperado de [www.inah.gob.mx/paseos/museoguadalupe](http://www.inah.gob.mx/paseos/museoguadalupe)

INAH (2010) Museo Nacional del Virreinato [Paseo Virtual]. Recuperado de [www.inah.gob.mx/paseos/virreinato/index.html](http://www.inah.gob.mx/paseos/virreinato/index.html)

INAH (2011). Historia en piedra. Recuperado de [www.inah.gob.mx/images/interactivos/monolitos/](http://www.inah.gob.mx/images/interactivos/monolitos/)

INAH (2015). ¿Quiénes somos? INAH. Recuperado el febrero 2015, de [www.inah.gob.mx/quienes-somos](http://www.inah.gob.mx/quienes-somos)

INAH (2015) Ex convento de Acolman. Recuperado de [www.inah.gob.mx/es/red-de-museos/258-ex-convento-de-acolman](http://www.inah.gob.mx/es/red-de-museos/258-ex-convento-de-acolman)

INAH (2015-2016). Paseos virtuales. Recuperado de [www.inah.gob.mx/es/inah/510-paseos-virtuales](http://www.inah.gob.mx/es/inah/510-paseos-virtuales)

INAH (2016) Instituto Nacional de Antropología e Historia. Recuperado de [www.inah.gob.mx/es/](http://www.inah.gob.mx/es/) Secretaría de Cultura, México.

INAH y Museo de El Carmen (2010) Historia, Recuperado de [//elcarmen.inah.gob.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=13&Itemid=67](http://elcarmen.inah.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=13&Itemid=67)

INAH y Museo de El Carmen (2010-2015). Museo de El Carmen: Recuperado de [www.elcarmen.inah.gob.mx](http://www.elcarmen.inah.gob.mx).

Inbound emotion (2015). Tendencias de diseño web 2015. Recuperado de [//sacapunatas.mx/agencia-de-marketing/blog/tendencias-de-diseno-web-2015-agencia-felicidad-mexico/](http://sacapunatas.mx/agencia-de-marketing/blog/tendencias-de-diseno-web-2015-agencia-felicidad-mexico/)

InVision (2016). InVision. Recuperado de [www.invisionapp.com/#tour](http://www.invisionapp.com/#tour)

Instagram (2016). About Us. The Team. [Acerca de nosotros. El equipo]. Recuperado de [www.instagram.com/about/us/](http://www.instagram.com/about/us/)

Lance Talent (diciembre 2015). 4 tendencias de diseño web para 2016. Recuperado de [www.lancetalent.com/blog/tendencias-de-diseno-web-para-2016/](http://www.lancetalent.com/blog/tendencias-de-diseno-web-para-2016/)

Lozada-Chávez, Irma (s/f). Divulgación científica. UNAM, Centro de Ciencias Genómicas. Recuperado de [www.divulgacion.ccg.unam.mx/panel/8/divulgaci%C3%B3n-cient%C3%ADfica](http://www.divulgacion.ccg.unam.mx/panel/8/divulgaci%C3%B3n-cient%C3%ADfica)

Meca (2015) Las 10 mejores tendencias de diseño web en el 2015. Recuperado de [www.meca.mx/las-10-mejores-tendencias-de-diseno-web-en-el-2015/](http://www.meca.mx/las-10-mejores-tendencias-de-diseno-web-en-el-2015/)

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España (s/a). Museo accesible. Recuperado de [www.meecd.gob.es/museosmassociales/que-hacemos/museo-accesible.html](http://www.meecd.gob.es/museosmassociales/que-hacemos/museo-accesible.html)

Museo de Arte Religioso (2016). Museo de santa Mónica. Recuperado de [santamonicapuebla.wix.com/inicio](http://santamonicapuebla.wix.com/inicio)

Museo de Guadalupe (2016) Museo de Guadalupe. Recuperado de [www.museodeguadalupe.inah.gob.mx](http://www.museodeguadalupe.inah.gob.mx)

Museo Nacional del Virreinato (2011). Museo Nacional del Virreinato. Recuperado de [www.virreinato.inah.gob.mx](http://www.virreinato.inah.gob.mx)

Museo Nacional del Virreinato (2015) Miguel Cabrera. Las tramas de la creación, INAH. Recuperado de [www.virreinato.inah.gob.mx/cabrera/](http://www.virreinato.inah.gob.mx/cabrera/)

Museo Nacional del Virreinato (2009) Guía infantil del Museo Nacional del Virreinato. Recuperado de [www.virreinato.inah.gob.mx/index.php?option=com\\_content&view=section&id=13&Itemid=129](http://www.virreinato.inah.gob.mx/index.php?option=com_content&view=section&id=13&Itemid=129)

Normas APA (2016). ¿Cómo hacer referencias y bibliografía en normas APA? Recuperado de [normasapa.com](http://normasapa.com).

Observatorio de la accesibilidad (2016). Definición de accesibilidad. Recuperado de <http://www.observatoriodelaaccesibilidad.es/accesibilidad/accesibilidad/definicion/>

Ramírez, Vania (febrero 2015) Códices de México. Recuperado de [www.codices.inah.gob.mx](http://www.codices.inah.gob.mx)

Real Academia de la Lengua Española (2016). Difundir. 23ª edición del Diccionario de la lengua española. Recuperado de [www.rae.es](http://www.rae.es)

Rodríguez, Cristina (2016). Tendencias en diseño web para 2016. 40 de Fiebre, blog de Social Mood. Recuperado de [www.40defiebre.com/tendencias-diseno-web-2016/](http://www.40defiebre.com/tendencias-diseno-web-2016/)

Sacapunatas (2016) Sacapunatas, agencia de marketing digital, inbound marketing y publicidad inteligente. Recuperado de [//sacapunatas.mx/ México](http://sacapunatas.mx/)

Secretaría de Turismo (2015). Glosario. Análisis Integral del Turismo. Recuperado de [www.datatur.beta.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx](http://www.datatur.beta.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx)

Secretaría de Turismo (2014). Turismo Cultural. Recuperado de [www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/](http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/)

Secretaría de Turismo (2016) Secretaría de turismo. Recuperado de [www.gob.mx/sectur/](http://www.gob.mx/sectur/)  
 UNESCO (2016). Acceso a la información. Recuperado de [www.unesco.org/new/es/communication-and-information/intergovernmental-programmes/information-for-all-programme-ifap/priorities/information-accessibility/](http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/intergovernmental-programmes/information-for-all-programme-ifap/priorities/information-accessibility/)

UNESCO (s/a). Las fiestas indígenas dedicadas a los muertos. Recuperado de <http://www.unesco.org/culture/ich/es/RL/00054>

UNESCO (s/a). Lista del Patrimonio Mundial. Recuperado de [//whc.unesco.org/es/list/](http://whc.unesco.org/es/list/)

UNESCO (s/a). Primeros monasterios del siglo XVI en las laderas del Popocatepetl. Recuperado de [//whc.unesco.org/es/list/702#top](http://whc.unesco.org/es/list/702#top)

Universidad del país Vasco (2016) Ayuda web. Recuperado de [www.ehu.eus/es/laguntza](http://www.ehu.eus/es/laguntza)

WhatsApp (2016). Cómo funciona. Estados Unidos. Recuperado de [www.whatsapp.com/?l=es](http://www.whatsapp.com/?l=es)

Web INAH y Lastra, Elda (2013). Tlaltecuhli. La devoradora de cadáveres. INAH. Recuperado de [www.inah.gob.mx/images/boletines/reportajes/20131111\\_tlaltecuhli/tlaltecuhli.swf](http://www.inah.gob.mx/images/boletines/reportajes/20131111_tlaltecuhli/tlaltecuhli.swf)

YouTube (2016). Acerca de YouTube. Google. Información. Recuperado de [www.youtube.com/yt/about/es/](http://www.youtube.com/yt/about/es/)

Xacur, Enrique (enero 2016). Principales tendencias de diseño web 2016. Qualium marketing digital. Recuperado de [qualium.mx/tendencias-de-diseno-web-2016/](http://qualium.mx/tendencias-de-diseno-web-2016/)

### Aplicaciones móviles

App4me (2016). Museo Paquimé (Versión 1.1) [Aplicación Móvil]. Descargado de: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.app4me.museopaquime&hl=es>

Digidust Corp (2014). Museo de los agustinos (Versión 2.0) [Aplicación Móvil]. Descargado de: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.digidust.museedesaugustins&hl=es>

Gezn Solutions (2013). Museo San Francisco (Versión 1.0.4) [Aplicación Móvil]. Descargado de: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ketanolab.museo.sanfrancisco&hl=es>

Ministerio de Cultura de Colombia (2014). Museos Colonial y Santa Clara (Versión 1.0.2) [Aplicación Móvil]. Descargado de: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.studio3d.museos.cyst&hl=es>

Waapp Media Lab (2015) Museo-Monasterio S.J. Abadeses (Versión 1.6.488) [Aplicación Móvil]. Descargado de: <https://play.google.com/store/apps/details?id=air.monestirAPPESP&hl=es>

### Cápsulas de video

Facebook [Facebook México]. (2015, agosto,28) ¿Qué son 1.000.000.000? [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.facebook.com/FacebookMexico/videos/vb.579237378798718/889939851061801>

INAH [INAHTV]. (2010, enero 14). 80 Aniversario del Museo de El Carmen [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=2c-RXdmo3Jl&list=PL2F2870BA2F77986A>

INAH [INAHTV]. (2009, marzo 31) Acolman, arquitectura de los Agustinos [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=3X9YAPImE3Q>

INAH [INAHTV]. (2011, agosto 30). Calpan y Huejotzingo [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=QzeVdTj2S5E>

Dirección de Medios de Comunicación del INAH y Museo Nacional del Virreinato [INAH TV] (2010, abril 22) Guía infantil del Museo Nacional del Virreinato. [Archivo de video]. Recuperado de [www.youtube.com/watch?v=\\_oZS8oPGAi0](https://www.youtube.com/watch?v=_oZS8oPGAi0)

INAH [INAH TV]. (2012, junio 22). Museo de arte religioso Santa Mónica [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=2u9QYfSjNMo>

INAH [INAH TV]. (2013, abril 26). Museo de El Carmen [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=fSVu7gKQDYk&list=PL2F2870BA2F77986A>

INAH [INAH TV]. (2009, julio 30). Museo Santa Mónica [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=h4lgBahiFVk>

INAH [INAH TV]. (2012, abril 17). Turismo Cultural, Museo de Santa Mónica, Ciudad de Puebla [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=mwbTnmyEFOI>

### **Conferencias, simposios y congresos en video**

INAH [INAH TV]. (2015, diciembre 3). Congreso de Patrimonio Cultural y Nuevas Tecnologías (30 ponencias) [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Qk75k8M9Dfo&list=PLrCDRHBAjg-SxaY-sUXeiHqh0LNtlaqd0g>

INAH [INAH TV]. (2015, mayo 25). La función educativa de los museos. Nuevas tecnologías para crear espacios de diálogo (5 sesiones) [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=OUTqHLsasts&list=PLrCDRHBAjg-SnORZGwKfGRz4gJajTw2XR&index=2>

INAH [INAH TV]. (2014, julio 10). Red Temática Tecnologías Digitales para la difusión del Patrimonio Cultural. Taller [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=DvkokE-BtA8>

INAH [INAH TV]. (2014, octubre 27). Simposio Internacional de Preservación Audiovisual y Digital (12 mesas) [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=OINzkRzY0n8&index=13&list=PLrCDRHBAjg-QONBKw2DUBWI5sssBY7kSj>

Solano, J [UC3M]. (2013, octubre 18). Diez claves para la difusión del patrimonio cultural mediante apps: identidad, participación y negocio. [Archivo de video]. Recuperado de [https://arcamm.uc3m.es/arcamm\\_3/item/show/5629e2442d9f1c359f89b3ca4d960097](https://arcamm.uc3m.es/arcamm_3/item/show/5629e2442d9f1c359f89b3ca4d960097)

### **Figuras**

#### Capítulo I

Figura 1.1. Lastra, E. (2015). Claustro del ex convento de Santa Mónica. [Fotografía]. Tomada en el Museo de Arte Religioso, Puebla, Puebla.

Figura 1.2. Lastra, E. (2015). Sala Cocina. [Fotografía]. Tomada en el Museo de Arte Religioso, Puebla, Puebla.

Figura 1.3. Museo de Arte Religioso (s/f). Mapa del recorrido de la planta baja. [Mapa]. Documento proporcionado por el Museo de Arte Religioso. Adaptado para esta tesis (numeración y enlistado de salas).

Figura 1.4. Museo de Arte Religioso (s/f). Mapa del recorrido de la planta alta. [Mapa]. Documento proporcionado por el Museo de Arte Religioso. Adaptado para esta tesis (numeración y enlistado de salas).

Figura 1.5. Lastra, E. (2015). Sala Despacho de la priora. [Fotografía]. Tomada en el Museo de Arte Religioso, Puebla, Puebla.

Figura 1.6. Lastra, E. (2015). Claustro del ex colegio de San Ángel Mártir. [Fotografía]. Tomada en el Museo de El Carmen, San Ángel, Ciudad de México.

Figura 1.7. Lastra E. (2016). Mapa del recorrido de la planta baja del Museo de El Carmen. [Mapa]. Basado en la vista satelital de Google Maps.

Figura 1.8. Lastra, E. (2016). Mapa del recorrido de la planta baja de El Carmen. [Mapa]. Basado en la vista satelital de Google Maps.

Figura 1.9. Lastra, E. (2016). Mapa del recorrido de la planta alta de El Carmen. [Mapa]. Basado en la vista satelital de Google Maps.

Figura 1.10. Lastra. E. (2015). Cripta y momias expuestas al público. [Fotografía]. Tomada en el Museo de El Carmen, San Ángel, Ciudad de México.

Figura 1.11. Lastra. E. (2015). Capilla doméstica. [Fotografía]. Tomada en el Museo de El Carmen, San Ángel, Ciudad de México.

Figura 1.12. Lastra, E. (2015). Atrio y fachada del ex convento de San Miguel Arcángel de Huejotzingo. [Fotografía]. Tomada en el Museo de la Museo de la Evangelización, Huejotzingo, Puebla.

Figura 1.13. s/a (2016). Mapa del recorrido de la planta baja del Museo de la Evangelización. [Mapa]. Recuperado de Artes de México (1986-1987). Adaptado para esta tesis (numeración y enlistado de salas).

Figura 1.14. s/a (2016). Mapa del recorrido de la planta alta del Museo de la Evangelización. [Mapa]. Recuperado de Artes de México (1986-1987). Adaptado para esta tesis (numeración y enlistado de salas).

Figura 1.15. Lastra, E. (2015). Claustro del ex convento de San Miguel de Huejotzingo. [Fotografía]. Tomada en el Museo de la Museo de la Evangelización, Huejotzingo, Puebla.

Figura 1.16. Lastra, E. (2015). Ex Colegio de Propaganda Fide de Nuestra Señora de Guadalupe, [Fotografía]. Tomada en el Museo de Guadalupe, Guadalupe, Zacatecas.

Figura 1.17. Lastra, E. (2015). Claustro del ex colegio de Propaganda Fide. [Fotografía]. Tomada en el Museo de Guadalupe, Guadalupe, Zacatecas.

Figura 1.18. Lastra, E. (2016). Mapa del recorrido de la planta baja del Museo de Guadalupe. [Mapa]. Basado en el mapa del Museo de Guadalupe y la vista satelital de Google Maps.

Figura 1.19. Lastra, E. (2016). Mapa del recorrido de la planta alta del Museo de Guadalupe. [Mapa]. Basado en el mapa del Museo de Guadalupe y la vista satelital de Google Maps.

Figura 1.20. Lastra, E. (2015). Escalera Regia. [Fotografía]. Tomada en el Museo de Guadalupe, Guadalupe, Zacatecas.

Figura 1.21. Lastra, E. (2015). Antiguo Templo de San Francisco Javier. [Fotografía]. Tomada en el Museo Nacional del Virreinato, Tepotzotlán, Estado de México.

Figura 1.22. Museo Nacional del Virreinato (s/f). Mapa del recorrido de la planta de acceso del Museo Nacional del Virreinato. [Mapa]. Recuperado de las cédulas del museo. Adaptado para esta tesis (numeración y enlistado de salas).

Figura 1.23. Museo Nacional del Virreinato (s/f). Mapa del recorrido de la planta baja del Museo Nacional del Virreinato. [Mapa]. Recuperado de las cédulas del museo. Adaptado para esta tesis (numeración y enlistado de salas).

Figura 1.24. Museo Nacional del Virreinato (s/f). Mapa del recorrido de la alta del Museo Nacional del Virreinato. [Mapa]. Recuperado de las cédulas del museo.

Figura 1.25. Lastra, E. (2015). Capilla domestica. [Fotografía]. Tomada en el Museo Nacional del Virreinato, Tepotzotlán, Estado de México.

Figura 1.26. Lastra, E. (2015). Ex convento de San Agustín. [Fotografía]. Tomada en el Museo Virreinal de Acolman, Acolman, Estado de México.

Figura 1.27. INAH (s/f). Mapa del recorrido de la planta baja del Museo Virreinal de Acolman. [Mapa]. Documento proporcionado por DFGHJK, jefa del museo. Adaptado para esta tesis (numeración y enlistado de salas).

Figura 1.28. INAH (s/f). Mapa del recorrido de la planta alta del Museo Virreinal de Acolman. [Mapa]. Documento proporcionado por DFGHJK, jefa del museo. Adaptado para esta tesis (numeración y enlistado de salas).

Figura 1.29. Lastra, E. (2015). Claustro mayor; planta alta. [Fotografía]. Tomada en el Museo Virreinal de Acolman, Acolman, Estado de México.

## Capítulo 2

Figuras 2.1 y 2.2. Museo de Arte Religioso (2015). Promocionales del museo. [Cartel]. Proporcionados por el museo.

Figuras 2.3 y 2.4. Museo de Arte Religioso (2015). Día de Muertos. [Cartel]. Proporcionados por el museo.

Figuras 2.5 y 2.6. Museo de Arte Religioso (2015). Actividades de Semana Santa. [Cartel]. Proporcionados por el museo.

Figura 2.7. Museo de Arte Religioso (2015). Taller de máscaras. [Cartel]. Proporcionados por el museo.

Figura 2.8. Museo de Arte Religioso (2015). Taller de catrinas. [Cartel]. Proporcionados por el museo.

Figuras 2.9. y 2.10. Museo de El Carmen (2015). Seminario anual del museo. [Cartel]. Recuperado de @MuseoDeElCarmen

Figuras 2.11 y 2.12. Museo de El Carmen (2015). Noche de museos. [Cartel]. Recuperado de @MuseoDeElCarmen

Figura 2.13. Museo de El Carmen (). Jueves de Tertulias. [Cartel]. Recuperado de @MuseoDeElCarmen

Figuras 2.14 y 2.15. Feria de las flores. [Cartel]. Recuperado de @MuseoDeElCarmen

Figura 2.16. A través de las miradas ineludibles. [Cartel].

Figuras 2.17 y 2.18. Museo de Guadalupe (2015). Efemérides. [Cartel]. Recuperado de @museo.guadalupe

Figuras 2.19 y 2.20. Museo de Guadalupe (2014). Efemérides. [Cartel]. Recuperado de @museo.guadalupe

Figuras 2.21 y 2.22. Museo de Guadalupe (2015). Presentación del libro Vocabulario eclesiástico novohispano. [Cartel]. Recuperado de @museo.guadalupe

Figura 2.23. Museo de Guadalupe (2015). Día del amor y la amistad. [Cartel]. Recuperado de @museo.guadalupe

Figura 2.24. Museo de Guadalupe (2015). Día internacional de la mujer. [Cartel]. Recuperado de @museo.guadalupe

Figura 2.25. Museo de Guadalupe (2015). Promocional de la biblioteca del museo. [Cartel]. Recuperado de @museo.guadalupe

Figura 2.26. Museo de Guadalupe (2015). Festival barroco. [Cartel]. Recuperado de @museo.guadalupe

Figuras 2.27 y 2.28. Museo de Guadalupe (2015). Molinos novohispanos. [Cartel]. Recuperado de @museo.guadalupe

Figuras 2.29 y 2.30. Museo Nacional del Virreinato (2015). Actividades mensuales. [Cartel]. Recuperado de @virreinato

Figuras 2.31 y 2.32. Museo Nacional del Virreinato (2015). Actividades de la exposición Miguel Cabrera. [Cartel]. Recuperado de @virreinato

Figuras 2.33 y 2.34. Museo Nacional del Virreinato (2015). Festival de música Antigua. [Cartel]. Recuperado de @virreinato

Figura 2.35. Museo Nacional del Virreinato (2015). Imagen en 3D del ex colegio de San Francisco Javier. [Cartel]. Recuperado de @virreinato

Figura 2.36. Museo Virreinal de Acolman (2015). Altar de Dolores de 2015. [Cartel]. Proporcionado por el museo.

Figura 2.37. Museo Virreinal de Acolman (2016). Altar de Dolores de 2016. [Cartel]. Proporcionado por el museo.

Figuras 2.38 y 2.39. Museo Virreinal de Acolman (2015). Visitas nocturnas. [Cartel]. Proporcionados por el museo.

Figuras 2.40 y 2.41. Museo Virreinal de Acolman (2015). Ángeles inmaculistas. [Cartel]. Proporcionados por el museo.

Figura 2.42. Museo Virreinal de Acolman (2015). Actividades mensuales. [Cartel]. Proporcionados por el museo.

Figura 2.43. Museo Virreinal de Acolman (2015). El camino de San Agustín. [Cartel]. Proporcionado por el museo.

Figura 2.44. Coordinación Nacional de Difusión (2000). Mini guía del Museo de El Carmen. [Imagen]. Adquirida en librería Educal.

Figura 2.45. Coordinación Nacional de Difusión (2009). Mini guía del exconvento franciscano de San Miguel Huejotzingo. [Imagen]. Adquirida en librería Educal.

Figura 2.46. INAH y Museo de Arte Religioso (sf). Folleto del Museo de Arte Religioso. [Imagen]. Adquirido en el Museo de Arte Religioso.

Figura 2.47. Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones (2012). Guía del Museo de Arte Religioso. [Imagen]. Adquirida en el Museo de Arte Religioso.

Figura 2.48. Museo de El Carmen (2015). Folleto del Museo de El Carmen. [Imagen]. Proporcionado en el museo.

Figuras 2.49 y 2.50. Centro INAH Puebla y Centro INAH Morelos (sf). Folleto del Museo de la Evangelización. [Imagen]. Proporcionado en museo.

Figuras 2.51. Centro INAH Puebla (2013). Folleto del Museo de la Evangelización. [Imagen]. Proporcionado en museo.

Figura 2.52. Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones (2014). Guía del Museo de Guadalupe. [Imagen]. Adquirida en el Museo de Arte Religioso.

Figura 2.53. Museo Nacional del Virreinato (2011). Guía del Museo Nacional del Virreinato. [Imagen]. Proporcionado en el museo.

Figura 2.54. Museo Virreinal de Acolman (sf). Separador del Museo Virreinal de Acolman. [Imagen]. Proporcionado en el museo.

Figura 2.55. Museo de Arte Religioso (). Mapa del recorrido de la planta baja. [Mapa]. Documento proporcionado por el Museo de Arte Religioso.

Figura 2.56. Museo de Guadalupe (s/f). Mapa del recorrido de la planta alta del Museo de Guadalupe. [Mapa]. Recuperado de las cédulas del museo.

Figura 2.57. Museo Nacional del Virreinato (). Mapa del recorrido de la planta de acceso del Museo Nacional del Virreinato. [Mapa]. Recuperado de las cédulas del museo.

Figura 2.58. Figura 75. INAH (s/f). Mapa del recorrido de la planta baja del Museo Virreinal de Acolman. [Mapa]. Documento proporcionado por el museo.

Figura 2.59. Museo de Guadalupe (s/f). Gualupina. [Imagen]. Recuperada de [www.museodeguadalupe.inah.gob.mx/](http://www.museodeguadalupe.inah.gob.mx/)

Figura 2.60. Museo de Guadalupe (s/f). Barquín. [Imagen]. Recuperado de [www.museodeguadalupe.inah.gob.mx/](http://www.museodeguadalupe.inah.gob.mx/)

Figura 2.61. Museo Nacional del Virreinato (s/f). Julio. [Imagen]. Recuperada de [//virreinato.inah.gob.mx/](http://virreinato.inah.gob.mx/)

### Capítulo 3

Figura 3.1. Lastra, E. (2015). Visitantes en familia en el Museo de Arte Religioso. [Fotografía]. Tomada del Museo de Arte Religioso, Puebla, Puebla.

Figura 3.2. INAH (2016). Sitio web del INAH. [Captura de pantalla]. Recuperado de [www.inah.gob.mx](http://www.inah.gob.mx)

Figura 3.3. INAH (2016). Diseño responsive del sitio web del INAH. [Captura de pantalla]. Recuperado de [www.inah.gob.mx](http://www.inah.gob.mx)

Figura 3.4. INAH (2016). Tipografía como recurso gráfico. [Captura de pantalla]. Recuperado de [www.inah.gob.mx](http://www.inah.gob.mx)

Figura 3.5. INAH (2015). Micrositio Códices de México. [Captura de pantalla]. Recuperado de [//codices.inah.gob.mx](http://codices.inah.gob.mx)

Figura 3.6. INAH (s/f). Menú hamburguesa. [Captura de pantalla]. Recuperado de [www.inah.gob.mx](http://www.inah.gob.mx)

Figura 3.7. INAH (2014). Micrositio Historia en piedra. [Captura de pantalla]. Recuperado de [www.inah.gob.mx](http://www.inah.gob.mx)

Figura 3.8. Dirección de Medios de Comunicación del INAH (2014). Reportaje interactivo de Tlaltecuhli. [Captura de pantalla]. Recuperado de [www.inah.gob.mx/es/reportajes/579-tlaltecuhli-la-devoradora-de-cadaveres](http://www.inah.gob.mx/es/reportajes/579-tlaltecuhli-la-devoradora-de-cadaveres)

Figura 3.9. INAH (2011). Sitio web del Museo Nacional del Virreinato. [Captura de pantalla]. Recuperado de //virreinato.inah.gob.mx/

Figura 3.10. INAH (2016). Sitio web del INAH. [Captura de pantalla]. Recuperado de www.inah.gob.mx

Figura 3.11. INAH (2014). Sitio web del Museo de El Carmen. [Captura de pantalla]. Recuperado de //elcarmen.inah.gob.mx/

Figura 3.12. INAH (2014). Sitio web del Museo de El Carmen. [Captura de pantalla]. Recuperado de www.museodeelcarmen.gob.mx

Figura 3.13. Museo de Arte Religioso (2016). Blog del Museo de Arte Religioso. [Captura de pantalla]. Recuperado de //santamonicapuebla.wixsite.com/inicio

Figura 3.14. INAH (2016). Sitio web del Museo de Guadalupe. [Captura de pantalla]. Recuperado de www.museodeguadalupe.inah.gob.mx/

Figura 3.15. INAH (2011). Sitio web del Museo Nacional del Virreinato. [Captura de pantalla]. Recuperado de //virreinato.inah.gob.mx/

Figura 3.16. INAH (s/f). Paseo virtual Museo de Arte Religioso [Captura de pantalla]. Recuperado de www.inah.gob.mx/paseos/museosantamonica/tour.html

Figura 3.17. INAH (s/f). Paseo virtual Museo de El Carmen. [Captura de pantalla]. Recuperado de www.inah.gob.mx/paseos/carmen/

Figura 3.18. INAH (s/f). Paseo virtual Museo de Guadalupe. [Captura de pantalla]. Recuperado de www.inah.gob.mx/paseos/museoguadalupe/

Figura 3.19. INAH (2010). Paseo virtual Museo Nacional del Virreinato. [Captura de pantalla]. Recuperado de www.inah.gob.mx/paseos/virreinato/

Figura 3.20. INAH (s/f). Paseo virtual Museo de Acolman. [Captura de pantalla]. Recuperado de www.inah.gob.mx/paseos/exacolman/

#### Capítulo 4

Figura 4.1. Lastra, E. (2016). Wireframes del Home del sitio web. [Prototipo en papel].

Figura 4.2. Lastra, E. (2016). Wireframe de la página del Museo de Guadalupe. [Prototipo en papel].

Figura 4.3. Lastra, E. (2016). Prototipo en papel de la portada del Home. [Prototipo en papel].

Figura 4.4. Lastra, E. (2016). Prototipo en papel de la sección salas del museo. [Prototipo en papel].

Figura 4.5. Lastra, E. (2016). Mapa del recorrido del Museo de El Carmen, planta baja. [Mapa].

Figura 4.6. s/a (2016). Mapa del recorrido de la planta baja del Museo de la Evangelización. [Mapa]. Recuperado de Artes de México (1986-1987). Adaptado para esta tesis (numeración y enlistado de salas).

Figura 4.7. Lastra, E. (2016). Mapa del Museo de Guadalupe, planta alta. [Mapa]. Basado en el mapa del Museo de Guadalupe y la vista satelital de Google Maps.

Figura 4.8. Lastra, E. (2016). Home del sitio web de Museos de arte sacro. [Imagen].

Figura 4.9. In Vision y Lastra, E. (2016). Creación del prototipo del sitio web a través del programa online InVision. [Captura de pantalla].

Figura 4.10. Lastra, E. (2016). Sitio web de los Museos de arte sacro (vista general). [Imagen].

Figura 4.11. Lastra, E. (2016). Sitio web de los Museos de arte sacro (acercamiento). [Imagen].

Figura 4.12. Lastra, E. (2016). Página del Museo de Arte Religioso. [Imagen].

Figura 4.13. Lastra, E. (2016). Sección Historia de la página del Museo de Arte Religioso. [Imagen].

Figura 4.14. Lastra, E. (2016). Página del Museo de El Carmen. [Imagen].

Figura 4.15. Lastra, E. (2016). Sección Dato interesante de la página del Museo de El Carmen. [Imagen].

Figura 4.16. Lastra, E. (2016). Página del Museo de la Evangelización. [Imagen].

Figura 4.17. Lastra, E. (2016). Sección Información de la página del Museo de la Evangelización. [Imagen].

Figura 4.18. Lastra, E. (2016). Página del Museo de Guadalupe. [Imagen].

Figura 4.19. Lastra, E. (2016). Sección Recorrido de la página del Museo de Guadalupe. [Imagen].

Figura 4.20. Lastra, E. (2016). Página del Museo Nacional del Virreinato. [Imagen].

Figura 4.21. Lastra, E. (2016). Sección Salas del museo de la página del Museo Nacional del Virreinato. [Imagen].

Figura 4.22. Lastra, E. (2016). Página del Museo Virreinal de Acolman. [Imagen].

Figura 4.23. Lastra, E. (2016). Sección Información de la página del Museo Virreinal de Acolman. [Imagen].

Figura 4.24. Lastra, E. (2016). Portada de la app. [Prototipo en papel].

Figura 4.25. Lastra, E. (2016). Menú principal de la aplicación móvil [Prototipo en papel].

Figura 4.26. Lastra, E. (2016). Menú de museo. [Prototipo en papel].

Figura 4.27. Lastra, E. (2016). Menú de sección Historia. [Prototipo en papel].

Figura 4.28. Lastra, E. (2016). Menú de Recorrido. [Prototipo en papel].

Figura 4.29. Lastra, E. (2016). Menú de Galería. [Prototipo en papel].

Figuras 4.30 y 4.31. Lastra, E. (2016). Listado de salas y mapa del recorrido de la planta baja. [Imagen].

Figura 4.32. Lastra, E. (2016). Menú principal de la aplicación móvil. [Imagen].

Figura 4.33. In Vision y Lastra, E. (2016). Creación del prototipo de la aplicación móvil. [Captura de pantalla].

Figura 4.34. In Vision y Lastra, E. (2016). Edición de la navegación entre pantallas. [Captura de pantalla].

Figura 4.35. Lastra, E. (2016). Visualización del prototipo de la aplicación móvil el Museo de El Carmen. [Imagen].

Figura 4.36. Lastra, E. (2016). Portada. [Imagen].

Figura 4.37. Lastra, E. (2016). Home de la app. [Imagen].

Figura 4.38. Lastra, E. (2016). Sección Museo. [Imagen].

Figura 4.39, 4.40 y 4.41. Lastra, E. (2016). Sección Historia. [Imagen].

Figura 4.42, 4.43 y 4.44. Lastra, E. (2016). Sección Recorrido. [Imagen].

Figuras 4.45 y 4.46. Lastra, E. (2016). Sección Galería. [Imagen].

Figuras 4.47. Lastra, E. (2016). Sección Museos de arte sacro. [Imagen].

Figuras 4.48. Lastra, E. (2016). Sección Información. [Imagen].

# Índice de figuras

*Visitar un museo de arte sacro ubicado en ex convento  
es un placer visual y sensorial que incluye la contemplación,  
admiración y el riesgo de perderse en el tiempo y espacio,  
porque los pasillos te llevan al mismo punto,  
los minutos no transcurren y en momentos pareciera  
que eres la única persona dentro del inmueble de tan grande que es.*





## Capítulo I

Figura I.1. Claustro del ex convento de Santa Mónica (Elaboración propia, 2015).....	29
Figura I.2. Sala Cocina. (Elaboración propia, 2015).....	30
Figura I.3. Mapa del recorrido de la planta baja. (Museo de Arte Religioso, s/f).....	31
Figura I.4. Mapa del recorrido de la planta alta. (Museo de Arte Religioso, s/f).....	32
Figura I.5. Sala Despacho de la priora. (Elaboración propia, 2015).....	33
Figura I.6. Patio de profesas. (Elaboración propia, 2015).....	34
Figura I.7. Claustro del ex colegio de San Ángelo Mártir. (Elaboración propia, 2015).....	35
Figura I.8. Mapa del recorrido de la planta baja del Museo de El Carmen. (Elaboración propia, 2016).....	36
Figura I.9. Mapa del recorrido de la planta alta del Museo de El Carmen. (Elaboración propia, 2016).....	37
Figura I.10. Cripta y momias expuestas al público. (Elaboración propia, 2015).....	38
Figura I.11. Capilla doméstica. (Elaboración propia, 2015).....	39
Figura I.12. Atrio y fachada del ex convento de San Miguel Arcángel de Huejotzingo. (Elaboración propia, 2015)....	40
Figura I.13. Mapa del recorrido de la planta baja del Museo de la Evangelización. ((s/a, 1986-1987)).....	41
Figura I.14. Mapa del recorrido de la planta alta del Museo de la Evangelización. (s/a, 1986-1987).....	42
Figura I.15. Claustro del ex convento de San Miguel de Huejotzingo. (Elaboración propia, 2015).....	43
Figura I.16. Ex Colegio de Propaganda Fide de Nuestra Señora de Guadalupe, (Elaboración propia, 2015).....	44
Figura I.17. Claustro del ex colegio de Propaganda Fide. (Elaboración propia, 2015).....	45
Figura I.18. Mapa del recorrido de la planta baja del Museo de Guadalupe. (Elaboración propia, 2016).....	46
Figura I.19. Mapa del recorrido de la planta alta del Museo de Guadalupe. (Elaboración propia, 2016).....	47
Figura I.20. Escalera Regia. (Elaboración propia, 2015).....	48
Figura I.21. Antiguo Templo de San Francisco Javier. (Elaboración propia, 2015).....	49
Figura I.22. Mapa del recorrido de la planta de acceso del Museo Nacional del Virreinato. (Museo Nacional del Virreinato, s/f).....	50
Figura I.23. Mapa del recorrido de la planta baja del Museo Nacional del Virreinato. (Museo Nacional del Virreinato, s/f).....	51
Figura I.24. Mapa del recorrido de la planta alta del Museo Nacional del Virreinato. (Museo Nacional del Virreinato, s/f).....	52

Figura 1.25. Capilla doméstica. (Elaboración propia, 2015).....	53
Figura 1.26. Ex convento de San Agustín. (Elaboración propia, 2015).....	54
Figura 1.27. Mapa del recorrido de la planta baja del Museo Virreinal de Acolman. (INAH, s/f).....	55
Figura 1.28. Mapa del recorrido de la planta alta del Museo Virreinal de Acolman. (INAH, s/f).....	56
Figura 1.29. Claustro mayor, planta alta. (Elaboración propia, 2015).....	57

## Capítulo 2

Figuras 2.1 y 2.2. Promocionales del museo. (Museo de Arte Religioso, 2015).....	74
Figuras 2.3 y 2.4. Día de Muertos. (Museo de Arte Religioso, 2015).....	75
Figuras 2.5 y 2.6. Actividades de Semana Santa. (Museo de Arte Religioso, 2015).....	75
Figura 2.7. Taller de mascararas. (Museo de Arte Religioso, 2015).....	76
Figura 2.8. Taller de catrinas. (Museo de Arte Religioso, 2015).....	76
Figuras 2.9 y 2.10. Seminario anual del museo. (Museo de El Carmen, 2015).....	78
Figuras 2.11 y 2.12. Carteles de Noche de Museos. (Museo de El Carmen, 2015).....	78
Figuras 2.13. Jueves de Tertulias. (Museo de El Carmen, 2015).....	79
Figuras 2.14 y 2.15. Feria de las flores. (Museo de El Carmen, 2015).....	79
Figura 2.16. A través de las miradas ineludibles. (s/a, 2015).....	81
Figuras 2.17 y 2.18. Efemérides. (Museo de Guadalupe, 2015).....	82
Figuras 2.19 y 2.20. Efemérides. (Museo de Guadalupe, 2014).....	82
Figuras 2.21 y 2.22. Presentación del libro Vocabulario eclesiástico novohispano. (Museo de Guadalupe, 2015).....	83
Figura 2.23. Día del amor y la amigas. (Museo de Guadalupe, 2015).....	83
Figura 2.24. Día internacional de la mujer. (Museo de Guadalupe, 2015).....	83
Figura 2.25. Promocional de la biblioteca del museo. (Museo de Guadalupe, 2015).....	84
Figura 2.26. Festival barroco. (Museo de Guadalupe, 2015).....	84
Figuras 2.27 y 2.28. Molinos novohispanos. (Museo de Guadalupe, 2015).....	84
Figuras 2.29 y 2.30. Actividades mensuales. (Museo Nacional del Virreinato, 2015).....	86

Figuras 2.31 y 2.32. Actividades de la exposición Miguel Cabrera. (Museo Nacional del Virreinato, 2015).....	87
Figuras 2.33 y 2.34. Festival de música Antigua. (Museo Nacional del Virreinato, 2015).....	87
Figura 2.35. Imagen en 3D del ex colegio de San Francisco Javier. (Museo Nacional del Virreinato, 2015).....	88
Figuras 2.36. Altar de Dolores de 2015. (Museo Virreinal de Acolman, 2015).....	90
Figura 2.37. Altar de Dolores de 2016. (Museo Virreinal de Acolman, 2016).....	90
Figuras 2.38 y 2.39. Visitas nocturnas. (Museo Virreinal de Acolman, 2015).....	90
Figuras 2.40 y 2.41. Ángeles inmaculistas. (Museo Virreinal de Acolman, 2015).....	91
Figura 2.42. Actividades mensuales. (Museo Virreinal de Acolman, 2015).....	91
Figura 2.43. El camino de San Agustín. (Museo Virreinal de Acolman, 2015).....	91
Figura 2.44. Mini guía del Museo de El Carmen. (Coordinación Nacional de Difusión, 2000).....	94
Figura 2.45. Mini guía del exconvento franciscano de San Miguel Huejotzingo. (Coordinación Nacional de Difusión, 2009).....	94
Figura 2.46. Folleto del Museo de Arte Religioso. (INAH y Museo de Arte Religioso, sf).....	97
Figura 2.47. Guía del Museo de Arte Religioso. (Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones, 2012).....	99
Figura 2.48. Folleto del Museo de El Carmen. (Museo de El Carmen, 2015).....	101
Figura 2.49 y 2.50. Folleto del Museo de la Evangelización. (Centro INAH Puebla y Centro INAH Morelos, sf).....	103
Figura 2.51. Folleto del Museo de la Evangelización. (Centro INAH Puebla, 2013).....	105
Figura 2.52. Guía del Museo de Guadalupe. (Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones, 2014).....	107
Figura 2.53. Guía del Museo Nacional del Virreinato. (Museo Nacional del Virreinato, 2011).....	109
Figura 2.54. Separador del Museo Virreinal de Acolman. (Museo Virreinal de Acolman, sf).....	111
Figura 2.55. Mapa del recorrido de la planta baja. (Museo de Arte Religioso, s/f).....	113
Figura 2.56. Mapa del recorrido de la planta baja del Museo de Guadalupe. (Museo de Guadalupe, s/f).....	114
Figura 2.57. Mapa del recorrido de la planta de acceso del Museo Nacional del Virreinato. (Museo Nacional del Virreinato, s/f).....	115
Figura 2.58. Mapa del recorrido de la planta baja del Museo Virreinal de Acolman. (INAH, s/f).....	115
Figura 2.59. Gualupina. (Museo de Guadalupe, s/f).....	116
Figura 2.60. Barquín. (Museo de Guadalupe, s/f).....	116

Figura 2.61. Julio. (Museo Nacional del Virreinato, s/f).....	117
---	-----

### Capítulo 3

Figura 3.1. Visitantes en familia en el Museo de Arte Religioso. (Elaboración propia, 2015).....	126
Figura 3.2. Sitio web del INAH. (INAH, 2016).....	142
Figura 3.3. Diseño responsive del sitio web del INAH. (INAH, 2016).....	142
Figura 3.4. Tipografía como recurso gráfico. (INAH, 2016).....	143
Figura 3.5. Micrositio Códices de México. (INAH, 2015).....	143
Figura 3.6. Menú hamburguesa. (INAH, 2016).....	144
Figura 3.7. Micrositio Historia en piedra. (INAH, 2014).....	144
Figura 3.8. Reportaje interactivo de Tlaltecuhтли. (Dirección de Medios de Comunicación del INAH, 2014).....	145
Figura 3.9. Sitio web del Museo Nacional del Virreinato. (Museo Nacional del Virreinato, 2011).....	145
Figura 3.10. Sitio web del INAH. (INAH, 2016).....	146
Figura 3.11. Sitio web del Museo de El Carmen. (Museo de El Carmen 2014).....	148
Figura 3.12. Sitio web del Museo de El Carmen. (Museo de El Carmen 2014).....	149
Figura 3.13. Blog del Museo de Arte Religioso. (Museo de Arte Religioso, 2016).....	150
Figura 3.14. Sitio web del Museo de Guadalupe. (Museo de Guadalupe, 2016).....	151
Figura 3.15. Sitio web del Museo Nacional del Virreinato. (INAH, 2011).....	152
Figura 3.16. Paseo virtual Museo de Arte Religioso. (INAH, s/f).....	154
Figura 3.17. Paseo virtual Museo de El Carmen. (INAH, s/f).....	155
Figura 3.18. Paseo virtual Museo de Guadalupe. (INAH, s/f).....	157
Figura 3.19. Paseo virtual Museo Nacional del Virreinato. (INAH, 2010).....	158
Figura 3.20. Paseo virtual Museo de Acolman. (INAH, s/f).....	159

### Capítulo 4

Figura 4.1. Wireframes del Home del sitio web. (Elaboración propia, 2016).....	180
Figura 4.2. Wireframe de la página del Museo de Guadalupe. (Elaboración propia, 2016).....	181

Figura 4.3. Prototipo en papel de la portada del Home. (Elaboración propia, 2016).....	180
Figura 4.4. Prototipo en papel de la sección salas del museo. (Elaboración propia, 2016).....	181
Figura 4.5. Mapa del recorrido del Museo de El Carmen, planta baja. (Elaboración propia, 2016).....	185
Figura 4.6. Mapa del recorrido de la planta baja del Museo de la Evangelización. (s/a, 1986-1987).....	186
Figura 4.7. Mapa del Museo de Guadalupe, planta alta. (Elaboración propia, 2016).....	186
Figura 4.8. Home del sitio web de Museos de arte sacro. (Elaboración propia, 2016).....	187
Figura 4.9. Creación del prototipo del sitio web a través del programa online InVision. (InVision y lastra, 2016).....	189
Figura 4.10. Sitio web de los Museos de arte sacro (vista general). (Elaboración propia, 2016).....	190
Figura 4.11. Sitio web de los Museos de arte sacro (acercamiento). (Elaboración propia, 2016).....	191
Figura 4.12. Página del Museo de Arte Religioso. (Elaboración propia, 2016).....	192
Figura 4.13. Sección Historia de la página del Museo de Arte Religioso. (Elaboración propia, 2016).....	193
Figura 4.14. Página del Museo de El Carmen. (Elaboración propia, 2016).....	194
Figura 4.15. Sección Dato interesante de la página del Museo de El Carmen. (Elaboración propia, 2016).....	195
Figura 4.16. Página del Museo de la Evangelización. (Elaboración propia, 2016).....	196
Figura 4.17. Sección Información de la página del Museo de la evangelización. (Elaboración propia, 2016).....	197
Figura 4.18. Página del Museo de Guadalupe. (Elaboración propia, 2016).....	198
Figura 4.19. Sección Recorrido de la página del Museo de Guadalupe. (Elaboración propia, 2016).....	199
Figura 4.20. Página del Museo Nacional del Virreinato. (Elaboración propia, 2016).....	200
Figura 4.21. Sección Salas del museo de la página del Museo Nacional del Virreinato. (Elaboración propia, 2016)..	201
Figura 4.22. Página del Museo Virreinal de Acolman. (Elaboración propia, 2016).....	202
Figura 4.23. Sección Información de la página del Museo Virreinal de Acolman. (Elaboración propia, 2016).....	203
Figura 4.24. Portada de la app. (Elaboración propia, 2016).....	211
Figura 4.25. Menú principal de la aplicación móvil. (Elaboración propia, 2016).....	211
Figura 4.26. Menú de museo. (Elaboración propia, 2016).....	211
Figura 4.27. Menú de la sección de Historia. (Elaboración propia, 2016).....	211
Figura 4.28. Menú de Recorrido. (Elaboración propia, 2016).....	211

Figura 4.29. Menú de la Galería. (Elaboración propia, 2016).....	211
Figuras 4.30 y 4.31. Listado de salas y mapa del recorrido de la planta baja. (Elaboración propia, 2016).....	214
Figura 4.32. Menú principal de la aplicación móvil. (Elaboración propia, 2016).....	215
Figura 4.33. Creación del prototipo de la aplicación móvil. (InVision y Lastra, 2016).....	216
Figura 4.34. Edición de la navegación entre pantallas. (InVision y Lastra, 2016).....	217
Figura 4.35. Visualización del prototipo de la aplicación móvil el Museo de El Carmen. (Elaboración propia, 2016).....	217
Figura 4.36. Portada. (Elaboración propia, 2016).....	218
Figura 4.37. Home de la app. (Elaboración propia, 2016).....	218
Figura 4.38. Sección Museo. (Elaboración propia, 2016).....	218
Figuras 4.39, 4.40 y 4.41. Sección Historia. (Elaboración propia, 2016).....	219
Figura 4.42, 4.43 y 4.44. Sección Recorrido. (Elaboración propia, 2016).....	220
Figuras 4.45 y 4.46. Sección Galería. (Elaboración propia, 2016).....	221
Figuras 4.47. Sección Museos de arte sacro. (Elaboración propia, 2016).....	221
Figuras 4.48. Sección Información de la app. (Elaboración propia, 2016).....	222