

35  
21

# *Diseño del folleto Informativo para el Museo Diego Rivera, Anahuacalli*

Tesis que para obtener el título de:  
*Licenciada en Diseño Gráfico*

Presenta  
*Graciela González Pérez*

Directora de Tesis:  
*Lic. Olga América Duarte Hernández*

Asesor de Tesis:  
*Lic. José Ramón García Noriega*



Universidad Nacional Autónoma de México

Escuela Nacional de Artes Plásticas

México, D.F., 1998

10

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

262899

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS  
XOCHIMILCO, D.F.



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# Indice

*Introducción* .....5

*Capítulo I El Diseño Editorial como apoyo gráfico de difusión.* .....7

- 1.1. Diseño Gráfico.
- 1.2. Diseño Editorial.
- 1.3. Medios impresos.
  - 1.3.1 Antecedentes del folleto.
  - 1.3.2 Folleto.
  - 1.3.3 Soportes y herramientas.
- 1.4 Ilustración.
- 1.5 Fotografía.
- 1.6 Ilustración Fotográfica.

*Capítulo II Museo, espacio cultural.* .....37

- 2.1 Antecedentes del museo.
  - 2.2 El museo a fines del siglo XX.
  - 2.3 Tipologías museográficas.
    - 2.3.1 Tipología arquitectónica.
    - 2.3.2 Tipología museográfica según la disciplina que desarrolla.
    - 2.3.3 Tipología museográfica dependiendo del tipo de objetos que se exhiben.
    - 2.3.4 Tipología museográfica según la propiedad.
  - 2.4 Público.
    - 2.4.1 Tipos de público.
    - 2.4.2 Tipología de los visitantes.
-

**Capítulo III Museo Diego Rivera, Anahuacalli. ....59**

- 3.1 Diego Rivera, 1886 - 1957.
- 3.2 Museo Diego Rivera.
  - 3.2.1 El Anahuacalli un « Clásico Mexicano ».
  - 3.2.2 Anahuacalli «La Casa sobre tierra entre dos mares».
  - 3.2.3 Construcción del Museo Diego Rivera.
  - 3.2.4 Fideicomiso Museo Diego Rivera, Anahuacalli.
- 3.3 Perfil del público.

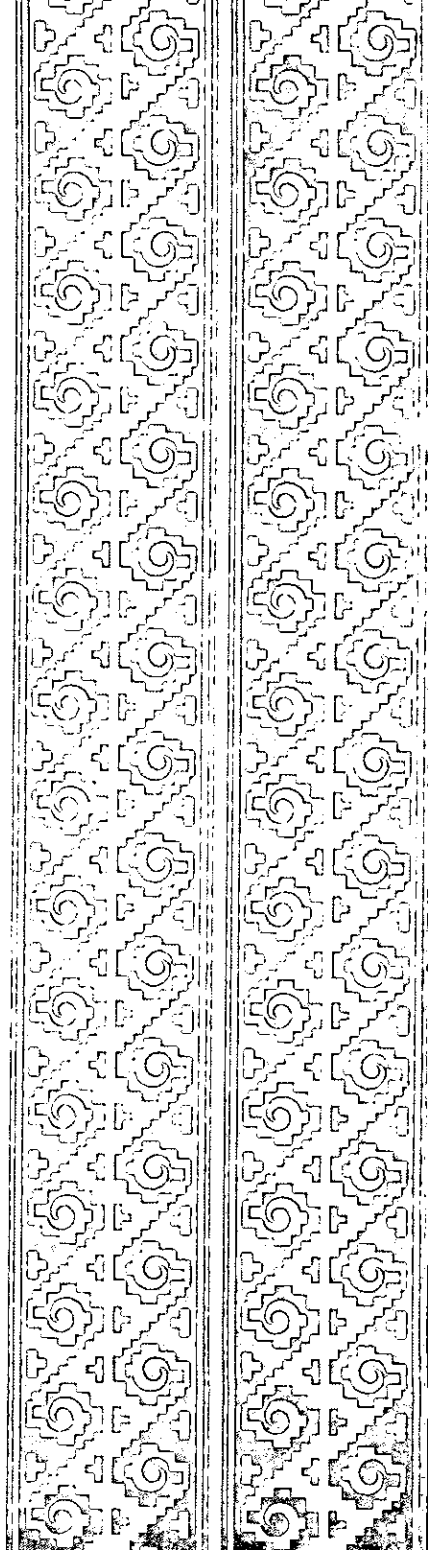
**Capítulo IV Propuesta Gráfica. ....75**

- 4.1. Metodología de Diseño.
- 4.2. Etapa de Estudio
- 4.3. Etapa de Proyección.
- 4.4. Etapa de Realización.

**Conclusiones**

**Bibliografía**

---





# *Introducción*

*El* Museo Diego Rivera, es un espacio cultural muy importante para la nación mexicana, ya que alberga una gran cantidad de objetos pertenecientes a las grandes culturas que en el país se desarrollaron, y que forman parte de nuestros antepasados, todas estas piezas prehispánicas son parte de la colección personal que el gran artista mexicano Diego Rivera legó a la nación y sin embargo no cuenta con los medios que apoyen su difusión.

El objetivo principal de este proyecto es lograr mediante el apoyo de los diferentes soportes gráficos, la difusión del museo a los diferentes públicos de la sociedad mexicana, es decir, tanto a menores escolares, como a los adultos y a los visitantes extranjeros, ya que el citado museo no cuenta con estas posibilidades de difusión por consiguiente es poco conocido.

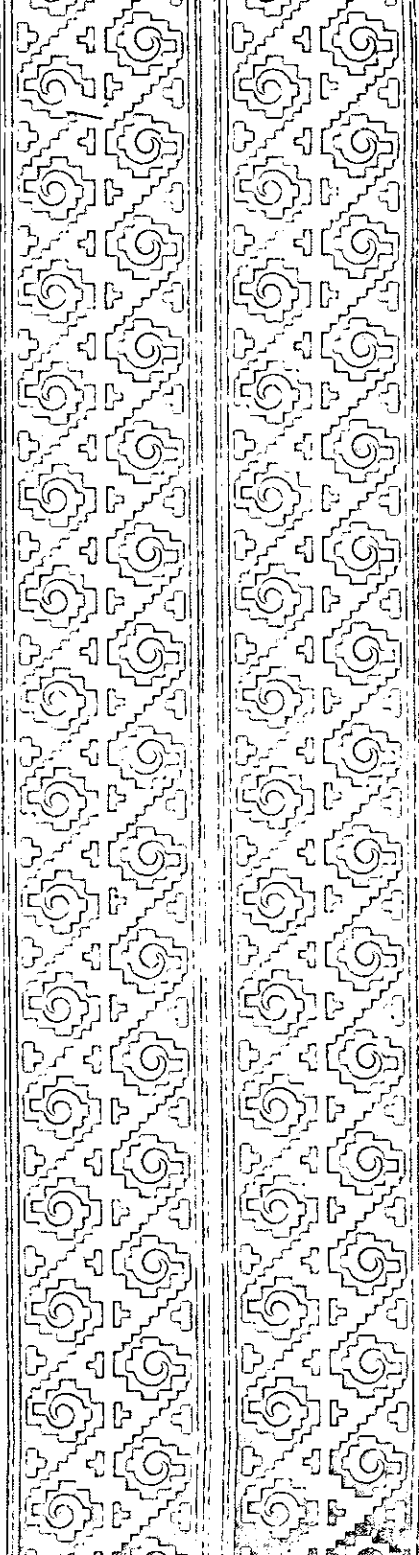
El material gráfico de difusión de este museo es casi nulo, ya que sólo dispone de un folleto, fotocopiado, que presenta a grandes rasgos una mínima parte de lo que en realidad es este gran recinto cultural. Por tal motivo surgió la idea de aplicar los conocimientos del Diseño Gráfico en la elaboración de material gráfico que apoye este aspecto, dicho soporte gráfico es el folleto informativo, en el que se incluye información escrita y visual, que puede dar a conocer el Museo Diego Rivera, así como las maravillosas piezas prehispánicas que en él se albergan.

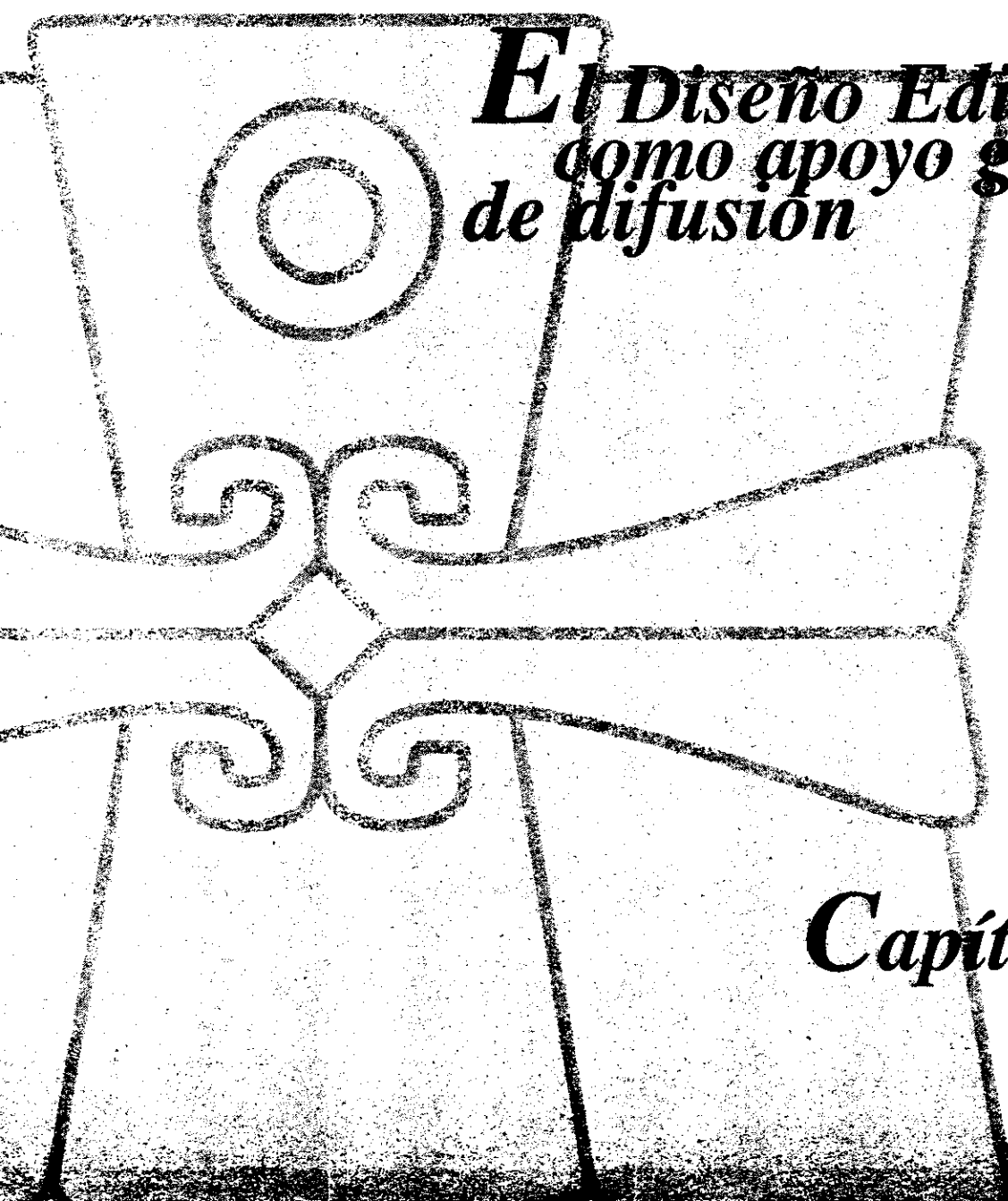
La investigación realizada se basa en un método, el cual nos permite ordenar, planificar e identificar la principal necesidad que requerimos satisfacer. Ésta se sustenta en el análisis comparativo entre los soportes existentes y la propuesta gráfica que se presenta, con la cual se pretende informar de la existencia del Museo Diego Rivera, Anahuacalli, a la comunidad mexicana y de la riqueza cultural que alberga en su interior.

---

La estructura de la investigación está planteada en cuatro capítulos, en el *Capítulo I El Diseño Editorial como apoyo gráfico de difusión*, se presenta un marco teórico en el que el objetivo es relacionar los conceptos del Diseño Gráfico a través del Diseño Editorial con el museo, es decir, los elementos del Diseño que van a apoyar a la difusión de la cultura que alberga dicho espacio, también se presenta la descripción de los Medios Gráficos Impresos, la cual es importante conocer para poder elegir el elemento gráfico que reúna las características pertinentes para satisfacer la necesidad planteada. Además del apoyo que ofrece la Ilustración Fotográfica como complemento visual informativo. En el *Capítulo II Museo, Espacio Cultural*, se presentan los conceptos de museo, sus tipologías de acuerdo a sus características físicas y culturales, se describen diferentes tipologías museográficas; Tipología Arquitectónica, Tipología museográfica según la disciplina que desarrolla, etc., además se describe al tipo de público asistente y se presentan algunas posibles clasificaciones de los visitantes de los museos. Ésto nos permitió ubicar las características del Museo Diego Rivera, Anahuacalli, con base en esta información. En el *Capítulo III Museo Diego Rivera, Anahuacalli*, hacemos una semblanza del museo, hablamos de su creador, sus antecedentes, sus orígenes, y todo el entorno en el que se creó este recinto cultural. El *Capítulo IV Propuesta Gráfica*, es la presentación del proyecto creativo, de su desarrollo, mostrando las aplicaciones en soportes gráficos de la información visual y escrita que nos permitieron la creación del folleto informativo.

El folleto diseñado se distribuirá en el propio museo y en los museos que pertenecen a la misma fundación cultural, estando al alcance de los visitantes que lo soliciten o requieran de mayor información sobre este espacio cultural.



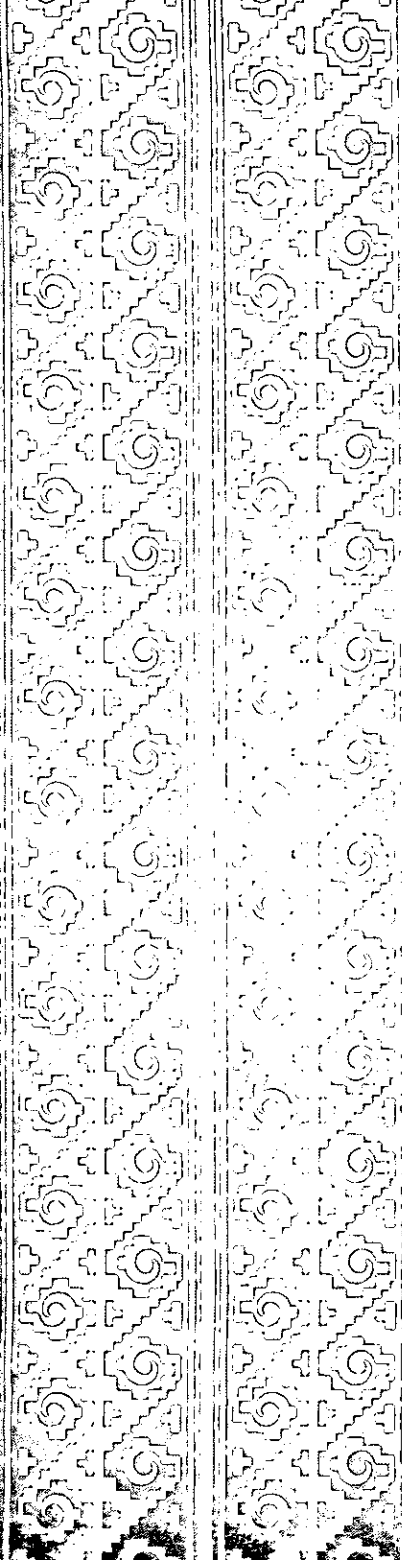


***El Diseño Editorial  
como apoyo grafico  
de difusión***

***Capítulo I***







**E**l propósito central de este capítulo es compendiar elementos teórico-prácticos para sustentar el desarrollo del folleto informativo del Museo Diego Rivera, Anahuacalli, así como hacer una exposición breve de su desarrollo histórico.

En éste definimos al Diseño Editorial, así como las bases del Diseño Gráfico, soportes y herramientas, utilizados para la realización de medios gráficos impresos. Asimismo presentamos sus características y posibles clasificaciones, profundizando más en el Folleto, que es el medio que proponemos en esta investigación.

Señalamos la importancia de la ilustración fotográfica en los medios editoriales y la forma en que participa en dicho proceso, ya que ésta es el apoyo en el proyecto que presentamos.

El Diseño tiene un campo de actividad muy amplio, por ello se tiene que subdividir en varias ramas especializadas, dentro de las que en esta investigación destacaremos la del Diseño Editorial, la cual es la más apropiada para la realización de este proyecto, ya que es la que se encarga de hacer llegar los mensajes a través de medios impresos, de los cuales los diseñadores somos los encargados de realizar para lograr dicha función.

## 1.1 Diseño Gráfico

**E**n la antigüedad el Diseño se veía como una vaga idea de algo, era un simple ornamento, un elemento decorativo, era considerado propio de los artesanos, los cuales se encargaban de realizar y vender los objetos. Se dió un gran salto, en primer lugar con Gutemberg, la aparición de la imprenta fue aumentando la necesidad de los medios impresos y posteriormente con la Revolución Industrial que ocasionó el desarrollo de estos medios los cuales eran realizados por los impresores que laboraban lo que ahora conocemos

---



como Diseño Editorial y que gracias a las atinadas soluciones que ofrecieron tienen una gran importancia ya que se siguen utilizando en la actualidad.

El Diseño ahora es la realización de esas ideas, las cuales es posible palpar, estudiar y analizar, es considerado como un reflejo de la realidad humana, de la vida cotidiana. Va evolucionando a grandes pasos, dejando de ser el elemento decorativo de la antigüedad para ser concepto o idea independiente.

Actualmente, según Carlos Olea, el Diseño "consiste en la observación histórica del desarrollo formal típico de un objeto para verificar en él los factores siguientes:

- Relación entre función y persistencia de ciertas cualidades formales en el objeto u objetos que las satisfacen.
- El desarrollo de los procedimientos constructivos en relación con esa forma y la persistencia de los que llegan a ser determinantes.
- El empleo, de ciertos materiales en la producción de esas mismas formas y consecuentemente, su valor semántico" (1).

Para los arquitectos y diseñadores industriales el Diseño es el conjunto de fragmentos de la solución que va a satisfacer una necesidad, los arquitectos lo denominan *punto de partida* y los diseñadores industriales lo llaman *concepto de diseño*. (2)

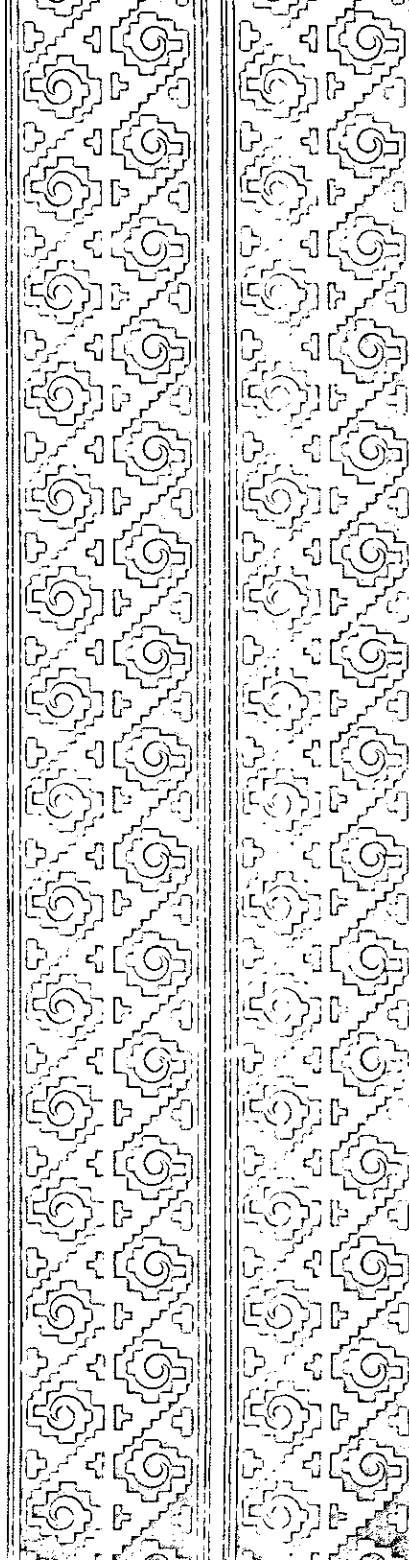
Así encontramos que existen diferentes tipos de Diseño, cada uno enfocado a una especialidad y con características propias: el Diseño arquitectónico, el Diseño Decorativo, el Diseño en Arte, el Diseño en Ingeniería, el Diseño Estructural, el Diseño Experimental, el Diseño Gráfico, el Diseño Industrial, el Diseño Textil, etc. Por las características de esta investigación nos interesa describir sólo al Diseño Gráfico, por lo que nos enfocaremos únicamente a esta rama del Diseño, expresando diversas concepciones que diferentes autores hacen de él, con el fin de conocerlas y de ubicar las que consideremos idóneas para sustentar nuestra propuesta.

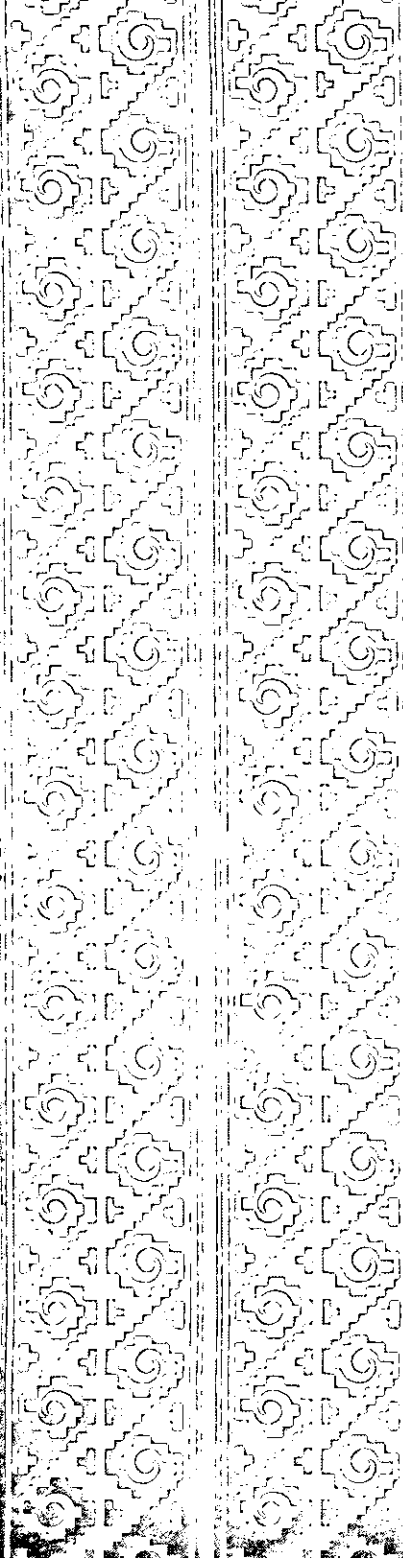
Es en el siglo XX cuando aparece el Diseño Gráfico, poco a poco esta área ha ido evolucionando a la par de los avances tecnológicos en los cuales se

---

(1) Olea, Carlos, *Metodología para el Diseño Urbano, Arquitectónico, Industrial y Gráfico*, Ed. Trillas, México, 1980, pág. 18.

(2) Olea, Carlos, op. cit., pág. 47, 48.





apoya. Es considerado como “la transformación de ideas y de conceptos en una forma de orden estructural y visual. Es el arte de diseñar libros y revistas, anuncios, envases, folletos, carteles, medios audiovisuales, tridimensionales, etc.”(3)

El Diseño Gráfico conforma la manera más sencilla y precisa para recibir y transmitir información, se le ha llegado a considerar parte de un proceso de comunicación en el que se realizan y ordenan elementos gráficos en un formato, solucionando un problema, implicando desde la idea, “ ... su elaboración, síntesis y refinamiento” (4), hasta su creación y distribución.

Robert G. Scott considera que es un proceso en el que intervienen factores que se relacionan entre sí y cuya aplicación u omisión alteran directamente el significado del mismo proceso, considerando dentro de estos factores la base de datos, los elementos formales; composición, color, tipografía, diagramación, etc., los elementos técnicos; cálculo de texto, fotografía, fotolito, soportes, sistemas de impresión, acabados, originales mecánicos, etc., y el análisis de costos. “Diseño es toda acción creadora que cumple su finalidad”.(5)

El Diseño desde el punto de vista de los comunicadores o comunicólogos, es un proceso creativo de comunicación, en el que intervienen la información, la asimilación de los datos, la idea creativa, verificada y formalizada o previusualizada en un dummy o modelo para ser reproducido y posteriormente difundido. Sin embargo para un diseñador representa el satisfactor de una necesidad humana, personal y social, de la cual surge una idea como posible solución que imagina y aplicando sus conocimientos y habilidades logra el refinamiento de dicho satisfactor, para crearlo y distribuirlo.

Para Müller Brockman el Diseño tiene “la función de comunicar el mensaje de acuerdo con las limitaciones de la funcionalidad: de la forma más sencilla, franca, ordenada y efectiva que sea posible y con este fin se deberá estar constantemente en guardia contra la tentación de realizarse estéticamente si ello es a expensas del mensaje” (6).

Es notorio que el Diseño Gráfico ha estado totalmente influenciado por la tecnología, en su evolución ha ido a la par junto con ella, en la actualidad la tecnología computarizada ofrece grandes beneficios al Diseño, en cuanto a

---

(3) Laing, John, *Diseño Gráfico*, Blume Ediciones, Madrid, 1985, pág. 69.

(4) Van Dike, Scott, *De la Línea al Diseño*, 3ª edición, Ed. Gustavo Gili, México, 1984, pág. 68.

(5) Scott, Robert Guillam, *Fundamentos del Diseño*, 9ª edición, Editorial Leru, Buenos Aires, 959, pág. 1.

(6) Müller Brockman, Josef, *Sistema de Retículas*, 2ª edición, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1992, pág. 10.



calidad, rapidez, economía, tiempo, presentación, etc., sin embargo hay que enfatizar que no sustituye la creatividad del profesional del Diseño Gráfico.

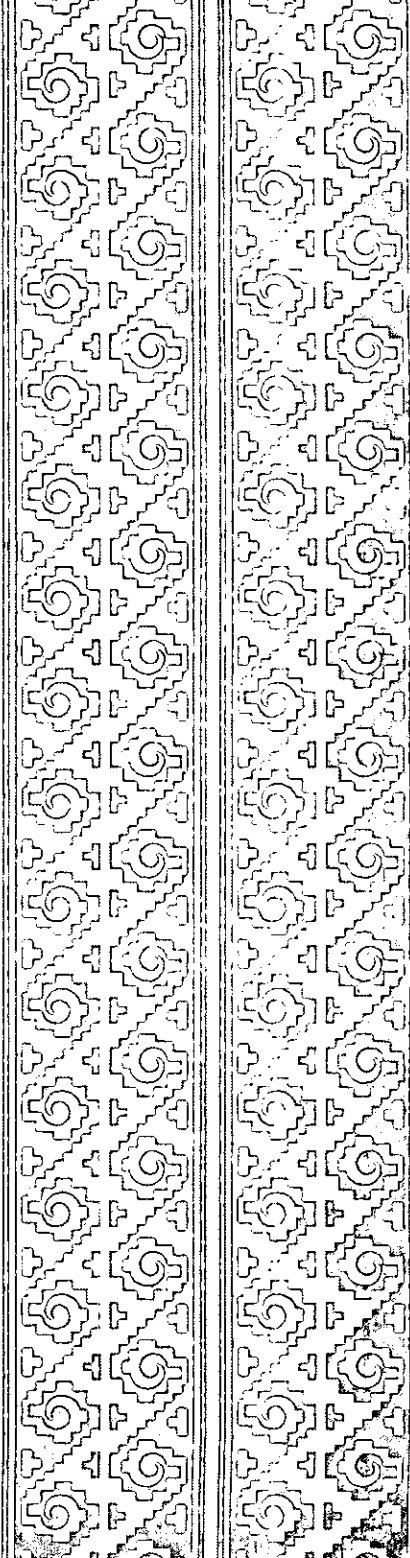
El Diseño Gráfico es una disciplina muy extensa y versátil que se aplica a diferentes áreas, como: la Publicidad, la Identidad Corporativa, la Fotografía, la Ilustración, la Animación, la Museografía, los Audiovisuales, el Diseño Editorial, por mencionar algunas, siendo éste último el que abordaremos en el siguiente subcapítulo.

## 1.2 Diseño

**E**l Diseño Editorial es definido por algunos autores como la composición gráfica en las páginas del material gráfico: producción de libros, periódicos, revistas, folletos, catálogos, etc., que en muchas ocasiones apoya al texto con imágenes y cuyo destino es informar a un elevado número de personas. Para otros el Diseño Editorial es el área del Diseño Gráfico que se encarga de planear, estructurar, configurar y realizar todo material gráfico impreso, los métodos y sistemas que intervienen en la producción editorial, caracterizada por el manejo del espacio, en un formato o soporte, por lo cual podemos definir que es el área del Diseño Gráfico que realiza medios gráficos (libros, revistas, periódicos, folletos, manuales, etc.) en los cuales ordena y estructura de manera sencilla, clara y atractiva, la información y elementos gráficos: tipografía, fotos, viñetas, ilustraciones, color, etc., que van dirigidos a un determinado grupo o grupos de la sociedad, apoyándose también de elementos compositivos y de sistemas de impresión.

El Diseño Editorial ordena la información que va a contener una publicación o composición gráfica, es decir, la distribución lógica y jerárquica de textos, imágenes y elementos gráficos que van a componer un medio gráfico impreso, de la forma más adecuada, de tal manera que puedan ser comprensibles y atractivos para el público al cual se pretende informar con dicho medio.

---



En cualquier medio impreso, llámese publicación, lo más relevante es el contenido textual, el cual se tiene que evitar que compita con los otros elementos gráficos: color, tipografía, ilustraciones, etc., que lo apoyan en la conformación de cada página, por lo que se tiene que presentar de la forma más explícita, sencilla y atractiva, para que logre acaparar la atención del público lector. "Las realizaciones poco creativas y débiles no invitan a la lectura y repelen al lector altamente influido por la primera impresión visual" (7), por lo que el Diseñador Gráfico tiene como principal función satisfacer la necesidad del hombre de recibir y transmitir información clara y sencilla, ya que es un comunicador visual responsable de lograr que dicha información llegue adecuadamente y de la mejor forma posible a su destinatario.

John Laing, considera que el Diseño Editorial tiene tres funciones principales:

• *Función real*: busca la finalidad concreta del diseño. A su vez se subdivide en cuatro subfunciones específicas:

- I.- Informativa.
- II.- Didáctica
- III.- Venta de servicios.
- IV.- Promocionar lugares o eventos.

• *Función simbólica*: en relación directa con la función real, busca provocar en el público, reacciones que lo van a inducir a sentir o a creer que adquiere un nivel, estatus, poder, satisfacción, protección, etc., gracias a que posee el propio medio impreso o por la adquisición o consumo de los productos que en dichos medios se publican.

• *Función estética*: justificando la realización de un medio impreso en determinadas características estéticas, el diseñador debe de realizar un trabajo de calidad, adecuado a su función real y al tipo de público al que va destinado el mismo.(8)

De esta manera la función principal del Diseño Editorial es presentar el contenido textual de las publicaciones de una forma correcta y atractiva, facilitando su lectura, evitando que las imágenes compitan con los textos y acaparen la atención del lector, en los casos que así lo requieran, ya que habrá ocasiones en que los textos servirán de apoyo a las imágenes.

---

(7) Ruder, Emil, Manual de Diseño Tipográfico, 2ª edición, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1992, pág. 55.

(8) Laing, John, op. cit., pág.9.



Los principales elementos que forman parte importante para la adecuada funcionalidad de un trabajo editorial y que logran su optimización son:

- A) *Composición.*
- B) *Formato.*
- C) *Retrícula.*
- D) *Tipografía.*
- E) *Imágenes.*
- F) *Color.*

A) *Composición:* “entendemos la organización total de cualquier diseño. Todas las formas tienen no sólo configuración y tamaño sino posición en él.”(9). Para Berger es la ordenación de medios plásticos, estableciendo las relaciones fundamentales de la obra, las que se refieren a la distribución de las formas, a sus proporciones (10). En su opinión, Fabris considera que es la tarea de disponer en un formato varios signos, según una directriz, obteniendo un resultado estético que sea capaz de provocar el efecto deseado y de una lectura fácil y agradable. (11) Dondis define a la composición como la organización y orquestación de los medios visuales. (12).

Una composición no es sólo un contenedor, sino toda una planificación que dirige al Diseño Gráfico. La composición gráfica implica ordenar texto, imágenes y espacios en blanco en un espacio, procurando al máximo su legibilidad y armonía dentro de la página.

B) *Formato:* la base de identidad de todo medio impreso es su dimensión, en la cual se distribuyen la tipografía, las imágenes y demás elementos gráficos, determinando los espacios. William Owen lo considera como un “esquema regular de tipografía y espacio, un recurso funcional que ayuda a la producción y al diseño y favorece su reconocimiento”. (13)

El formato es el tamaño real que va a tener el impreso, los bordes de la página, es el encargado de determinar los requerimientos técnicos de la impresión, el papel y el presupuesto.

C) *Retícula:* “La retícula es utilizada para solucionar problemas bi o tridimensionales” (14), gracias a su uso se pueden configurar todos los medios

---

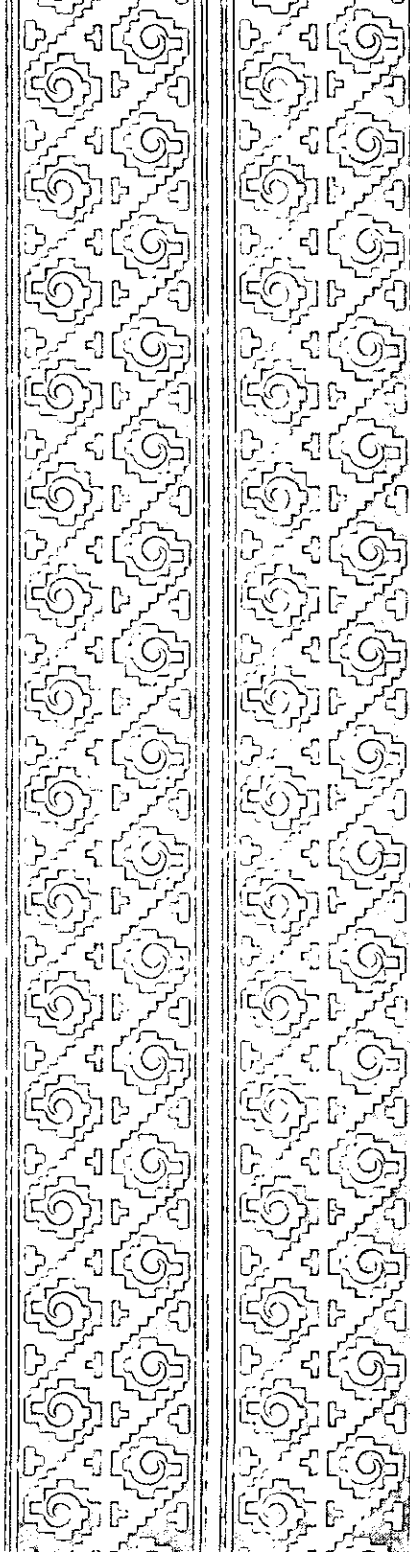
(9) Scott, Robert Guillam, op. cit. , pág 9.

(10) Berger, René, *El Conocimiento de la pintura*, Ed. Noguer, Barcelona, 1976, pág 140.

(11) Fabris, Germani, *Fundamentos del Proyecto Gráfico*, Ed. Don Bosco, Barcelona, 1975, pág. 15 y 16.

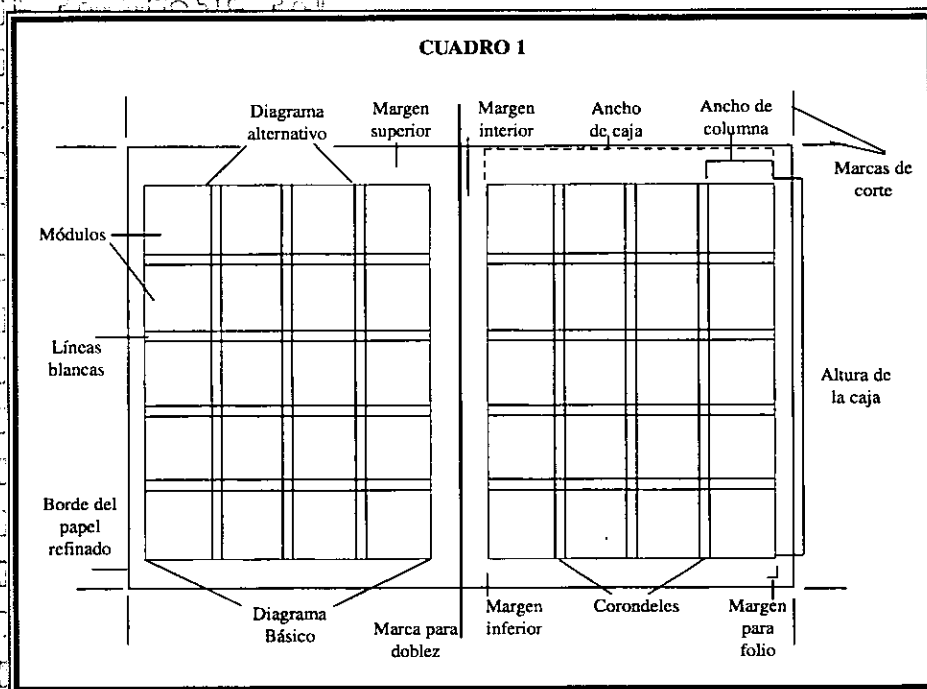
(12) Dondis, Andrea, *La Sintaxis de la Imagen*, 9ª edición, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1991, pág 33.

(13) Owen, William, *Diseño de Revistas*, Ed. Gustavo Gili, México, 1991, pág. 158.



impresos, se le considera la base de ordenamiento de textos, imágenes, elementos gráficos, etc., siempre apoyada en criterios objetivos y funcionales. Es la base de apoyo para saber en donde pueden situar el texto y las imágenes de acuerdo con los requerimientos editoriales, hablamos de la extensión de los artículos, la naturaleza de la ilustración, que se ocupan en la página.

La función principal de la retícula es estructurar el espacio, determinar ejes de sustentación de los elementos gráficos, facilitando la producción, dando forma a la página y jerarquizando cada uno de los elementos que la conforman como unidad global. Müller-Brockman define: "Las retículas muestran los márgenes y áreas de textos, a fin de organizar los soportes de libros, revistas, folletos, etc." (15)



La retícula es un sistema de ordenamiento, que se compone de campos, que son formas geométricas que tienen un tamaño y espacio constantes, a este espacio entre campo y campo se le llama blanco, los campos se utilizan con bloques de texto formando columnas que a su vez sirven para adaptar la información, al espacio entre columna y columna se le llama corondel. (Vease Cuadro 1)

*d) Tipografía:* es el arte o la técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa. Se le considera Tipografía a los textos vistos en una página impresa,

Fuente: Juárez, Verónica, *El Cartel y el Folleto como soportes gráficos*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1997.

(14) Müller-Brockman, Josef, op.cit., pág.

(15) Müller-Brockman, Josef, op.cit., pág. 153.

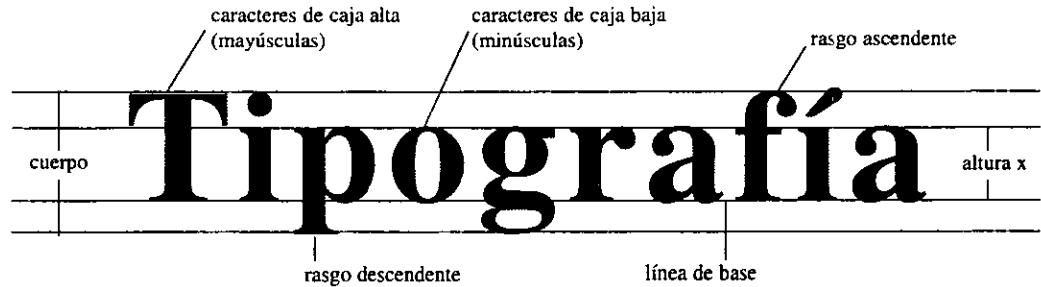


comunmente denominados caracteres, y cuya principal función es transmitir mensajes.

Al igual que el Diseño ha evolucionado gracias a los especialistas en el área que cada vez aportan más elementos para lograr novedosas y variables tipografías.

“Las ilustraciones son importantes en la comunicación gráfica, pero es primordialmente por medio de las palabras como se guían los procesos del pensamiento del lector hacia lo que espera será la comprensión de un mensaje que concuerde con la intención de la fuente de origen” (16)

El texto es el elemento tipográfico principal en una página, por lo que es importante conocer sus características y variantes, existe la opción de un esquema lineal que se integra de la siguiente manera:



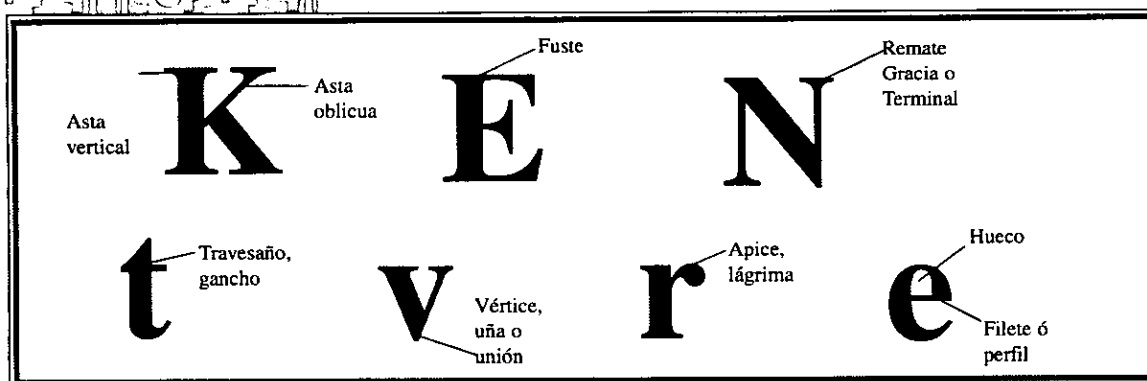
Se han realizado muchas clasificaciones de las partes de un carácter, por lo que existen varios nombres por los que se denominan a una misma parte, algunos los conocemos con un nombre diferente al que otros quizá llaman a el mismo elemento, por ello, retomando algunas clasificaciones citamos las siguientes:

---

(16) Turnbull, T. Arthur y Baird, N. Russell, Comunicación Gráfica. Tipografía. Diagramación. Diseño. Producción, 2ª edición, Ed. Trillas, México, 1990, pág. 75.







Los caracteres se organizan en grupos, familias, fuentes y series. La clasificación tipográfica de los grupos se basa en el desarrollo histórico de los caracteres y su forma estructural:

- *Romano antiguo*: su principal característica es la fuerza de sus rasgos y la anchura de su trazo, relativamente uniforme. De fácil lectura por sus trazos finos. (*Caslon, Garamond*).
- *Romano moderno*: presenta contraste entre los trazos finos y gruesos, apreciándose muy poco la curva que une la gracia con el asta del caracter. (*Bodoni, Century, Tiffany*).
- *Egipcio o de remate cuadrado*: el grosor de su gracia cuadrada y recta, presenta poca diferencia entre los trazos verticales y horizontales. (*Clarendon, Rockwell*).
- *Palo seco o Sanserif*: carecen de remates, sus trazos son de grosor uniforme. (*Univers, Futura, Gill Sans*).
- *Escritura caligráfica o manuscrita*: es una imitación a la escritura caligráfica a mano, tiene su origen en los trazos del pincel y la pluma. (*Brush Script*).
- *Fantasia*: tiene una definición precisa, incluye caracteres ornamentados que no entran en los grupos anteriores, además no permiten conformar un cuerpo de lectura o galera.. (*Zapt Chancery*).



Las familias tipográficas son los conjuntos de tipos de diferente tamaño del mismo dibujo o trazo. Presentan variaciones de peso: light, medium, bold, extrabold, ultralight, de amplitud: condensada, espandida y de posición: itálica o cursiva, redonda o normal. Una serie es cada una de estas variedades dentro de una misma familia. Las fuentes consisten en todos los caracteres de un mismo tamaño, incluyendo mayúsculas, minúsculas, signos de puntuación y cifras. (17)

Para Ray Murray, los tamaños de los textos en los folletos deberán medir entre 8 y 12 puntos: ya que más pequeños causarán dificultad en la lectura, para los niños y las personas de vista cansada son más apropiados los que miden 14 puntos, ya que son más legibles que los de tamaño más pequeño, (18,) pero la legibilidad de un texto también del tipo de letra, el color, su ubicación en el plano, aspectos importantes que se tienen que considerar para la realización de cualquier medio gráfico.

e) *Imágenes*: son el apoyo visual a todo medio gráfico impreso, gracias a ellas es posible reafirmar la información escrita que posee un medio de comunicación impreso, por lo tanto son fundamentales en esta área del Diseño. Se considera imagen a toda ilustración, fotografía, ilustración fotográfica, etc., que posea las cualidades y que cumpla con las funciones de apoyo de complementar la información que requiere el usuario.

f) *Color*: definido en las Artes Gráficas como “característica de la percepción visual-psicosensorial- en cuanto es de naturaleza subjetiva, que permite al observador distinguir diferencias entre dos zonas del campo visual, logrando abstraer variación de formas, estructuras o posición en espacio”.

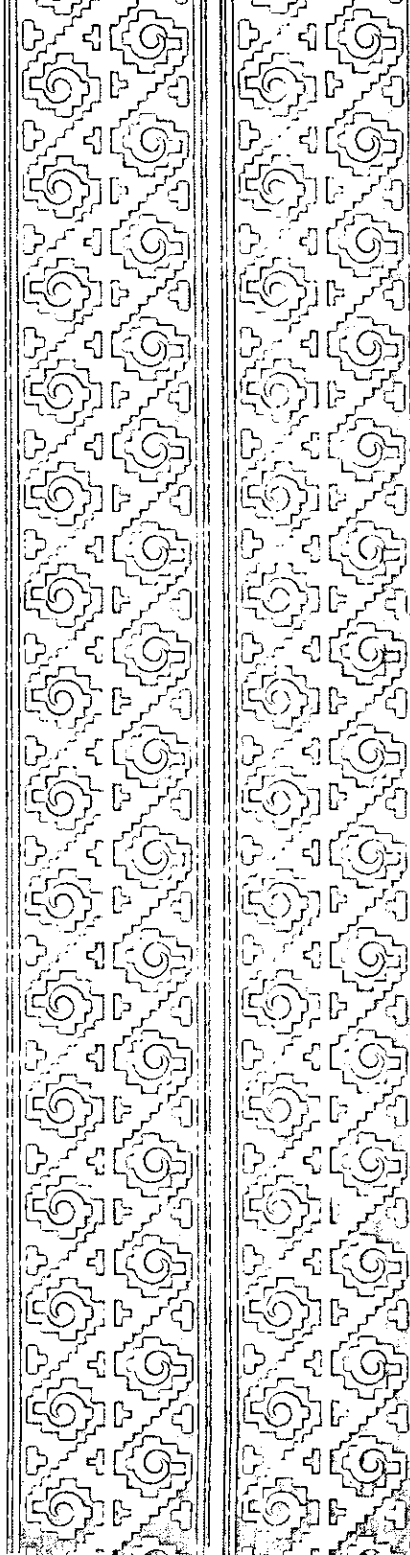
A los colores se les han dado diferentes significados simbólicos y se les han asociado con sensaciones psicológicas, según cada cultura. Por lo cual es posible crear mensajes, complementar una información, provocar emociones y sensaciones, motivos por los cuales se le ha reconocido al color como una forma de lenguaje.

Con un adecuado uso en las tipografías, el color puede complementar y enriquecer mensajes. Los colores de una composición deben adaptarse

---

(17) Arthur, Turnbull, op.cit., pág.

(18) Murray, Ray, *Manual de Técnicas, Sistemas de producción e impresión*, 3ª edición, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1980, pág. 143.



recíprocamente, para unificarse en un todo, junto con los otros elementos gráficos que se encuentran en el mismo espacio de trabajo, creando con ello una armonía visual.

Por otro lado la actividad del Diseño Editorial se ha considerado como la actividad específica del Diseño Gráfico, dedicada a los medios impresos; realización y ordenamiento de elementos gráficos plasmados en un soporte físico, y cuyo fin es el transmitir un mensaje.

El proceso editorial conjunta actividades que están enfocadas a la producción de impresos, el cual se divide en tres etapas:

*Etapa de planeación,  
Etapa de preparación o pre prensa y  
Etapa de producción o impresión:*

**• Etapa de planeación:**

En ella el diseñador y el editor visualizan y determinan todos los aspectos del impreso, tanto gráficos, técnicos como económicos.

A) *Aspectos gráficos:* determinan la organización y distribución del contenido, la forma que tomará el mensaje, realizando un boceto (lay out) en el que se previsualizará gráficamente el proyecto.

B) *Aspectos técnicos:* deciden los sistemas de composición e impresión que satisfacen las necesidades que se requieren en los aspectos gráficos.

C) *Aspectos económicos:* valoran los medios, tanto materiales como el equipo que se adecúen más a las posibilidades financieras.



**• Etapa de preparación:**

Es la parte del proceso en la que todos los elementos gráficos visuales, texto, fotografías, ilustraciones, tipografía, etc., se imprimen en el proceso predeterminado, para posteriormente darle el acabado final, siguiendo con el diseño planeado.



**• Etapa de producción:**

En ella se da el acabado final al proyecto, se imprime el medio, concluyendo con el proceso editorial para su posterior distribución.



Además de conocer las funciones del Diseño Editorial y las etapas del proceso editorial, es necesario también conocer los medios impresos en los que se aplican dichos elementos, para que podamos cubrir las demandas de transmisión de un mensaje a través del medio gráfico impreso más adecuado.

## 1.3 Medios impresos

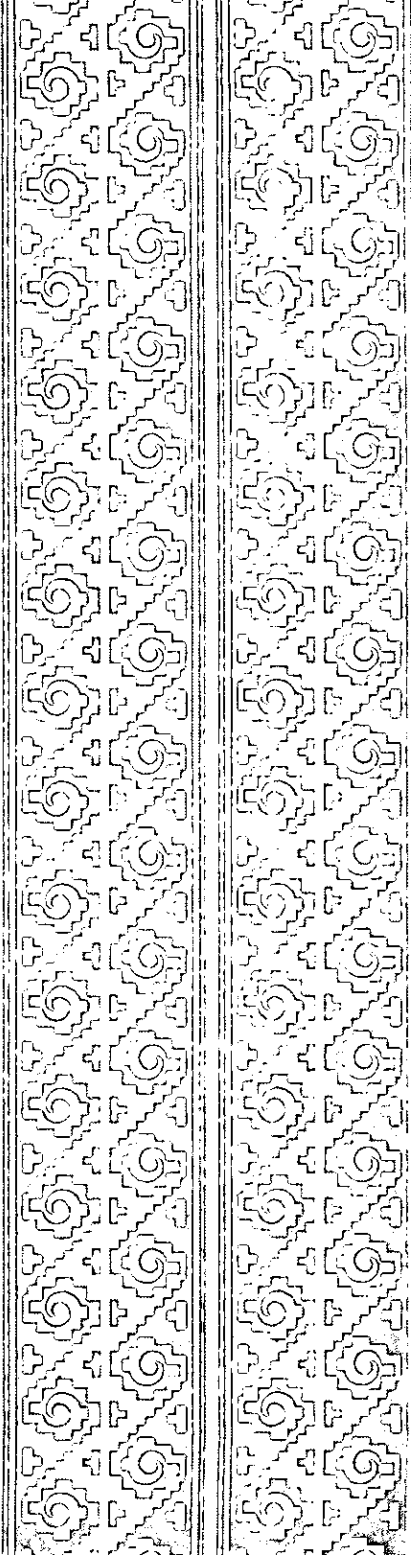
Con base en el subcapítulo anterior resulta importante conocer los medios en los cuales se aplican los elementos descritos y como cada uno se va adecuando a las necesidades de cada proyecto específico. Con el término de medios impresos nos referimos principalmente a los medios de comunicación masiva, dentro de los más conocidos se encuentran: el periódico, el libro, la revista, el folleto, entre otros.

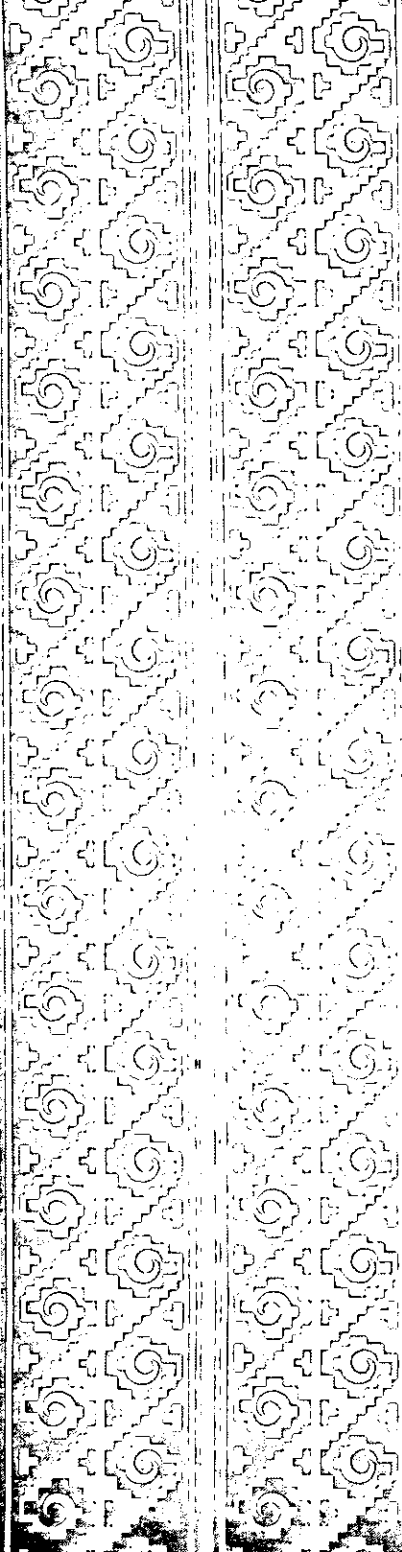
Cotidianamente nos encontramos en continuo contacto con infinidad de medios impresos, para poder conocerlos e identificarlos en tanto sus características y su utilidad, presentamos una breve descripción de algunos de estos medios, retomados de la clasificación que realizó Martín Euniciano.(19)

- **Periódico:** impreso de gran volumen, de circulación masiva, de carácter informativo y noticioso. Su publicación es periódica, por lo general a diario o semanalmente. Su acabado es compaginado y en cuanto a su formato esta limitado al estandar y tabloide, como ejemplos de periódicos tamaño estandar existen El Herald de México, Reforma, El Universal, Excelsior, entre otros y de tamaño tabloide podemos mencionar los siguientes: El Financiero, La Jornada, Ovaciones, etc.
- **Revista:** impreso de volumen medio a grande, es una publicación periódica, con intervalos semanales, quincenales, mensuales o bimestrales. Su carácter es informativo-publicitario, de formato variable y su acabado es encuadernación, más resistente que el periódico pero menos que el libro. Muchas de

---

(19) Euniciano, Martín. La Composición en las Artes Gráficas. Tomo II, Biblioteca Profesional, Barcelona, 1980, pág. 28.





ellas tratan de temas relacionados con una especialidad determinada, por lo que podemos encontrar revistas de arte, de medicina, de espectáculos, de deportes, de política, etc.

- *Libro*: “todo impreso que sin ser periódico, reúne en un solo volumen cuarenta y nueve páginas o más, excluyendo las cubiertas” (20). Su carácter es literario, su acabado es encuadernación con cubiertas resistentes.

- *Extra librerías*: medios impresos en los que el diseñador tiene libertad de realización, tanto en formato, dobleces, papel, proceso de impresión, etc. Se venden en librerías, bibliotecas o hemerotecas. Básicamente son hojas impresas sencillas con uno o más dobleces, no forman parte de libros, revistas o alguna publicación de volumen, según la descripción que hace Martín Euniciano.

- *Impresos eventuales*: se realizan con motivo de eventos de la vida cotidiana y las relaciones sociales, incluyendo en esta categoría las participaciones de eventos sociales, recordatorios, esquelas fúnebres, etc.

- *Impresos de presentación e identificación*: utilizados para identificar o dar a conocer el nombre, ya sea de personas o instituciones, considerando las tarjetas de visita, las tarjetas comerciales, pasaportes, etc.

- *Impresos de correspondencia*: considera la papelería utilizada para comunicarse por correo; tarjetas postales, saludas, circulares, cartas particulares, oficios, sobres, etc.

- *Impresos para administración*: papelería auxiliar en la administración, incluyendo facturas, carta-facturas, recibos, extractos de cuenta, etc.

- *Impresos para envases y expedición*: se utilizan para proteger y / o dar a conocer productos, con ello nos referimos a las etiquetas, fundas de discos y cassettes, papel envoltura, estuches, etc.

- *Impresos de información comercial*: son impresos cuyo fin es el informar más que solamente identificar o mostrar el nombre de empresas; catálogos, muestrarios, listas de precios, etc.

---

(20) Euniciano, Martín, op.cit., pág 22.



- *Talonarios y papeles de valor*: representan o son un valor monetario, hablamos de los cheques, talones, letras de cambio, billetes, sellos de correo, acciones, etc.
- *Calendarios*: impresos que contienen la distribución del año por meses, semanas y días; incluyendo los almanaques, los anuarios, las agendas, los calendarios publicitarios, etc.
- *Impresos de fantasía*: sujetos de ordinarios a normas fijas de confección, tienen más libertad que los demás impresos; invitaciones, programas, minutas, diplomas, felicitaciones y homenajes.

Con la descripción de los diferentes tipos de impresos ampliamos el panorama del campo editorial, para hablar más explícitamente del medio impreso que concierne a este proyecto gráfico: el Folleto.

### 1.3.1 *Antecedentes del Folleto*

**J**unto con los medios gráficos impresos también han evolucionado la tipografía, los soportes y técnicas, desde las piedras, el cuero y el papel, a la vez que también se escribía a mano, posteriormente y gracias a Gutemberg, con la imprenta, se pudieron realizar publicaciones periódicas en serie, tanto libros, revistas, carteles, folletos, etc., hasta llegar a este siglo y actualmente utilizar la impresión offset, logrando una excelente calidad de impresión, con grandes tirajes. De mejor calidad aún, la impresión lasser es un sistema de impresión muy útil para los medios gráficos impresos, como el folleto, ya que ofrece muchas ventajas, tanto de calidad, como de tiempo, pero su costo es muy elevado en comparación con los sistemas de impresión tradicionales, como el Offset, por ejemplo.

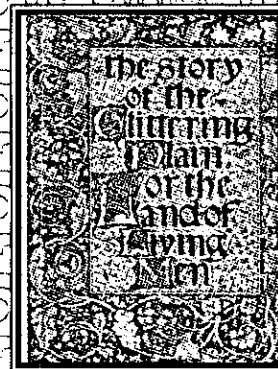


Foto 1. William Morris (1838 - 1896) Alfabeto tipográfico Estilo Antiguo y Veneciano Fuente: Meggs, Philip. B., Historia del Diseño Gráfico. Ed. Trillas, México, 1991, pág. 233



Foto 2. Alphonse Mucha. cartel para Papel Job para cigarrillos. (1898) Fuente: Meggs, Philip. B., op. cit., pág. 265.



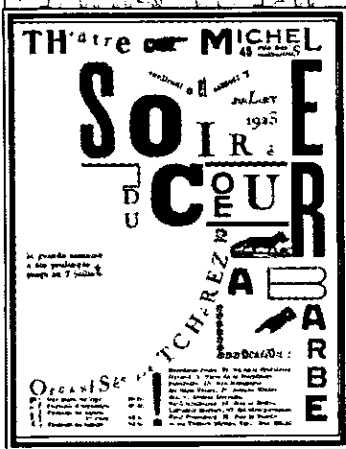


Foto 3. Ilya Zdanevitch, cartel para la obra Fiesta del corazón barbado, (1923) Fuente: Meggs, Philip. B., op. cit., pág. 310.



Foto 4. Hannah Höch, Da-dandy, fotomontaje y collage, (1919) Fuente: Meggs, Philip. B., op. cit., pág. 311.

Todo esto como producto de los cambios en corrientes pictóricas, socio-culturales y políticas. Buscando siempre transmitir mensajes a las comunidades y la representación directa de la realidad de las cosas, para así conformar sociedades más sólidas.

Desde el siglo XIX comenzó la inquietud de mejorar los libros e impresos de esa época, en la Edad Media se llenaban las páginas de ornamentos, evitando lo más posible los espacios en blanco, ornamentando exageradamente las letras capitulares. (Vease Foto 1). En el periodo del Art Nouveau (Jugendstil), se utilizaban formas orgánicas y líneas muy estilizadas y aminorando un poco el estilo decorativo de la antigüedad. (Vease Foto 2).

Con el movimiento futurista se logró utilizar espacios en blanco, letras mayúsculas sueltas, de diferentes puntajes. (Vease Foto 3). Con el Dadadismo se introdujo el collage y el ensamblaje. (Vease Foto 4). Durante el período del Art Decó se amplió el campo de la publicidad, sobresaliendo el uso de la familia tipográfica Broadway la cual fue diseñada por Morris Benton.

En la época de la Bauhaus se dió un considerable desarrollo en el campo tipográfico, ya que surgieron varios alfabetos los cuales se aplicaban a los diferentes soportes gráficos. Importantes representantes de esta época que destacaron por su trabajo fueron: Paul Klee, Kandisky, Laslo Moholy, Feininger, Lissistsky, Van Doesburg. Dicha época marcó el inicio de la tipografía moderna. Joast Schmitdt fue pionero en la utilización de herramientas como las retículas y sistemas de impresión, con ello se fueron evitando las composiciones exóticas y reafirmó el funcionalismo de la tipografía. (Vease Foto 5).

Edmur Uher, patentó la fotocomposición, el surgimiento del periódico trajo como consecuencia la aparición de nuevos sistemas de impresión y por consiguiente otras tipografías, con lo que se desarrolló y mejoró el campo de los medio impresos. En la década de los cincuentas Max Bill enfatiza los espacios en blanco, el uso de elementos tipográficos, en 1951 surge la familia tipográfica *Helvética* y la *Univers*.(Vease Foto 6).



En los años sesenta se comienza con los juegos de líneas, formas y colores. Müller propone la diagramación y las tipografías como elementos indispensables para la realización óptima de los medios impresos, todo ello escrito en su libro *Sistema de Retículas*, donde describe y sugiere el mejor uso de bloques tipográficos y diagramaciones. (Vease Foto 7).

En México, a principios del siglo aparece el trabajo en los medios impresos, gracias a José Guadalupe Posada comienza el desarrollo de la folletería y volantes, los cuales incluyen los grabados que hizo para Venegas Arroyo y que en la actualidad podemos apreciar en las recopilaciones realizadas (libros, revistas, catálogos, etc.) y que se exhiben en algunos de los museos de la ciudad. (Vease Foto 8) Hoy en día se busca la innovación, con propuestas complejas dependiendo de las características del mensaje a transmitir, de la capacidad del diseñador y de los factores económicos con los que se cuentan.

## 1.3.2 Folleto

Existen varias definiciones a este término, entre las cuales tenemos que es un medio impreso, versátil y útil para transmitir información a un público determinado. Para la UNESCO es un libro de poca extensión que sin ser periódico reúne en un sólo volumen entre cinco y cuarenta y ocho páginas, siendo este número divisible entre cuatro, excluyendo las cubiertas, o también se ha definido como un vehículo de comunicación, con una mecánica de doblez que no tiene encuadernación.

En muchas ocasiones se comparan con los catálogos, pero la diferencia entre ambos es que el catálogo consta de listados de nombres y precios de objetos que se encuentran a la venta, el folleto únicamente proporciona información de los productos, ya que su principal función es informar, ilustrar, guiar, ampliando la información de lugares, productos, eventos, etc., especificando su contenido.

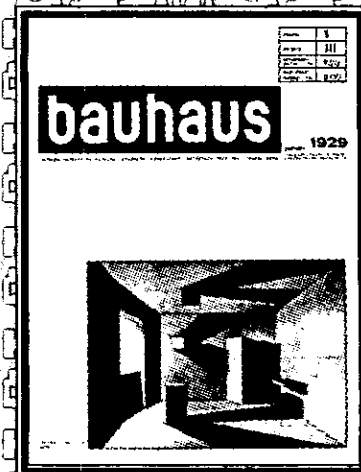


Foto 5. Joost Schmidt, portada para la revista Bauhaus, (1929) Fuente: Meggs, Philip. B., op. cit., pág. 373.



Foto 6. Max Bill, cartel para exposición, (1951) Fuente: Meggs, Philip. B., op. cit., pág. 418.





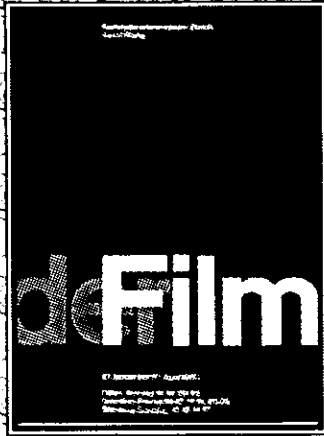


Foto 7. Josef Müller-Brockman, cartel para la exposición "La Película", (1960) Fuente: Meggs, Philip. B., op. cit., pág. 427.



Foto 8. José G. Posada Fuente: De Diseño, Diseño, Arquitectura, Arte, Num. 9, pág. 32.

En otros idiomas es conocido como panfleto, brochure ( de origen francés), díptico, tríptico, cuadríptico o políptico, según el número de dobleces que tenga. Los folletos son material informativo a una o varias páginas dentro de las cuales se incluyen:

- *Dípticos*: folletos de un determinado formato, dividido a la mitad, con un doblez, dos partes.
- *Trípticos*: folletos de un determinado formato divididos en tres partes, dos dobleces.
- *Cuadrípticos*: folletos de un determinado formato dividido en cuatro partes, tres dobleces.
- *Folletines*: informaciones de rápida impresión, manejo y distribución.

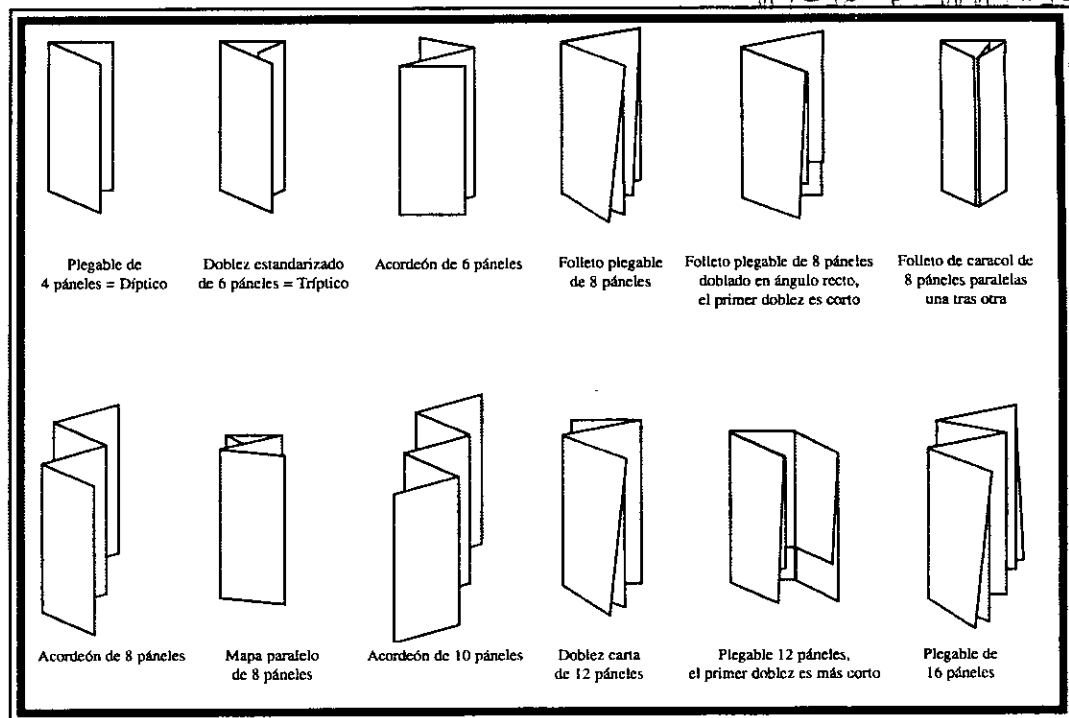
En cuanto a su formato puede ser tan libre como se quiera, horizontal o vertical, de las dimensiones deseadas, pero siempre desplegando los mensajes a través de páginas subsecuentes. En el caso de los folletos engrapados, cosidos o pegados, se hablaría de páginas y en el caso de los plegables, podemos considerar cada subdivisión de ellos como un panel.

Tiene libertad de diseño, puede ser tan formal como lo requiera, su versatilidad le permite ser informativo, literario o promocional, además puede incluir elementos visuales y verbales, su contenido refleja intereses promocionales por lo general.

Existen diferentes tipos de folletos o literatura directa, por lo que se ha hecho una clasificación que los divide en dos tipos: los folletos plegables o prospectos, que no llevan cosido y los folletos que son engrapados, cosidos o pegados, también existe otra clasificación que los divide en hojas sencillas o dobladas y folletos.

Para los folleto plegables Turnbull propone una clasificación en la cual consideramos que es más adecuado darle el nombre de panel y no de página como él las denominó en su propuesta, la cual presentamos a continuación:





Dependiendo de los requerimientos del mensaje puede ser, plegable o encuadernado, según el número de hojas de las que conste el folleto, si son pocas hojas se puede engrapar, la llamada encuadernación de hojas fijas. También existe la encuadernación de hojas sueltas, para cuando son muchas las hojas, en dicha encuadernación se utilizan adhesivos, sin hilos, este método es conocido como encuadernación fresada. Los folletos que tienen integrada la portada utilizan el mismo papel para interiores como para portada, su paginación comienza por la portada y los folletos que el papel de su portada es más grueso, para hacerlo más resistente, la paginación inicia en la primer hoja independiente de la cubierta.

Otra parte importantísima del Diseño Editorial para la realización de los medios gráficos impresos son los soportes y herramientas en los cuales se apoyan y de los cuales hablaremos a continuación.

## 1.3.3 *Soportes y herramientas*

**P**ara la elaboración de un medio gráfico impreso los soportes y herramientas son la base de realización de cualquier proyecto gráfico, considerándose de gran importancia, razón por lo que en esta investigación incluimos este tema.

La configuración de cualquier material gráfico, llámese folleto o revista, aplica los requerimientos publicitarios, necesidades de mercado, presupuesto, papel, sistema de impresión y método de composición, las expectativas y prejuicios del lector, etc. Para que logre impactar al público, la base es la portada y la naturaleza del material en que se presente dicho material gráfico.

Como etapa final en la producción de un medio gráfico tenemos precisamente su impresión, para cualquiera que sea el sistema de impresión que se utilice es necesario realizar previamente un original mecánico, en el cual se especifican las características del proyecto y las indicaciones pertinentes para su correcta impresión.

“Un original mecánico es un trabajo de preperación para impresión que consiste en pegar los distintos elementos sobre una cartulina o papel, listos para ser fotografiados y puestos en una placa” (21). Su realización es en blanco y negro, de preferencia sobre papel de superficie satinada, evitando incluir color y tonos grises, ya que la reproducción se hace en material fotográfico de alto contraste que solamente registra imágenes en negro. Dichos originales se cubren por encima con una camisa de papel traslúcido en donde se indican los colores de cada elemento, y si se tiene que integrar alguna pantalla, ilustración o fotografía.

Como referencia de registro, se sitúan en ambos lados del original, cruces de registro en cada una de las camisas.

---

(21) Arthur, Turnbull, op.cit., pág .



Para tener una referencia del color es conveniente una pequeña superposición en los colores, indicando el color deseado de registro. Las indicaciones de color se realiza mediante una guía Pantone, la cual responde a patrones internacionales y a una serie de proporciones de mezcla de color, las cuales en las imprentas pueden interpretarse para facilitarse así un acercamiento más fiel al color indicado.

En el caso de requerir una selección de color, el original mecánico lleva los textos o gráficos que no estén incluidos en la fotografía, la cual se señalará con un recuadro negro o con una ventana donde se situará la imagen, en caso de que se requiera la fotografía rebasada se le deja un margen de 5 mm. adicionales en los lados que se recortará la imagen. El original de la fotografía se entrega en una diapositiva, para lograr una mejor calidad en la impresión, tanto en definición como en color. Para que posteriormente se elabore la selección de color y sea llevado al armado de negativos. Como siguiente paso se tienen que trazar las líneas de corte, las cuales delimitan el tamaño exacto del papel impreso.

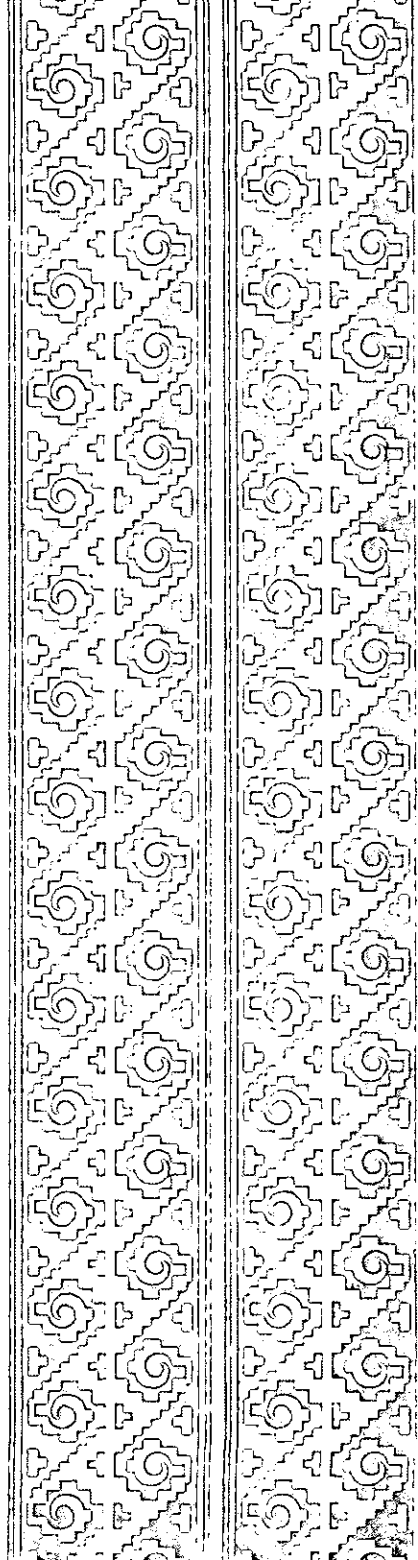
A continuación se pasa al proceso de fotomecánica, el cual consiste en una serie de procedimientos fotográficos para obtener los negativos o positivos necesarios para ser llevados a las matrices de impresión. Dependiendo del sistema de impresión que se vaya a utilizar se emplean negativos o positivos, para Offset y Hecogrado se requieren los negativos y para Serigrafía los positivos.

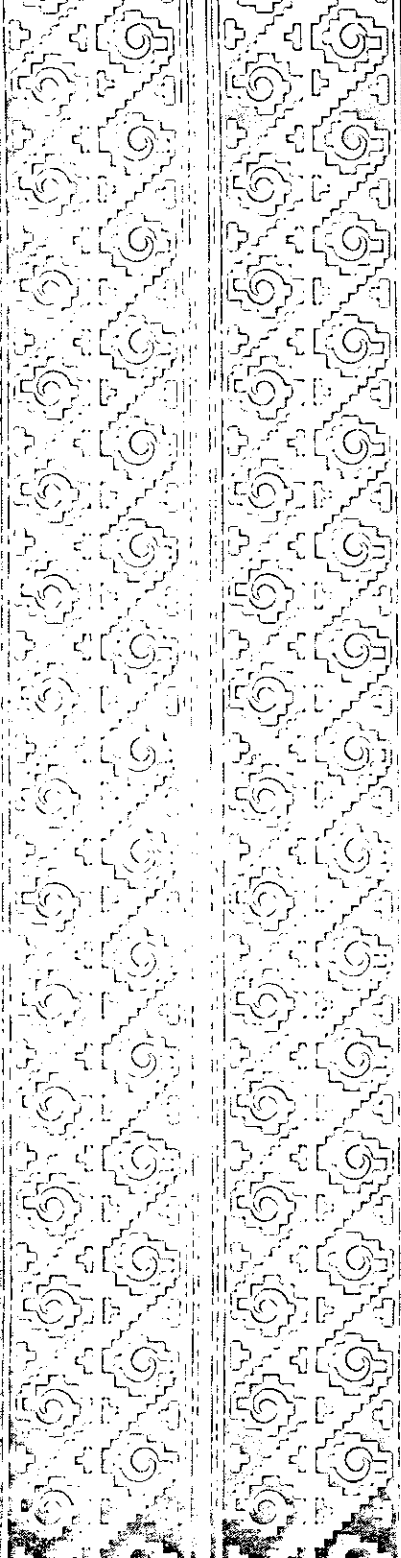
De acuerdo al tipo de original es el método que se utiliza:

- \_ *Originales de línea o pluma:* aquellos que son en blanco y negro.
- \_ *Originales de medio tono:* son fotografías propiamente dichas que tienen tonos intermedios que van del blanco al negro.
- \_ *Originales de fotografías, dibujos, pinturas, etc.:* son a color, en los que predomina un matiz global.

El soporte físico de un impreso (papel, plástico, metal, madera) es un elemento fundamental del Diseño Editorial, ya que es la base de la impresión, puede

---





determinar la calidad de un trabajo. Existen variadísimas clases de papel, por lo que se tiene que considerar su tamaño, peso, calidad y color, para elegir el más adecuado para nuestro proyecto.

Para llegar al último paso de la materialización de nuestro proyecto existen varios métodos de impresión, de entre los cuales se tiene que elegir el más adecuado para lograr satisfactoriamente el objetivo de este trabajo. Existe varios procesos o sistemas diferentes de impresión, cada uno con singulares características, entre estos métodos existen cuatro que son los más comunes:

\_ *Impresión de relieve*: Tipografía: método tradicional de impresión directa y mecánica, donde las partes que imprimen sobresalen y son las que reciben la tinta que será llevada al papel.

\_ *Impresión plana*: Litografía Offset: es un sistema de impresión indirecta por no imprimir directamente sobre la hoja, ya que básicamente es un sistema que utiliza tres cilindros.

\_ *Impresión en hueco*: Hecograbado y Calcografía: el Hecograbado es el proceso en el cual las imágenes son transferidas al papel a partir de una superficie plana cuyas depresiones están hundidas y llenas de tinta. Es por lo tanto un sistema de impresión directo, ya que el papel se encuentra en contacto directo con los elementos impresores.

\_ *Impresión por trama*: Tramigrafía o Serigrafía: consiste en una malla de seda, rayón o nylon la cual se estira por debajo de un marco de madera y se fija a él, se apoya en una rasqueta de caucho, tintas y bloqueadores de malla.

Para la producción de nuestro proyecto los sistemas de impresión que por sus características son los más adecuados, para utilizar, son la Impresión Offset y una nueva técnica de impresión con la tecnología computarizada más avanzada llamada Offset Digital o Impresión Digital. Por tal motivo a continuación mencionamos las características, ventajas e inconvenientes que presentan cada una de ellas.

---



A finales del siglo XVIII y principios del XIX se creó la Litografía Offset, máquina en la que la impresión en tinta pasa de una plancha, que se ajusta en torno de un cilindro, a otro cilindro, el cual se recubre previamente de goma y es el que realmente da la estampación al papel.

Este tipo de impresión permite hacer tirajes a grandes velocidades, por lo general se imprimen tirajes de millares o medio millar como mínimo, si se requieren menos ejemplares el costo es el mismo que si fuera un tiraje normal. Es posible imprimir dibujos a lápiz, puntillados y viñetas, imágenes fotográficas, ilustraciones, etc., se logra que las líneas o filetes se unan perfectamente, evitando que se emplasten. Es posible imprimir medios tonos, además se pueden utilizar papeles rugosos.

Actualmente es el sistema básico de impresión, ya que reduce los costos al mínimo, tiene la capacidad de producir la tipografía clara y legible, es el método más usado para producir revistas, libros ilustrados y folletos.

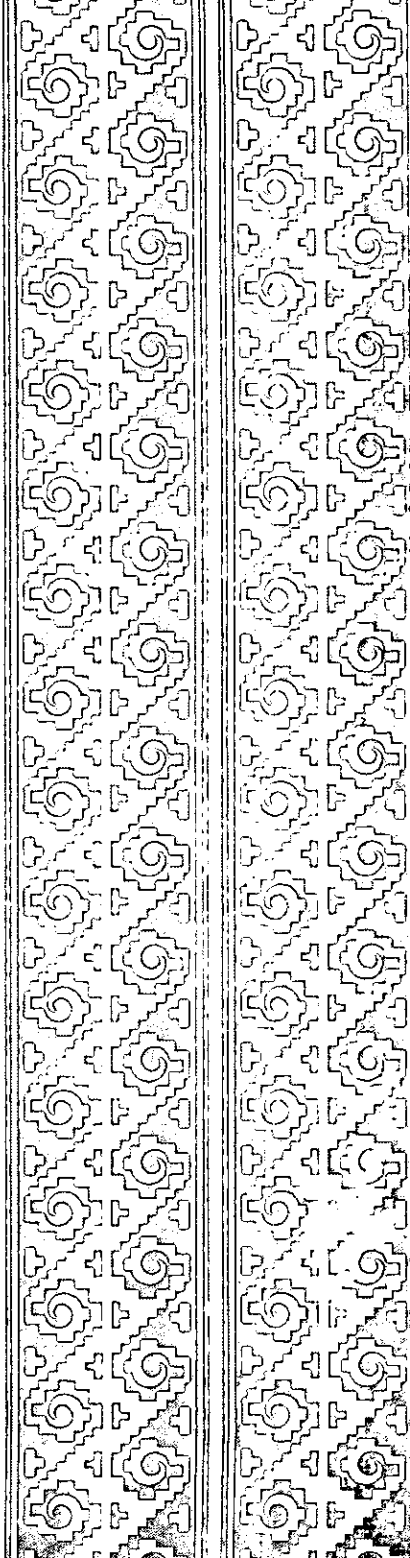
Las prensas de Offset son más rápidas de armar y preparar, el uso de las máquinas es más práctico y sencillo. Sin embargo, el conservar una densidad uniforme de tinta en todas las páginas de un impreso, es un trabajo especial y que cuesta mucho esfuerzo y experiencia a los litógrafos de Offset.

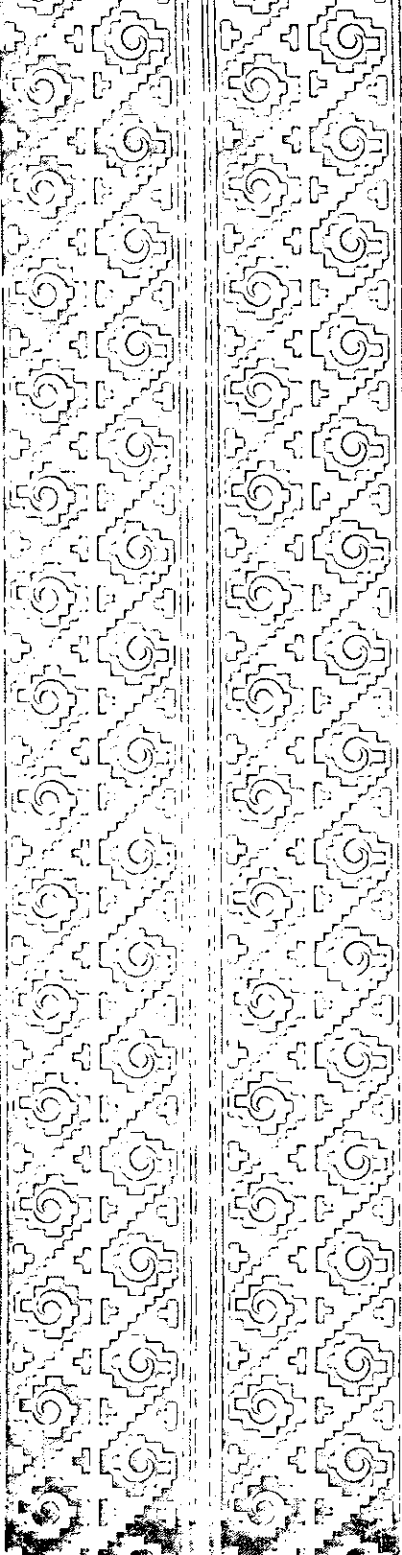
Algunos trabajos que se hacen con Litografía Offset son: cheques e impresos bancarios, etiquetas de papel o de plástico para envases (vidrio, metal, etc.), libros ilustrados a color, carteles, propaganda, etc.

Por otro lado, en la actualidad existe la Imprenta Digital, que cuenta con dos unidades de impresión de cuatro colores (CMYK), cada una a 175 líneas por pulgada, lo cual permite la impresión simultánea por ambas caras del papel, de una pasada o en cualquier combinación.

Brinda la posibilidad de imprimir en alta resolución, cuatro colores directos de archivos postscript, tiene un área máxima de impresión de 32 cm. x 2.70 m. Es compatible con los sistemas Macintosh y Windows.

Es un proceso limpio y seco, sin negativos, ni placas de impresión. No utiliza químicos volátiles, por lo que ayuda a la ecología.





Se pueden imprimir tirajes pequeños, la cantidad que se desee. Los costos son accesibles en tirajes cortos en selección de color.

Las impresiones se pueden realizar en una amplia variedad de papeles, acetatos, albanene, papel autoadherible y otros.

Algunas de sus aplicaciones son: empaques, folletos (dípticos, trípticos), manuales, papelería, posters, revistas, diplomas, invitaciones, menús para restaurantes, boletos (foliados y personalizados), volantes, entre otros.

La composición digital ofrece al diseñador más control en los procesos de producción, en la manipulación de tipo e imágenes, se ha obtenido con todo ello más rapidez, calidad y ahorro de tiempos en todo el proceso de realización de materiales gráficos impresos.

Como ya se mencionó, todo medio gráfico impreso requiere del apoyo de herramientas de tipo, color, textura e imagen para formar un soporte atractivo para complementar y enriquecer su contenido textual, gráfico, etc., con los cuales se reforzará visualmente la información escrita que contenga. Nuestro proyecto gráfico, es decir el folleto, se apoyó en imágenes lo que nos obliga a desarrollar los conceptos de ilustración, fotografía e ilustración fotográfica, con el fin de conocer y comprender la importancia de estos elementos en el campo del Diseño Editorial.

## 1.4 Ilustración

Comenzaremos por conocer a la ilustración como medio de apoyo al Diseño Editorial, así encontramos que se le ha definido de muchas maneras, entre algunas de ellas consideramos las siguientes:

El arte y la ilustración están sumamente ligadas principalmente porque la ilustración tiene como base las técnicas artísticas tradicionales. A ésta se le

---



ha considerado arte en un contexto comercial, ya que la demanda social y económica es la que va a determinar el contenido y la forma de cada ilustración.

Cuando una imagen es creada y empleada para comunicar determinada información, se le denomina *ilustración*. También se le ha denominado como *expresión* ya que es una transformación del pensamiento en una ilusión de la realidad, es una transformación de la concepción individual del autor, por lo que es totalmente subjetiva.

Ilustrar es presentar conocimientos por medios icónicos, es un método cuyo fin es completar un discurso textual, así se debe de mostrar lo que es visual y relatar lo que es intelectual al mismo tiempo, y en ocasiones reforzar un mensaje con la fascinación visual que éste requiera. “Ilustrar es mostrar visualmente con imágenes, documentos gráficos, testimonios visuales, etc., lo que un texto quiere explicar y sobre todo connotar”.(22)

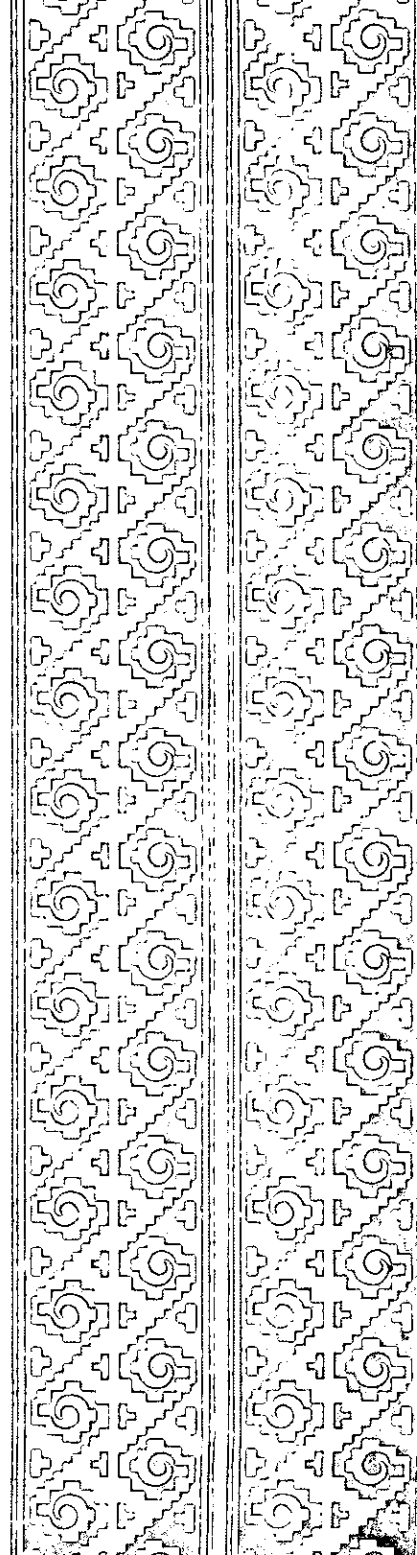
Apoya al texto, redoblando o duplicando el sentido o contenido. Coordinados o más procedimientos de expresión, o formas de lenguaje, logra un reforzamiento recíproco entre ambos elementos, texto e imágenes, hace más real, inteligible, comprensible, explícito, rápido, convincente, interesante y hasta fascinante el mensaje que se pretende comunicar. Las imágenes nos van a mostrar el contenido, el texto nos lo va a explicar.

Editorialmente se ha nombrado Ilustración a toda figura impresa en libros, diarios, revistas o cualquier publicación, que proviene de un original fotográfico o dibujado y ha sido reproducido por cualquier procedimiento, a la vez que apoya al texto haciéndolo más explícito y llamativo.

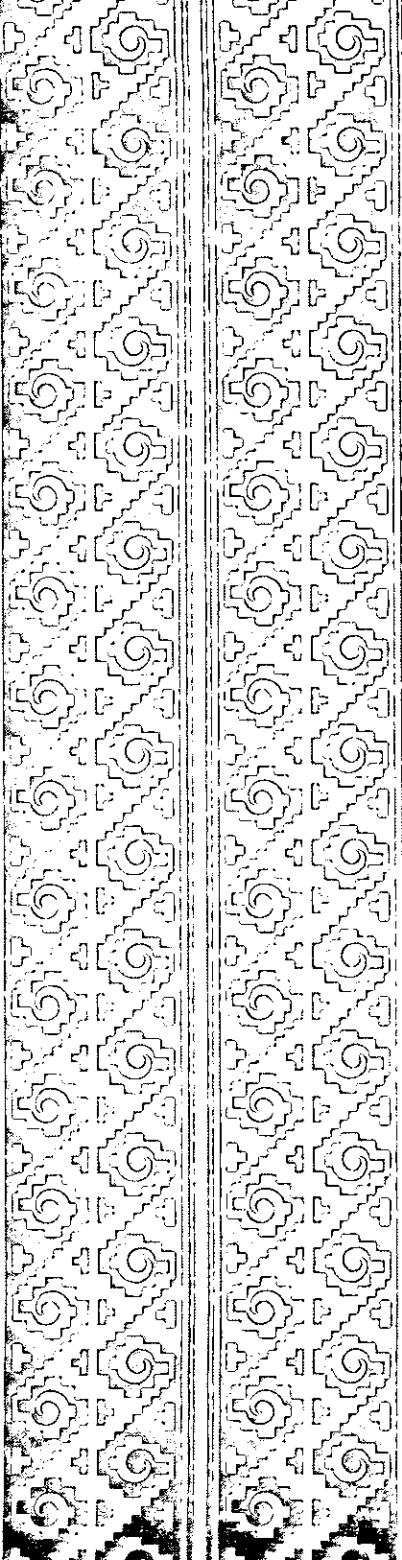
En estos días nos encontramos sumergidos en una civilización o cultura de la imagen, basados en el proverbio *una imagen vale por diez mil palabras*, es por eso que se le da tanta importancia a las imágenes ya que con ellas es posible decir mucho de lo que queremos transmitir, pero por el carácter subjetivo que puede tener una ilustración, es necesario apoyarse en textos, para que nuestro mensaje comunique concretamente el mensaje que deseamos transmitir, evitando interpretaciones equivocadas.

---

(22) Fontcuberta, Joan, *Foto-Diseño*, 2ª edición, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1990, pág 161.







A parte de la ilustración existe otro apoyo visual en el campo del Diseño Editorial y para nuestro proyecto en particular que es la fotografía, por tal razón en el siguiente subcapítulo tratamos este aspecto.

## Fotografía<sup>1.5</sup>

Considerada como un medio visual de apoyo en el campo del Diseño Editorial la fotografía se ha conceptualizado como la forma de registrar, expresar e implemetar todo aquello que vemos.

Editorialmente su principal función es presentar visualmente la información de una publicación, logrando una secuencia narrativa interactuando con el resto de los elementos compositivos de la página (tipografía, color, etc.), relacionados armónicamente entre ellos.

La fotografía en los medios de comunicación impresos, colabora con el texto dentro de la composición general, es decir, puede reforzar el texto ejemplificando con imágenes el mensaje. En los materiales gráficos impresos ilustrados el uso de la fotografía es básico, ya que se utiliza como apoyo al texto, describiendo visualmente su contenido, en ocasiones se utiliza tipográficamente como unidad de puntuación visual, o también como textura de fondo, ya que puede proporcionar un interés gráfico adicional y con potencial evocador, como refuerzo complementario del mensaje, como componente dinámico de la forma, como elemento ornamental y además es posible darle a la página una tercera dimensión variando la escala de las imágenes de la misma.

---



Es una herramienta esencial en el conjunto gráfico, ya que se utiliza como medio que dirige la respuesta del ojo, el cual consiste en usar la línea visual de un retrato para dirigir al lector hacia el texto, todo ello cumpliendo con las reglas de composición de la página; *la visión jamás debe salirse de la página.*

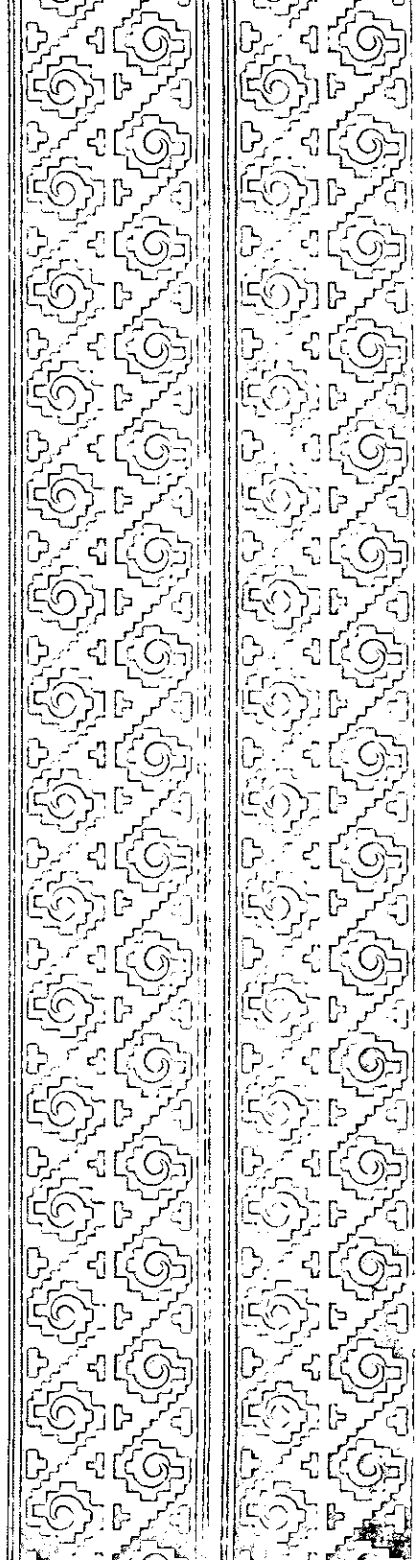
Existen muchos tipos de fotografías; de acción, de retrato, de moda, de reportaje, de la naturaleza, de arquitectura, de técnica, de arte, etc., las cuales se utilizan en los diferentes medios impresos.

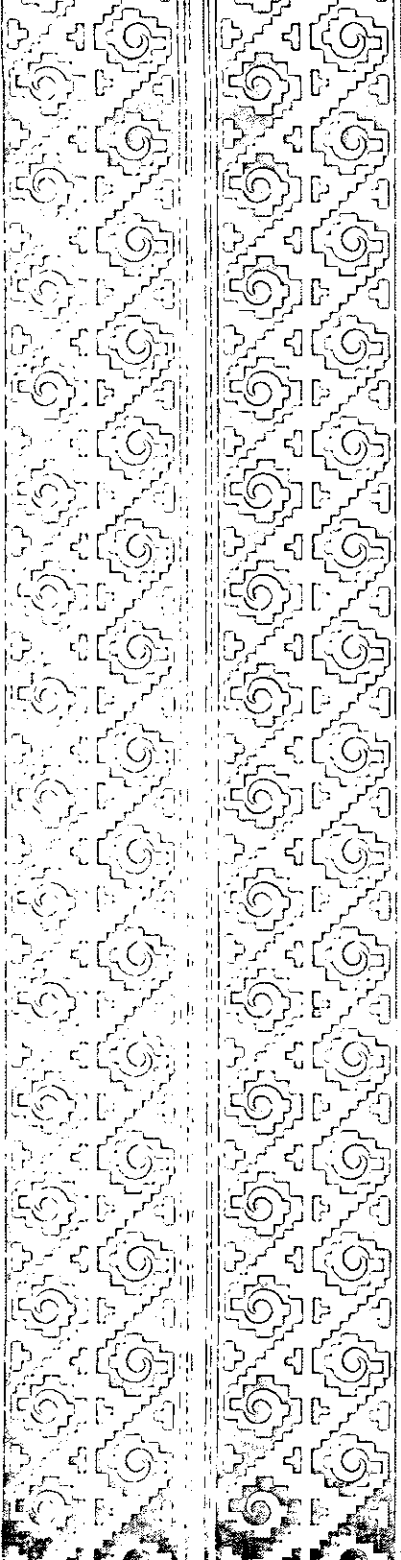
Un impreso editorial posee fuerza visual gracias al uso del color, a la adecuada elección de fotografías, de las cuales su contenido, forma, valores de iluminación y textura, tiene que colaborar en armonizar sus cualidades con la arquitectura de la página.

La importancia de la fotografía en la ilustración de medios editoriales se basa, fundamentalmente, en sus propiedades de reproducción mecánica, ya que facilitan tanto la rapidez de producción como el ajuste y homogeneidad de los elementos compositivos de la página, logrando una mayor calidad de presentación.

Por su carácter objetivo existe una realidad material con la que la ilustración manual no puede competir. La fotografía presenta información visual, pero con ello no puede evocar emociones o adoptar formas figurativas, la fotografía describe de forma directa un estado de ánimo y un contexto, lo cual converge con la ilustración, ya que ésta es una forma más individualizada y subjetiva, se basa en la experiencia e interpretación personal, por lo que sus mensajes son, en muchas ocasiones, indirectos y retóricos, interpretando subjetivamente el sentido de las palabras. La fotografía se esfuerza por obtener un mayor realismo, dinamismo e inmediatez.

La ilustración sirve como complemento narrativo, en los medios editoriales. En un principio fue de tipo documental, pero la fotografía la superó porque su forma narrativa dominó sobre ella. La ilustración editorial se asocia con la narrativa. Actualmente en los medios editoriales el texto e ilustración son complementarios, aunque se les considere como entidades separadas. Para que la ilustración justifique su presencia tiene que vigorizar al texto, puede





por otro lado, darle identidad estilística o cierta continuidad al texto, (ilustraciones de bolsillo), en cabeceras, etc., debe proporcionar comentarios, ambiente, emoción, revelar el pensamiento a través de la metáfora, cosa que la fotografía o las ciencias objetivas no pueden hacer, a pesar de que la fotografía la supera por su forma narrativa. Aunque en comparación con la fotografía no puede igualar la precisión en el detalle, ni en cuanto a valores y color, pero su calidad pictórica real engloba todo aquello que la fotografía no puede lograr.

La fotografía y la ilustración en los medios editoriales son parte de un concepto unificado, porque junto con el texto, el color, las texturas y todos los elementos gráficos de una página conforman una unidad global, por lo que apreciar sólo una fotografía en un soporte editorial, es un error, ya que su función no es hacer bonita la página, ni estar como en una galería de arte, sino complementar visualmente una página junto con los demás elementos.

La ilustración y la fotografía pueden trabajarse en forma independiente, también se concibe la relación estrecha entre estos dos medios que se denomina ilustración fotográfica, la cual reviste también una gran importancia.

## 1.6 *Ilustración Fotográfica*

Considerada como uno de los principales apoyos visuales para un medio gráfico impreso la ilustración fotográfica se puede considerar como la combinación de grafismos y fotografía, texto e ilustración en un trabajo de composición (mise in page), elementos que tienen una estrecha relación entre sí, cuya función en cuanto a estructura es romper un mensaje y hacerlo más expresivo, explícito y atractivo.

Para ilustrar una idea o un texto se pueden utilizar imágenes fijas como en el caso de los folletos, catálogos, libros, secuencias de comics o fotonovelas,

---



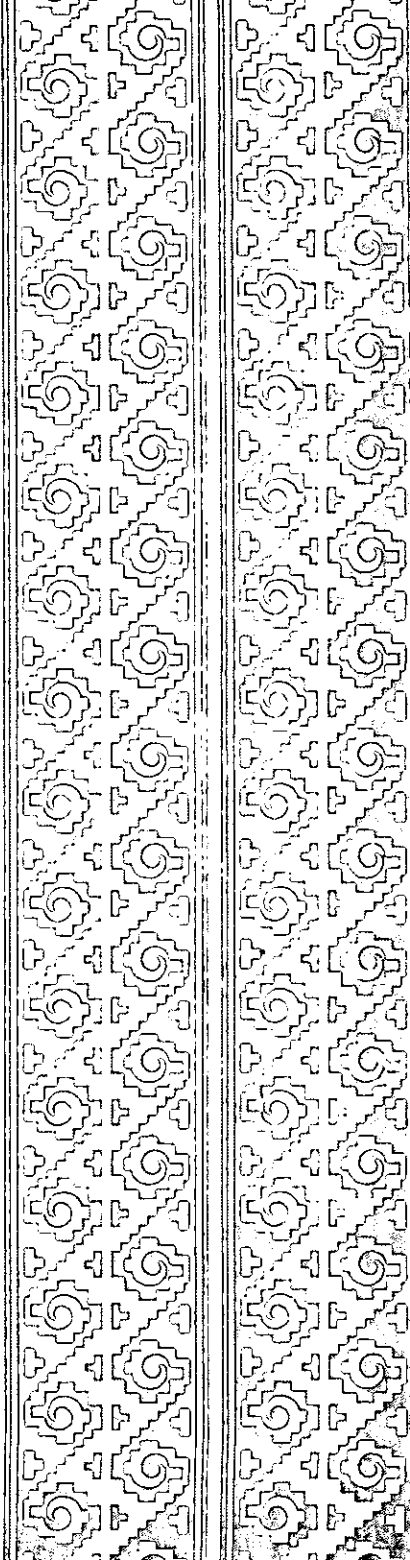
pero sea cual fuere la forma que adquiere la composición, son indispensables las imágenes y los textos para toda combinación gráfica, para la transmisión de mensajes.

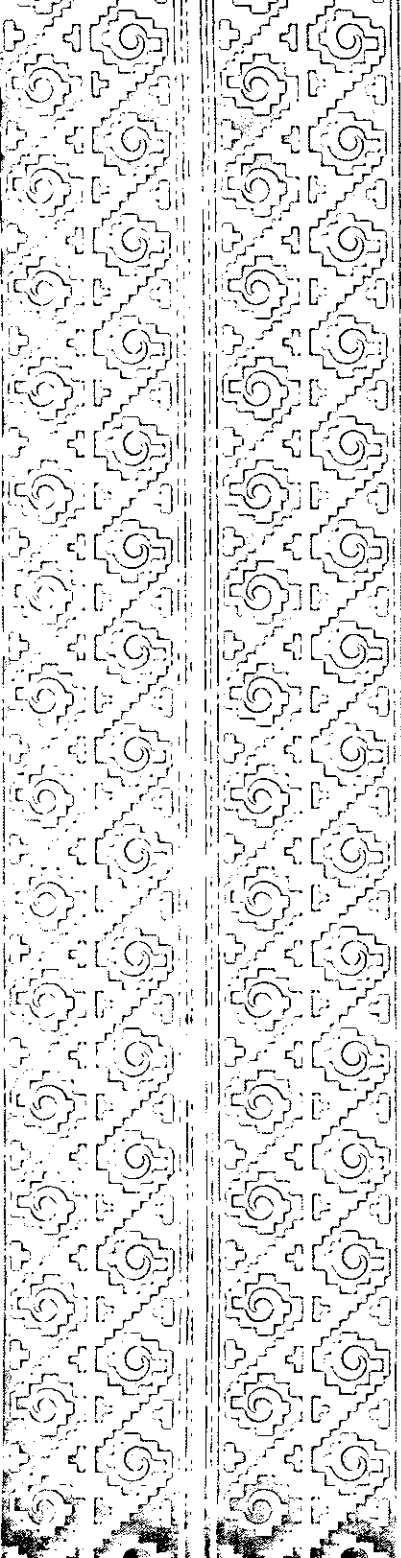
Los textos y las fotografías son independientes uno del otro, pero al interrelacionarse logran formar una unidad orgánica global. El texto y la ilustración son los elementos que originan las relaciones de continuidad espacial en los medios impresos. Su estructuración debe crear un mensaje explícito, expresivo y atractivo, a la vez que cumplir con su función didáctica. La imagen y el texto son complementarios porque la primera es polisémica; tiene varios significados a la vez, tiene un poder connotativo muy elevado y una considerable capacidad estética y emocional, y el texto es pregnante, se impone al receptor.

Ya que las imágenes y las palabras son los elementos básicos y el objetivo de toda combinación gráfica, para la transmisión de mensajes. Ilustración fotográfica es la constitución de dos modos de lenguaje; uno el lenguaje visual y otro el lenguaje escrito. Cuando una imagen tiene un poder connotativo, es decir, que encierra un significado, posee una calidad estética y además es pregnante, impacta al observador y no es necesario tener conocimientos previos para entender el mensaje que nos quiere transmitir. Se le da tanta importancia a las imágenes ya que con ellas es posible decir todo lo que queremos comunicar, sin necesidad de redactar páginas y páginas de textos que expliquen nuestro mensaje.

La ilustración fotográfica, la mayoría de las veces presenta la realidad, con imágenes de carácter similar o igual, por lo cual no se requiere de una educación especial para su comprensión. En muchas ocasiones se limita la función ilustrativa de la fotografía, al documentalismo (libros científicos, pedagógicos, tarjetas postales) donde sólo se presenta como imagen, cumpliendo con la función de presentar visualmente y demostrar lo que los textos están explicando.

Gracias al grafismo aplicado se ha logrado la integración de imágenes y textos, apoyados en la diagramación; distribución global de imágenes, textos, elementos gráficos y espacios, obteniendo una continuidad entre ellos y a la vez una interpenetración. La ilustración fotográfica posee recursos cromáticos





y una excelente calidad técnica de impresión que hacen posible que un mensaje sea más fascinante y logre un mejor impacto en el público al que se pretende llegar.

La ilustración fotográfica es la base fundamental de comunicación en los medios impresos, sus funciones son reforzar los textos ejemplificando con sus imágenes lo que éstos dicen, además puede ser utilizada como apoyo gráfico, como textura de fondo, como acento visual o únicamente para ornamentar una página, pero siempre integrándose con los demás elementos de un medio gráfico impreso, para que en conjunto formen una unidad global.

En suma, el Diseño Gráfico recurre, en ocasiones, a la combinación expresiva y estética de los recursos de la tipografía (texto), ilustración gráfica y fotográfica, esta mezcla técnica encubre en ocasiones la apreciación precisa de cuando una fotografía es la ilustración de un texto, o al contrario, cuando tal vez ninguno se encuentre ilustrando al otro y solamente se constituyen como unidad. Por lo cual para reconocer cada elemento es necesario determinar la función que va a tener cada uno, dentro de la composición.

Esta exposición de conceptos son el sustento para el desarrollo óptimo del proyecto gráfico, ya que permite ubicar y comprender como se constituyen teóricamente los soportes editoriales y en particular el Folleto y su apoyo en la ilustración fotográfica.

Por otra parte para la realización de este proyecto gráfico también es necesario conocer como se define un museo, sus características, sus posibles clasificaciones y el tipo de público que asiste para ubicar el objeto de análisis, por lo tanto en el siguiente capítulo presentaremos una breve semblanza de dicho espacio cultural.

---





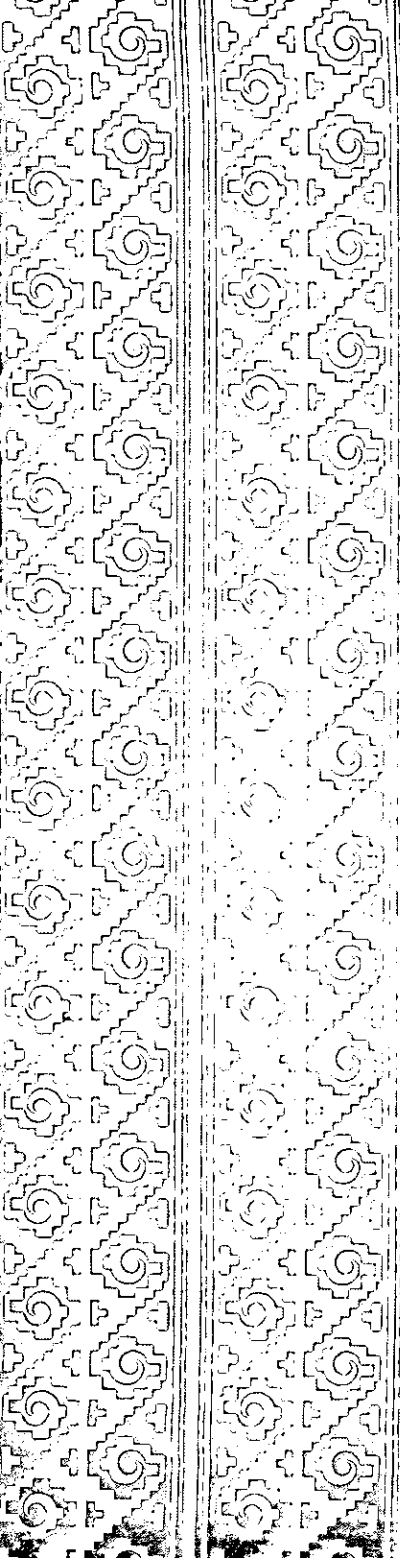


***M*useo,  
*E*spacio  
*C*ultural**

***Capítulo II***







**E**n este capítulo hablaremos del museo, indagaremos sobre su origen, presentaremos las características que le permiten ser clasificado en diferentes campos, así como las disciplinas que desarrolla en su interior, la arquitectura de sus edificios o igual dependiendo del tipo de objetos que expone en cada una de sus salas, todo esto para que posteriormente nos sea posible hacer la clasificación del Museo Diego Rivera, Anahuacalli y rescatar sus características, las que nos permitan proponer una solución gráfica dentro del ámbito editorial adecuada para el tipo de público que lo visita

Como todo espacio público es importante conocer el tipo de visitantes que acuden, por lo que corresponde presentar una posible tipología de éste lo que nos permitirá conocerlo e identificarlo con mayor facilidad.

## 2.1 *Antecedentes del Museo*

**E**l origen del museo no está bien establecido aún, ya que se dice que surgió en la antigua Grecia, donde se le denominó Mouseion al santuario dedicado a las musas y que posteriormente significó *centro de cultura*. En el período romano, los museos fueron como extensiones de los templos, donde se realizaban actividades religiosas, encontrándoseles cerca de las ágoras y las termas. Fueron considerados como lugares públicos de desarrollo espiritual.

En la época del Cristianismo surge el coleccionismo religioso, con la vocación de culto a través de objetos religiosos e imágenes, con ello se enriquece a los monasterios los que posteriormente se convirtieron en centros de educación. No existe para este período el concepto de Museo, es decir, los monasterios son los acervos de la producción artística de esa etapa.

Es hasta el Renacimiento cuando se conceptualiza los museos como lugares en los que se reúnen los objetos destinados al estudio de las artes, las letras y las ciencias. Sin embargo, se ha mencionado también que el origen de los

---



museos son las antiguas colecciones reales de los siglos XVII al XIX, en Europa, con la exposición de colecciones de antigüedades procedentes de excavaciones arqueológicas. Pero en sí se crearon para atesorar el patrimonio cultural de las sociedades, como el producto de una actividad coleccionista de la clase alta.

En el período del Enciclopedismo, siglos XVIII y XIX, los museos se convierten en instituciones oficiales, con vocación académica, cuyas funciones son la investigación, la divulgación y la docencia.

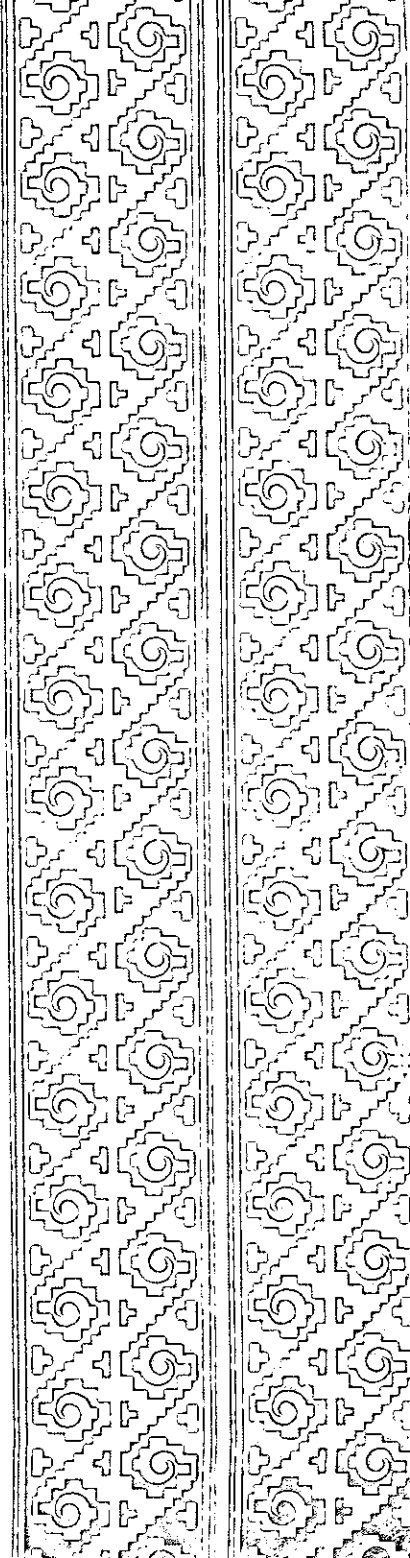
A fines del siglo XVIII los museos se diversifican, ya que son instituciones que tienden al análisis clasificatorio, se dividen principalmente en museos científicos y museos de arte, sin dejar de existir los museos de historia y los nacionales, ya que no dejan de ser globales y encierran varias ramas de investigación.

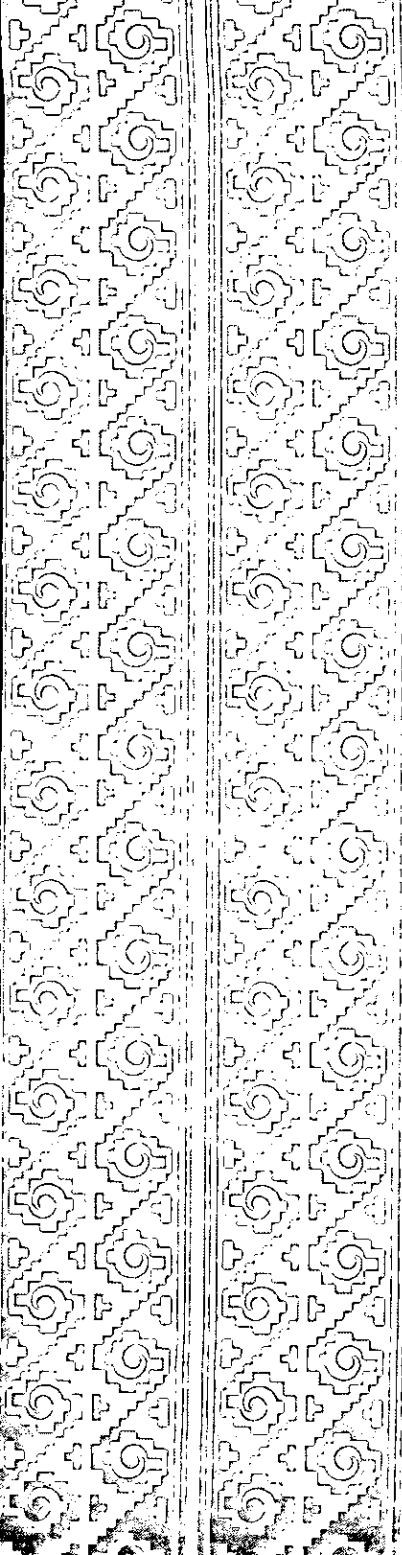
En el siglo XX han dejado de tener un carácter exclusivamente científico, ya que los objetivos de dichos centros se relacionan con proyectos culturales políticos y nacionales. En la actualidad se menciona mucho que los museos surgen de las voluntades políticas, implicando factores económicos, lo que ha traído como consecuencia una proliferación no sólo como empresa estatal, sino también como iniciativa de algunos grupos económicamente activos.

## 2.2 *El museo a fines del Siglo XX*

Con base a la breve explicación histórica sobre el origen y naturaleza de los museos, resulta importante en este apartado referirnos a la concepción que se tiene de ellos en el final del siglo XX.

Actualmente se le denomina así al edificio donde se reúnen, conservan, guardan y exponen colecciones al público. Se les ha llamado centros de exposición pública de colecciones de arte, de propiedad nacional o particular.





“El museo ( o una exposición) es un medio de comunicación. Es un soporte, con muchos medios de comunicación, a través del cual se intenta transmitir información; ésta puede ser de índole muy diversa y abarca desde la obra de un artista, la evolución del hombre, la historia de una nación, los adelantos científicos y muchos otros temas más”. (23)

El museo puede asumir el papel de ser un medio de comunicación, un acervo que está al servicio de la sociedad y en el cual va acumulando cierto número de datos bajo la forma de objetos, de documentos, etc., los cuales se reúnen, clasifican, documentan, inventarian, etiquetan, conservan, restauran, etc., de tal forma que esten disponibles para toda persona que no sólo desee verlos, sino también obtener más información y servirse de ellos.

Por otra parte el *museo* puede ser un instrumento, es una especie de universidad para la sociedad, siendo su lenguaje los objetos que se exponen, de acuerdo al tipo de museo, de público, etc.

Así asume el papel de intérprete de sus propias obras, brinda una mayor información al público y una más amplia apreciación del arte, la ciencia y la cultura. Actualmente se organizan clases para el público, conferencias, proyecciones de películas, exposiciones temporales, talleres para la enseñanza de diversas actividades artísticas y científicas, visitas guiadas, etc., motivo por el que ha sido necesario modificar sus instalaciones, se han requerido salas de estudio, biblioteca, salas de conferencias, restaurante o cafetería, venta de libros, reproducciones y material educativo, instalaciones audiovisuales y salas de proyecciones entre otros, todo ello para dar un mejor servicio a los visitantes.

Los museos han evolucionado, han dejado de ser un espacio de salas y galerías, actualmente se les ha catalogado como monumentos y como contenedores de arte y de ciencia, todo ello gracias a las modificaciones que han tenido las condiciones para la conservación, exposición e iluminación de los objetos, por consiguiente se les ha manejado como *espacios flexibles* en los cuales la evolución sigue su paso.

---

(23) Martínez, Ofelia, Revista de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, Museografía Contemporánea, N° 17, pág. 8



Los objetivos que un museo pretende cumplir son: la “generación, conservación y divulgación de conocimientos nuevos en el área a la cual esta dedicada cada una de estas instituciones, así como mostrar en el contexto más adecuado los objetos que por su importancia son dignos de contemplación”. (24) La conservación de las colecciones y la producción de material de apoyo, en muchas ocasiones interactivos, forman parte básica del discurso museográfico, es decir, el corpus de conocimiento que se pretende poner en común. (25).

“El museo contemporáneo tiende a ser cada vez más dinámico, participativo y seductor” (26), deja de ser poco a poco una cajita de cristal que encierra en ella joyas invaluable para transformarse en un espacio en el que los visitantes establecen relaciones directas con los objetos que se exponen, tanto en su manipulación como involucrándose en el contexto de la exposición.

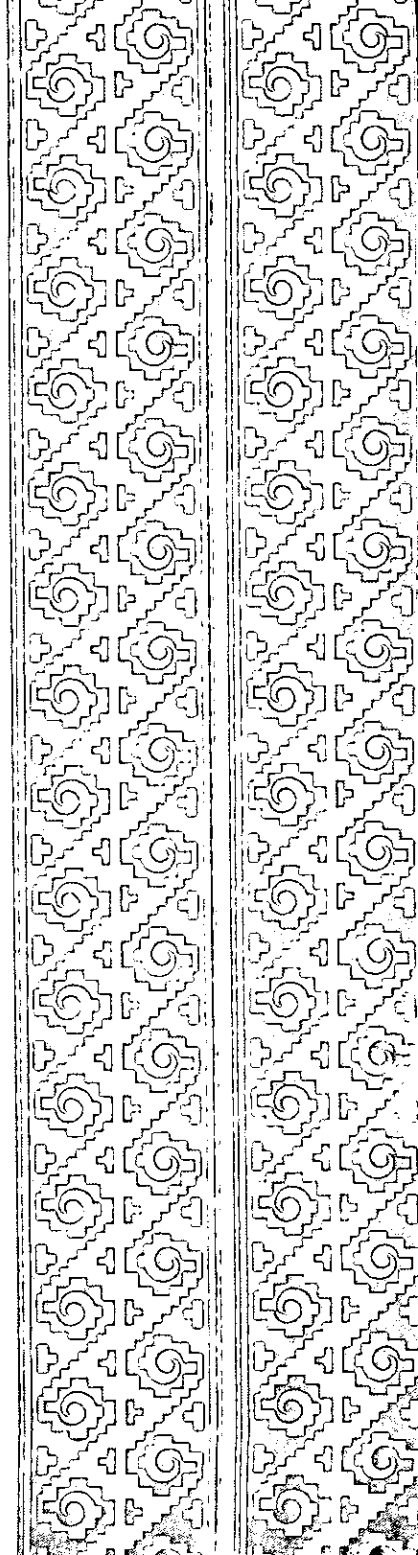
Para Lauro Zavala, profesor-investigador en la Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco y Doctor en Literatura Hispánica por el Colegio de México, “el museo es además de un espacio determinado, alejado de lo familiar, en donde se conservan, exhiben y estudian objetos de interés histórico, científico o artístico, es el espacio del exceso, en donde se acumulan y exhibe el exceso social de la información, en donde se aprovecha el exceso personal del tiempo y se exhiben objetos de existencia excesiva en términos utilitarios, aprovechando un exceso social de espacio que se dedica a las actividades informativas y recreativas”.(27)

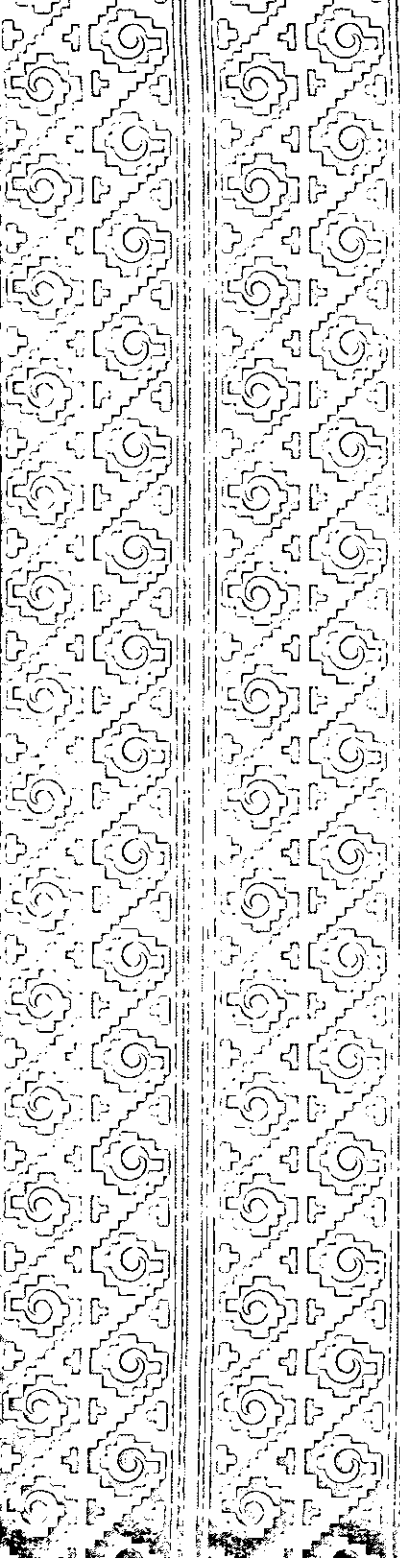
Un museo tiene la capacidad de difusión a nivel masivo, tanto de él mismo como de las exposiciones que presenta. Actualmente ofrece la posibilidad de exhibir y mostrar diversas actividades, aspectos de identidad cultural o simplemente se puede enfocar en áreas culturales que se relacionen con las historia a través de la experiencia contemporánea. El museo puede ser un organizador de exhibiciones, de viajes didácticos, y de igual forma puede ser el centro de reunión de una comunidad y hasta llegar a ser considerado como símbolo de identidad regional.

Tiene todas las posibilidades de apoyarse en la tecnología de punta para ofrecer eventos de mayor calidad, permitiéndose con esto formar parte del entorno cultural de la sociedad.

---

(24) López Monroy, Manuel, *Revista de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, Museografía Contemporánea*, N° 17, pág. 12  
(25) Castillo, Alicia, *Revista de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, Museografía Contemporánea*, N° 17, pág. 18  
(26) López Monroy, Manuel, *Revista de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, Museografía Contemporánea*, N° 17, pág. 16  
(27) Zavala, Lauro, *Posibilidades y límites de la comunicación*. UNAM, México D.F., Ciudad Universitaria, 1993, pág. 31.





Ma. de la Paz Silva, Licenciada en Pedagogía, por la Universidad Nacional Autónoma de México, docente-investigadora en el área de la comunicación educativa, define el museo como “un ámbito institucional en el que se desarrollan prácticas referidas a la colección de objetos, textos e imágenes representativos de un área específica de la producción cultural”. (28)

Muchos de los museos en México están reconocidos a nivel internacional, la mayoría de ellos se enfocan o relacionan con las humanidades y pocos son los que tienen que ver con alguna de las áreas de la ciencia. Pero todos ellos tienen en común las posibilidades que proponen para la difusión de tradiciones culturales y, en especial, la educación los hace centros de interés comunitario.

## 2,3 *Tipologías Museográficas*

**L**as tipologías museográficas nos van a permitir clasificar a los museos en diferentes ramas, dependiendo de sus características físicas, funcionales, financieras, etc., para facilitar el estudio e identificación de los museos. A continuación presentamos algunas de estas clasificaciones que se han realizado a lo largo de los años, por investigadores y especialistas museográficos mexicanos y extranjeros, algunos docentes de la Universidad Nacional Autónoma de México.

---

(28) Silva, Ma. de la Paz, Posibilidades y límites de la comunicación. UNAM, México D.F., Ciudad Universitaria, 1993, Pág. 91.



## 2.3.1 Tipología Arquitectónica

Se encarga de analizar las relaciones internas, de cada museo, entre su forma arquitectónica y su discurso expositivo. Así podemos encontrar museos de mayor multiplicidad de usos y gran tamaño hasta museos especializados muy pequeños.

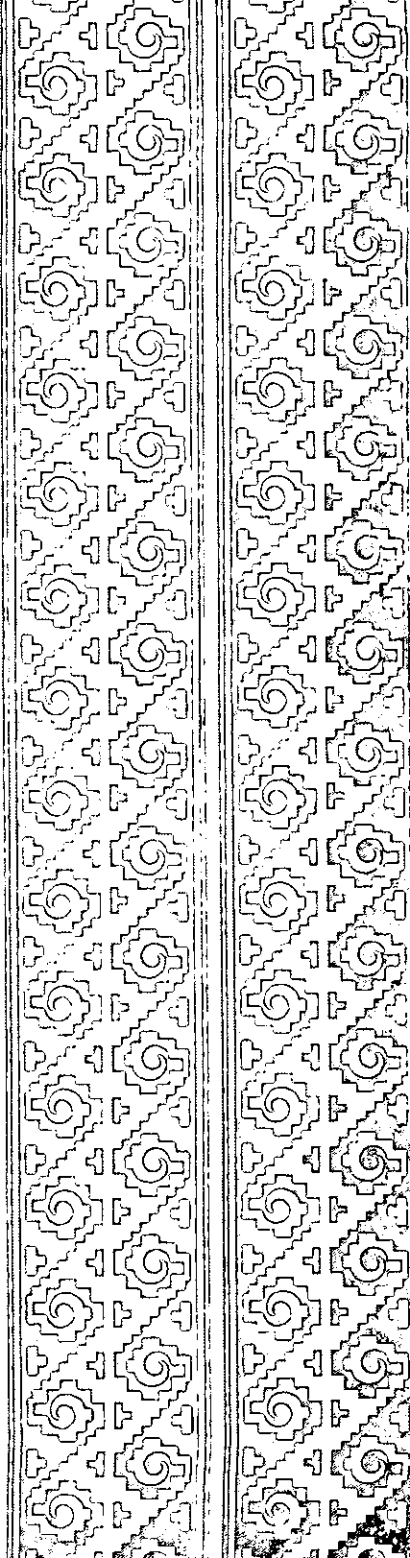
Para poder clasificar a los museos esta tipología establece grandes grupos según su programa, tamaño, estructura espacial, sistemas de iluminación, programa, etc., características que tienen una estrecha relación con el discurso interior del espacio, así es posible establecer seis apartados:

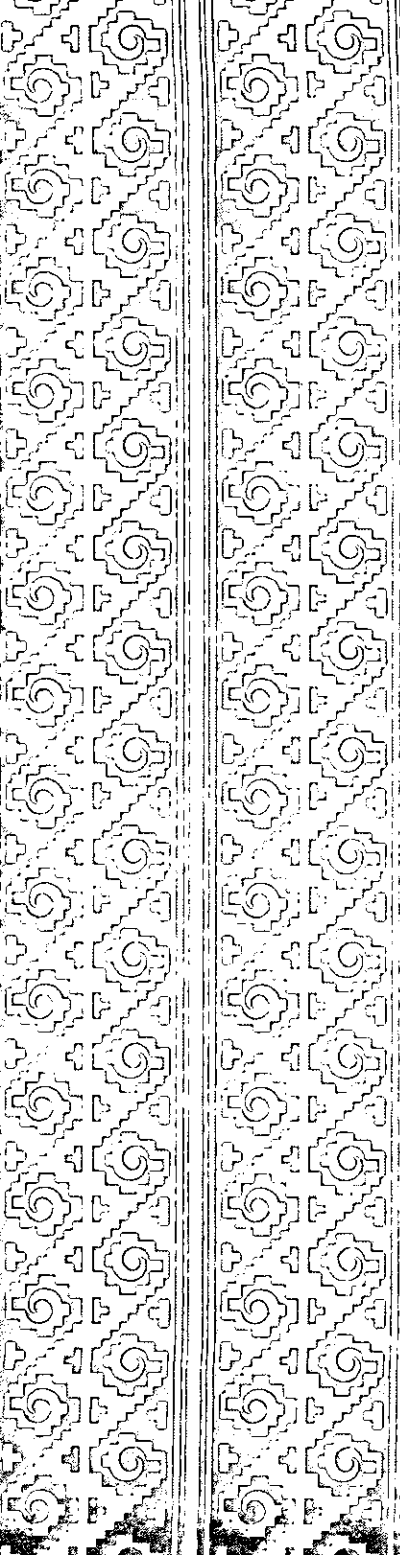
- A.- *Grandes complejos culturales.*
- B.- *Grandes museos nacionales de arte.*
- C.- *Museos de arte contemporáneo.*
- D.- *Museos de la ciencia, la técnica y la industria.*
- E.- *Museos cívicos o municipales.*
- F.- *Galerías y centros de arte contemporáneo.*

A.- *Grandes complejos culturales.* En ellos el museo se acompaña de otros servicios culturales, pero las salas de exposición y el museo son primordiales. Son un conjunto que alberga bibliotecas, auditorios, teatros, centros administrativos, sedes de instituciones culturales, academias y escuelas de arte, centros de investigación, salas de reunión y restaurantes.

Dentro de sus principales características presentan las siguientes:  
Es un contenedor urbano, de forma prismática, con toda la diversidad de funciones instaladas en un interior homogéneo. Poseen una alta tecnificación. Los edificios disponen de suficiente claridad volumétrica, tipológica y simbólica, para que el visitante se oriente en el interior del conjunto e identifique fácilmente las diferentes partes del edificio.

---





Afluencia de público: turistas, colegios, especialistas.

Reutilizan zonas de la ciudad antigua, rehabilitando edificios históricos para fines culturales, configurando sistemas de museos, bibliotecas, salas de exposiciones, instituciones artísticas, etc.

*B.- Grandes museos nacionales de arte.* Albergan grandes colecciones nacionales de arte, guardan la memoria artística del país. Por lo general se construyen en las grandes capitales, de gestión estatal y tiene una gran afluencia masiva de visitantes, además de la necesaria ampliación y actualización de las colecciones y de los sistemas de presentación. Poseen un alto valor ideológico y político por ser *nacionales*.

Presentan el arte nacional como elemento cultural cohesionador de los propios ciudadanos y muestran el arte propio a los visitantes foráneos.

Desarrollan un programa de arquitectura monumental y escenográfica, son edificios de gran tamaño que presentan una monumentalidad en los pórticos de entrada y el tamaño de los espacios interiores definen tipológicamente estos edificios. Por sus características tienden a ser museos espectáculo, basados en el gigantismo de sus interiores, en su riqueza ornamental y en el continuo fluir de la gente. Además poseen espacios colectivos que permiten una gran afluencia de público: colosales vestíbulos de acceso, nobles escalinatas, amplias galerías de circulación, grandes espacios y amplias zonas de estar.

*C.- Museos se arte contemporáneo.* Alojan colecciones de arte contemporáneo en espacios de dimensiones medias. Tienen un programa complejo y se le denomina como centro activo.

En muchas ocasiones requiere de espacios configurados especialmente para una instalación concreta, en otras tantas, las obras exigen a los edificios infraestructuras especiales, necesitando espacios con un sofisticado soporte tecnológico.

Estos espacios poseen cualidades como flexibilidad, versatilidad y un elevado nivel tecnológico. Requieren ser edificios adaptables, con cierta capacidad de crecimiento, ya que la versatilidad de establecer colecciones cerradas lo requiere.

---



*D.- Museos de la ciencia, la técnica y la industria.* Se consideran centros didácticos, con la concepción de museo como centro activo y estrechamente relacionado con el contexto, resultado de la socialización de la ciencia y la cultura que aporta el siglo XX.

Son museos interactivos, se basan en la intervención y manipulación del público, centrada en una misión experimental y pedagógica. Su objetivo principal es formar centros de influencia respecto a la comunidad, lugares de formación, núcleos que potencien la cohesión cultural y social.

En ellos predomina el esfuerzo intelectual y el dinamismo del espectador para ir recorriendo las partes del museo ordenadas como discurso.

Lo que muestran estos museos no tiene un alto valor económico, son únicos, artísticos e irremplazables, esencialmente de dos mundos: el natural y orgánico y el artificial e industrial.

Se apoyan en soportes explicativos, aparatos didácticos: paneles, expositores, series de objetos, fotografías, esquemas, dioramas, proyecciones, audiovisuales, juegos, aparatos demostrativos, maquetas, reproducciones, etc. El visitante manipula los aparatos, lo que le permite experimentar con la luz, el sonido, la mecánica, la óptica, etc. Con lo que resuelve en la escala del mecanismo la fascinación de cada aparato. (Vease Foto 9 y 10)

Su arquitectura debe aportar el contenedor donde ilustrar todo el sistema museológico, debe ceder terreno, formalmente, al contenido, a las piezas que aloja.

Muestra un nivel de tecnificación muy alto que va desde el soporte técnico del edificio y lo sofisticado de cada aparato, hasta todos los sistemas de información por parte de los visitantes.

*E.- Museos cívicos o municipales.* La primordialidad en ellos son las piezas de las colecciones. El espacio arquitectónico está en función del carácter, tamaño y características de cada objeto. La arquitectura va definiendo los ámbitos más adecuados para percibir estas piezas: forma de la sala, sistema de iluminación, textura de los muros, soportes de las piezas, etc.



Foto 9. "Magical Patterns", Museo de los Niños, Manhattan

Fuente: Zavala, Silva, *Possibilidades y Límites de la Comunicación Museográfica*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, D.F., Ciudad Universitaria, 1993, pág. 87.

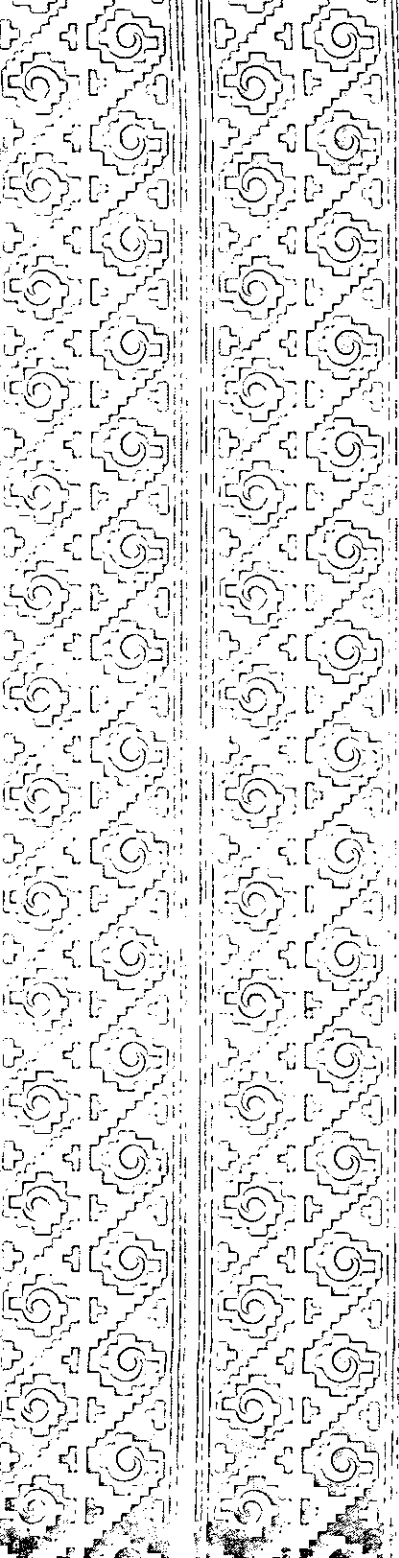


Foto 10. "Magical Patterns", Museo de los Niños, Manhattan

Fuente: Zavala, Silva, op. cit., pág. 87.







Estos museos se relacionan con proyectos basados en el diseño del sistema de soportes y el acondicionamiento espacial sala por sala. Considerándose una arquitectura de interiores, de fragmentos, más que del edificio en sí. El espacio de estos museos va plegando y anudando en el interior en función del carácter de las piezas.

*F.- Galerías y centros de arte contemporáneo.* Espacios menores que se encuentran en contacto con el arte más reciente, que aún no es pieza de museo. No se consideran museos, pero en ellos se ensayan soluciones y se plantean relaciones espaciales con mayor libertad que en un museo, para que a la larga puedan aplicarse. En ellos las obras de arte juegan con el espacio, lo interpretan, desbordan y trascienden.

Los centros y galerías de arte permiten vislumbrar los museos del futuro, ya que en ellos se da una relación abierta, activa y tensa entre espacio y obra de arte. No exhiben colecciones permanentes, son centros de promoción o de formación artísticas. Las exposiciones son temporales. En muchas ocasiones los artistas conciben sus intervenciones, cuadros, esculturas, instalaciones, máquinas, etc., en función del lugar y del espacio de cada galería. Las galerías de arte realizan promoción privada y los centros de arte contemporáneo promoción pública.

---



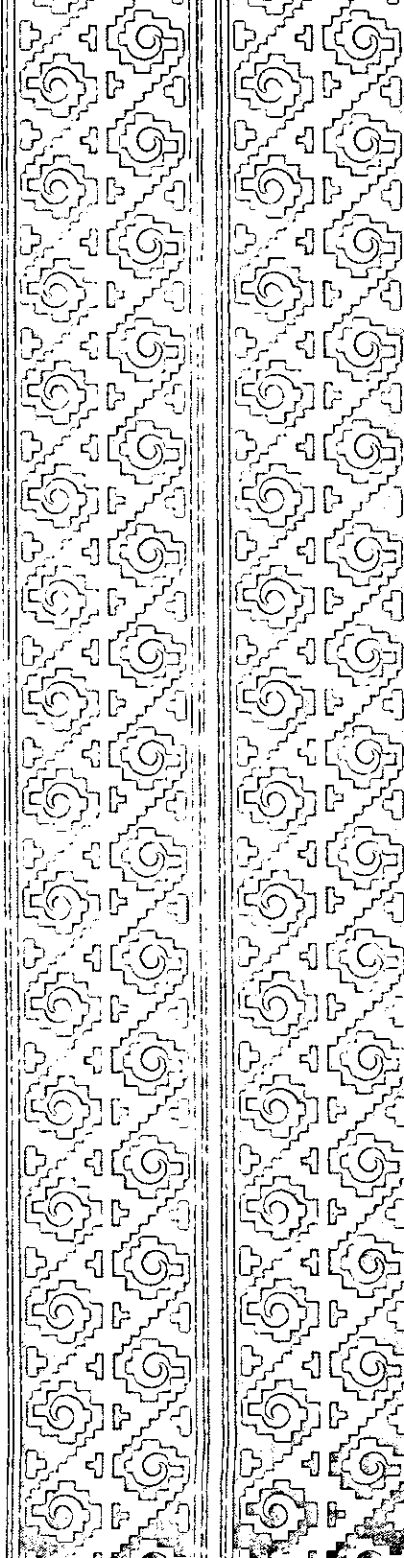
## 2.3.2 *Tipología museográfica según la disciplina que se desarrolla*

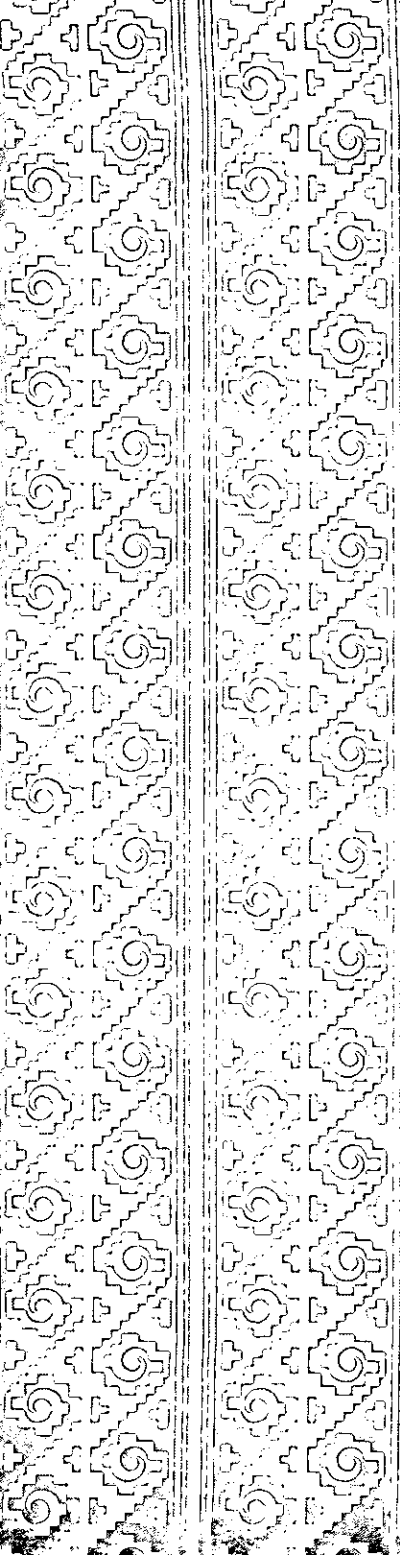
La característica principal que define a un museo es la hetero/homogeneidad de su contenido. Entendiendo como disciplina aquella actividad humana que presenta un cuerpo de doctrina en sus reglas y métodos operados con una instrucción artística, histórica, científica o técnica, es posible clasificar cinco grupos de material museable dependiendo de su orientación, ya sea hacia el Arte, la Historia, la Ciencia, la Tecnología o la Etnología.

Al presentar objetos como museables traen implícito un valor estético-cultural considerable, valor cultural reconocido por ser expresivo de un nivel de la civilización y valor estético conferido, sin necesidad de detenerse a la voluntad interna del autor por haber algo bello y útil, por su presentación adecuada, por el grado de emoción afectiva, percepción y sensibilidad que produce en el espectador que lo contempla. Cualquier objeto que hable de una religión, costumbre, forma de ser de un pueblo, posee esa cualidad estética, aunque por su finalidad pertenezca al campo de una disciplina no propiamente artística.

Podemos clasificar a los museos en cinco grupos dependiendo de la disciplina a la que caracterizan las piezas que albergan:

- A) *Museos de arte.*
- B) *Museos arqueológicos.*
- C) *Museos de Historia.*
- D) *Museos de Etnología.*
- E) *Museos de Ciencia.*
- F) *Museos de Tecnología.*





*A) Museos de arte:* acogen piezas de las civilizaciones dotadas implícita y cualitativamente de un valor artístico, conferido por la intencionalidad del autor, por el reconocimiento de la Historia y la crítica artística y por pertenecer al campo del arte, sin olvidar que ésta es la actividad que cobra su naturaleza y dinamismo dentro de la Historia. Crea una categoría independiente la cual rige principios museísticos que difieren de la estructuración de los museos históricos propiamente dichos; pintura, escultura, arquitectura, poesía, música, artes dramáticas, artes gráficas, artes industriales y artes menores.

*B) Museos arqueológicos:* Conciernen tanto al legado que la antigüedad ha dotado como a los permanentes descubrimientos de las excavaciones, por lo que se encuentran en constante renovación y enriquecimiento. La Arqueología como unidad práctica y ciencia subsidiada de la Historia define a sus obras como artísticas y sigue los principios de conservación y exposición propios de los postulados museológicos.

Es considerado como objeto arqueológico todo aquel que ofrece una antigüedad probada y cuyo valor para la Historia, el Arte y la Cultura sea considerable.

*C) Museos de Historia:* se definen en esencia por la exposición del material ideológico, narrativo y discursivo de los hechos y cambios sociales que han afectado a la historia de las civilizaciones.

*D) Museos de Etnología:* son los encargados de los estudios de las civilizaciones, materiales y los fenómenos de supervivencia caracterizados por las artes y oficios populares. Los criterios de los etnólogos no atienden tanto al valor *cualitativo* de la pieza como al *testimonio* que ella ofrece de los usos, costumbres, idiomas, escritura, folklore y demás características distintas de razas en general o particular.

*E) Museos de Ciencia:* recogen, estructuran y analizan piezas de carácter científico, su interés principal es el estudio de la evolución de los objetos

---



naturales, transformados, conservados en su naturaleza originaria o incorporados por la sociedad al mundo de la ciencia más que en ser instrumentos poderosos de los logros, condicionamientos y progresos humanos.

En ellos incluimos todas las materias que han obtenido resultados *científicos* mediante conocimientos ordenados, sistematizados y basados en hechos ciertos y concretos.

*F) Museos de Tecnología:* se conforman por artes, materiales, objetos y métodos mencionados anteriormente. La tecnología se define por su materia o disciplina artística, histórica o científica. (Vease Foto 11)

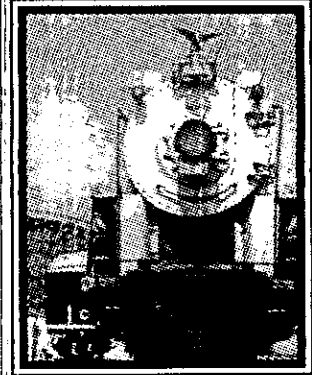


Foto 11. Museo Tecnológico de CFE  
Fuente: Maivido, Cerda. *Atlas cultural de México. Museos.* Grupo Editorial Planeta, México, 1987, pág. 106.

## Tipología <sup>2.3.3</sup> museográfica dependiendo del tipo de objetos que se exhiben

**P**ara realizar la clasificación museológica con base en el grado de generalización o especialización objetual ubicado en cada museo, es necesario conocer e ir dosificando, tanto cualitativa como cuantitativamente, los objetos museísticos que se exponen en los museos, para así poderlos ubicar en alguna de las tres categorías que se proponen a continuación:

- A) *Museos generales.*
- B) *Museos especializados.*
- C) *Museos mixtos.*

**A) Museos generales:** predomina la idea de Arte Absoluto Universal, en ellos se encuentran las más amplias actividades artísticas, de todas las épocas, etapas cronológicas, áreas geográficas, técnicas ejecutivas múltiples y tendencias estilísticas heterogéneas. Su tendencia principal es acaparar el arte mundial.



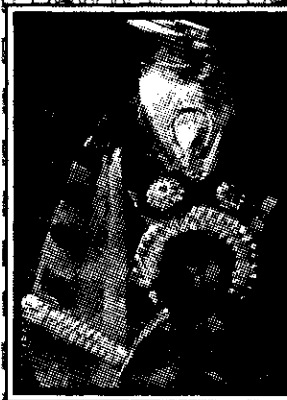


Foto 12. Museo de la Charrería, Toluca.  
Fuente: Malvido, Cerda, op. cit., pág. 78.

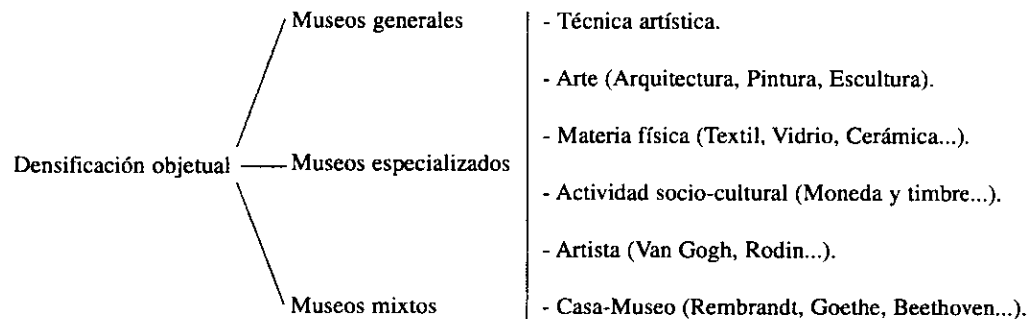
**B) Museos especializados:** considerados centros de información o de investigación irremplazable para un país, un hombre o un arte. (Vease Foto 12)  
Sus categorías establecidas corresponden a:

- a) Una técnica artística.
- b) Un arte que a la vez pueda modificarse en subcategorías que atiendan a periodos estilísticos, cronológicos, etc.
- c) Un material físico.
- d) Una actividad sociocultural.
- e) Un artista.
- f) Casa-museo.

**C) Museos mixtos:** combinación entre los museos generales y los especializados. De los primeros toman la heterogeneidad de contenido en lo que concierne a la diversidad de técnicas artísticas, contrarrestando con los caracteres que peculiarizan a los museos especializados que atienden a la exposición de un universo concreto.

Poseen una homogeneidad en las ideas y una heterogeneidad en la forma de expresarla, con lo que llegan a una coherente conjunción de teorías básicas y métodos museográficos. (Vease Cuadro 2).

CUADRO 2



Fuente: León, Aurora. *El Museo. Teoría, Praxis y Utopía*. Ediciones Cátedra, S.A. España, 1982, pág. 154.



## 2.3.4 *Tipología museográfica según la propiedad*

La clasificación museológica según la propiedad se realiza con base en la configuración del museo que nos interesa investigar. Dicha configuración depende principalmente de la entidad a la que pertenezca dicho espacio cultural.

De acuerdo con las fuentes de financiamiento los museos se pueden clasificar en dos tipos:

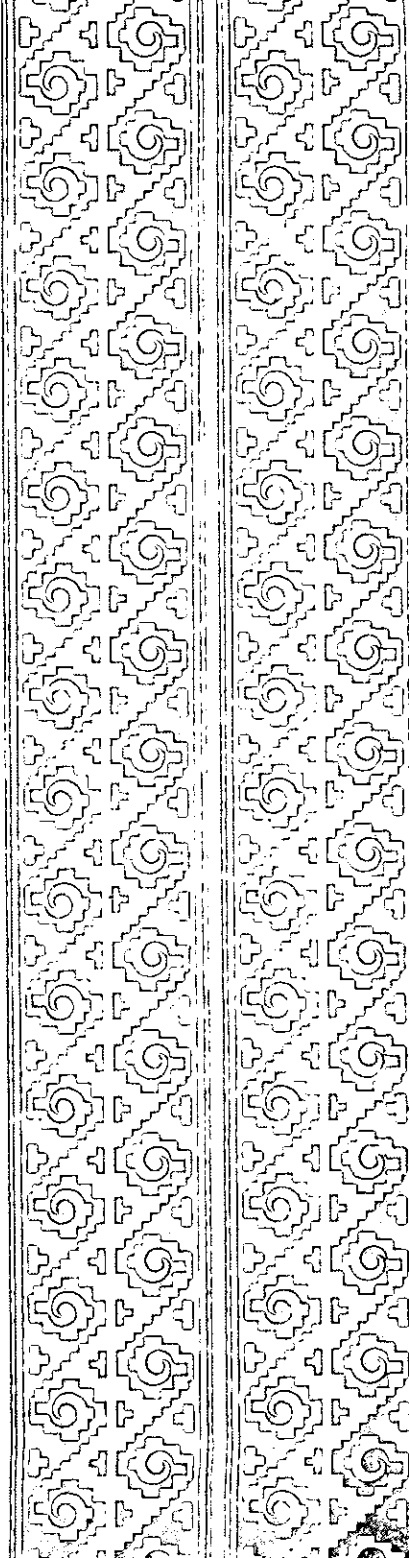
A) *Museos públicos.*

B) *Museos privados.*

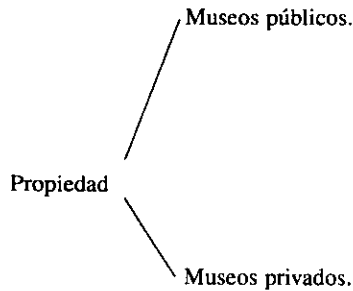
A) *Museos Públicos:* son parte del Patrimonio Nacional, están financiados por el Estado, municipios o instituciones ligadas a organismos estatales y ministeriales. Existen subcategorías en las que se reúnen los museos que no son en un cien por ciento propiedad nacional que dependen de arreglos, convenios, de situaciones transitorias o de pactos legislativos, por los cuales no se puede definir una situación estable de la propiedad.

El gran inconveniente que presentan es de tipo económico, la falta de presupuesto suficiente, muy a menudo deficiente para afrontar hasta las más elementales actividades.

B) *Museos privados:* sus fuentes de ingresos son suministrados por una fundación de tipo privado, familiar, personal o institucional. Considerados como auténticos complejos industriales, cuentan con amplios presupuestos, manejados en el campo de las finanzas y del mundo artístico. Ellos se encargan de crear sus promociones y propaganda, lo cual les sirve de base principal para su desarrollo. (Vease Cuadro 3)



CUADRO 3



- Estatales (Patrimonio nacional, ministerios...).
- Estatales + Institución cultural (Academias, Departamentos universitarios).
- Municipales (Ayuntamiento, Diputación...).
- Eclesiásticos (diocesanos catadralicios...).
- Autonomía del Estado.
- Tutela o subvención parcial de alguna entidad estatal.

Fuente: León, Aurora, *El Museo. Teoría, Praxis y Utopía*, Ediciones Cátedra, S.A. España, 1982, pág. 166.

## 2.1 *Público*

**E**l visitante de un museo es el lector real de un discurso museográfico, entendiendo por discurso museográfico el proceso de comunicación museográfica, en el que se interrelacionan las expectativas del visitante con la producción de una exposición, en un espacio museográfico, llamese museo, centro de ciencias, de historia, galería, etc.(29).

El público de un museo es el receptor del mensaje, convirtiéndose en el lector del contexto al que se enfrenta y de interpretar la exhibición. Al estar frente a una exposición primero debe de ubicarse en el contexto del cual trata dicha

---

(29) Zavala, Lauro, Op. cit., pág. 35.



exposición, ubicando los elementos estéticos, científicos, históricos, etc. Posteriormente se encuentra con la objetivación de otra persona, llámese artista, científico, museógrafo, historiador, etc., se coloca frente a lo que otra persona quiere decir a través de su obra, este algo puede ser un mensaje o un concepto. Y finalmente según haya sido su relación tanto afectiva como cognoscitiva con la exposición, podrá definir si fue una exposición didáctica divertida o sí a través de ella obtuvo otros conocimientos.

También es posible clasificar al público asistente a los museos, dependiendo de su cultura y desplazamiento en una exposición, con ello podemos identificarlos con mayor rapidez.

## 2.4.1 Tipos de público

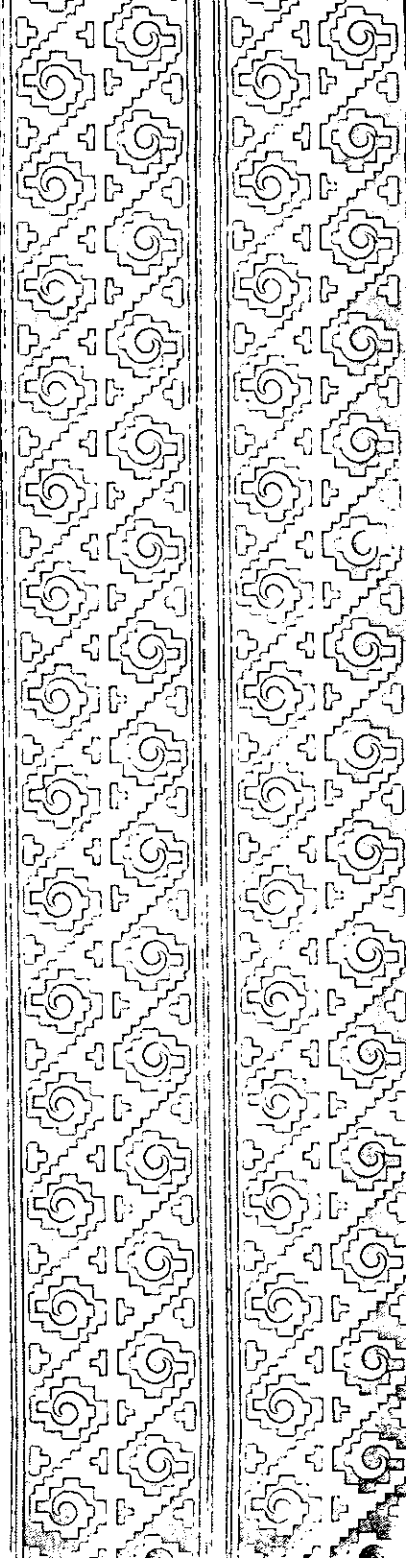
La clasificación que podemos hacer para los tipos de público que asisten a los museos está basada en tres puntos históricos fundamentales:

I.- Los cambios en la concepción que la sociedad tiene de la cultura, a lo largo de la historia.

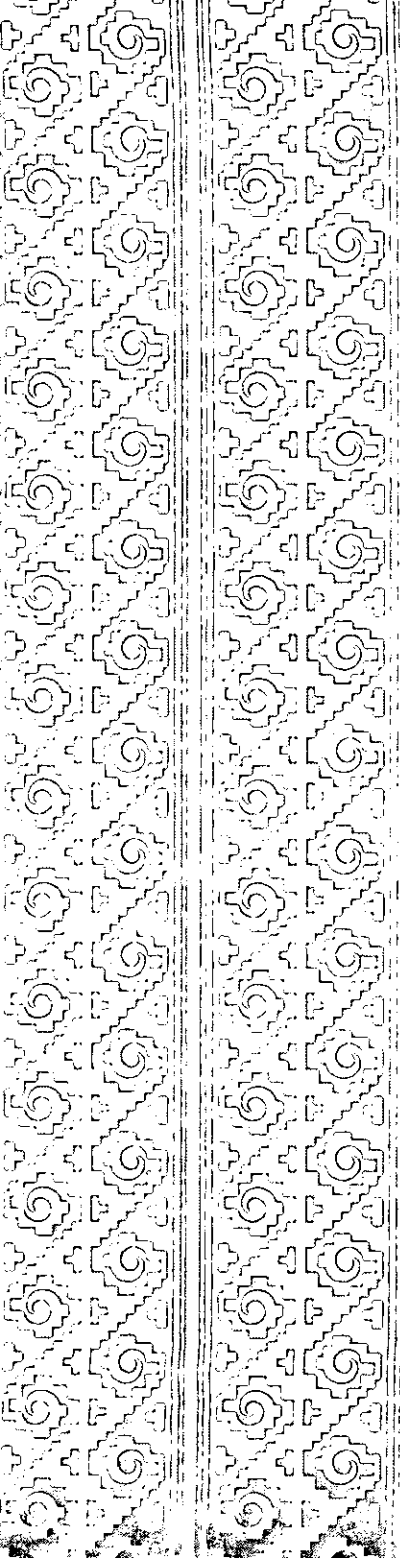
II.- La necesidad cultural del proceso educacional. Desde la curiosidad (primer movimiento cultural humano), el deseo de aprender, la información educación del gusto y de la sensibilidad, hasta las cimas superiores del conocimiento, (comprensión intelectual, crítica enjuiciamientos, confrontaciones, relaciones intelectuales, autocrítica, etc.

III.- Diversidad de niveles intelectuales, no precisamente basado en un principio único de enfoque socio-educacional, ya que, a un mayor nivel educacional (social) no corresponde necesariamente una capacidad intelectual superior.

---







Benoist, museógrafo e investigador francés, considera mas atinado un museo que atiende a la instrucción a un doble nivel:

- Nivel uno para investigadores; el museo -laboratorio.
- Nivel dos para el gran público; el museo- atracción.

Sin embargo existen muchas y muy diversas formas de clasificar al público.

Podemos hacer una clasificación de público con base en su nivel intelectual, socio-cultural, a los contactos con el personal del museo y el público, a los tipos de museos y a los medios educativos que se emplean:

• *Público especializado*: cuantitativamente escaso; se conforma por varios estratos que abarcan:

- Investigadores y científicos.
- Eruditos.
- Becarios.
- Licenciados universitarios que realizan prácticas profesionales de museo o estudios de investigación.
- Artistas, considerando copistas y reproductores.

Para ellos el museo es un centro de investigación (museo-laboratorio) en el que su objetivo es el científico, global y especializado, se apoyan en un análisis metódico de las piezas y de cuantos medios históricos, técnicos y auxiliares les sean necesarios y pertinentes.

El contacto de este público y el personal del museo se ubica principalmente con los dirigentes y técnicos especializados (directores, conservadores de diversas secciones, restauradores, bibliotecarios, archiveros y administrativos, sobre todo en los estudiosos cuyos trabajos dependen directamente del centro museístico (becarios, universitarios en período de prácticas profesionales, etc.) y los investigadores, eruditos o críticos, independientes en su labor científica, se relacionan directamente con los dirigentes del museo.

---



• *Público culto*: minoritario cuantitativamente, pero complejo cualitativamente en el nivel sociocultural, lo conforman:

- Estudiantes universitarios (área de Humanidades).
- Profesionales de titulación universitaria (médicos, abogados, arquitectos...).
- Clase social alta, pero sin titulación profesional.

Este público tiende a desarrollar en mayor o menor grado la capacidad intelectual y la sensibilidad, se les puede atribuir un tipo de *museo estético*, calificado como concepto aislado o quizá contrapuesto al *museo educativo*. Las motivaciones de este público para asistir a dichos museos son principalmente la búsqueda del placer (tanto de orden intelectual y estético como por descanso cambio o evasión) y el profundizar en sus conocimientos.

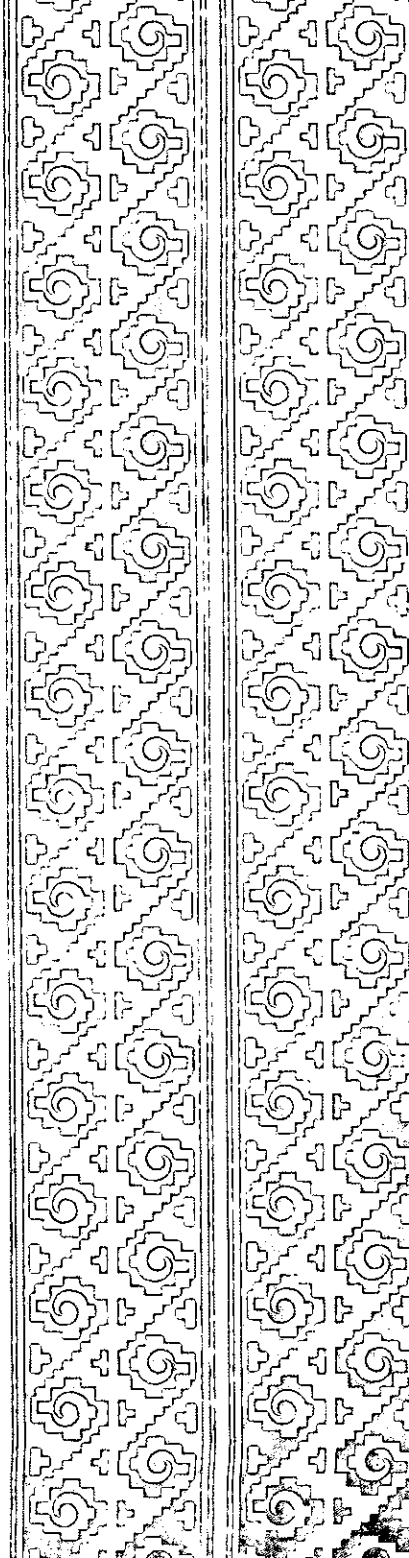
El museo educativo tiene como meta hacer admirar e instruir dejando amplios y sugerentes caminos de acceso libre a la comprensión e instrucción de las obras, para el público culto y al conjuntarse con fines educativos, formativos e informativos para el gran público.

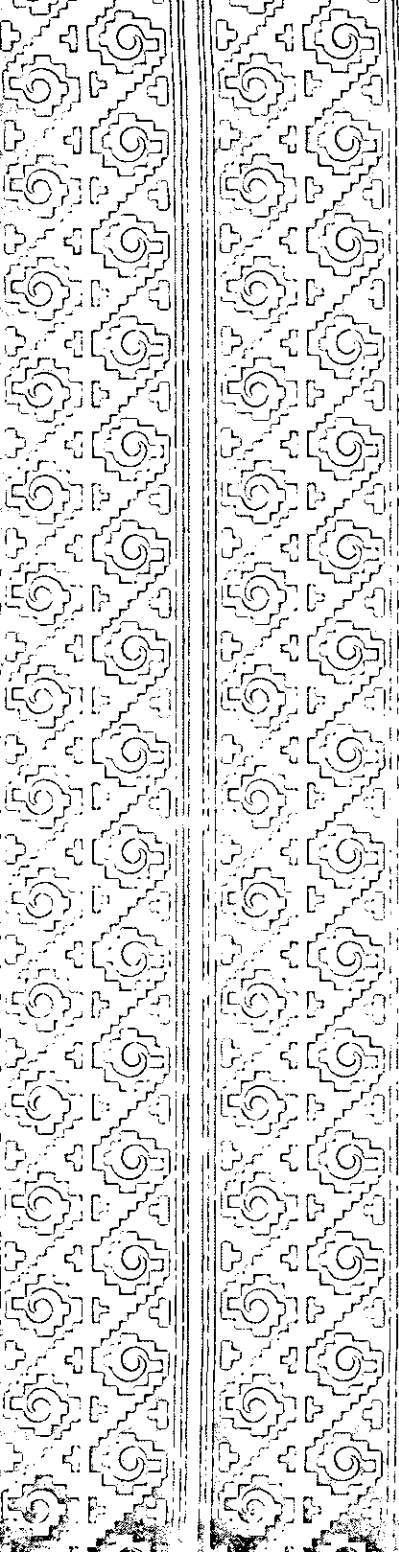
• *El Gran Público*: cuantitativamente mayoritario y minoritario cualitativamente. Lo integran:

- Trabajadores; obreros, agricultores, de niveles socioculturales básico y superior.
- Estudiantes de enseñanza primaria, media y universitaria laboral.
- Profesionales de titulación media y técnica (artesanos comerciantes, peritos...)

El grado de atención prestada a este público es donde se manifiesta su sentido y proyección. A mayor dinamismo museológico, mayor afluencia de personas, mejores medios y servicios educativos, más investigadores para el desarrollo ascendente del museo, además de ampliar e interactuar a los diversos niveles socioculturales e intelectuales.

Este público esta capacitado para distinguir lo verdaderamente esencial de los objetos que se le presentan, gracias a que en la actualidad se ha instruido la imagen a un nivel mental y aprehensible tal, que la mirada, no sólo física sino crítica, está más desarrollada, gracias a los fenómenos culturales que se han incorporado mecánicamente en el hombre, el cine, la televisión, los





comics, la fotografía, los anuncios publicitarios o hasta los rótulos comerciales. Se le impone a este público el museo educativo que compone sus funciones en las salas de lectura, proyecciones, exposiciones temporales, fumaderos, cafetería, restaurante, museobús, salas y talleres para ejercicios manuales y cursos sistemáticos sobre Historia del Arte y oficios artísticos.

## 2.4.2 *Tipología de los visitantes*

Con base en el trabajo *Bestiario Ilustrado* que realizó Eliseo Verón, investigador francés del Departamento de Investigación de la Biblioteca Pública del Centro Pompidou, junto con su equipo de colaboradores, presentaron esta tipología de público, al cual decidieron clasificar metafóricamente en *visitante pez*, *visitante hormiga*, *visitante mariposa* y *visitante chapulín*, basados en el comportamiento de los visitantes dentro de los museos y en la observación del recorrido que éstos realizan dentro del mismo espacio museográfico.

Así pues presentamos las principales características de estos visitantes:

- *Visitante pez.*
  - *Visitante hormiga.*
  - *Visitante mariposa.*
  - *Visitante chapulín.*
- 
- *Visitante pez:* camina por el centro de la sala, va observando la exposición desde una distancia equilibrada entre las paredes de las salas, va observando más a los otros visitantes que a la propia exposición, fija su atención en los medios y procesos de comunicación, atiende a las interpretaciones del público más que en la exposición.
- 

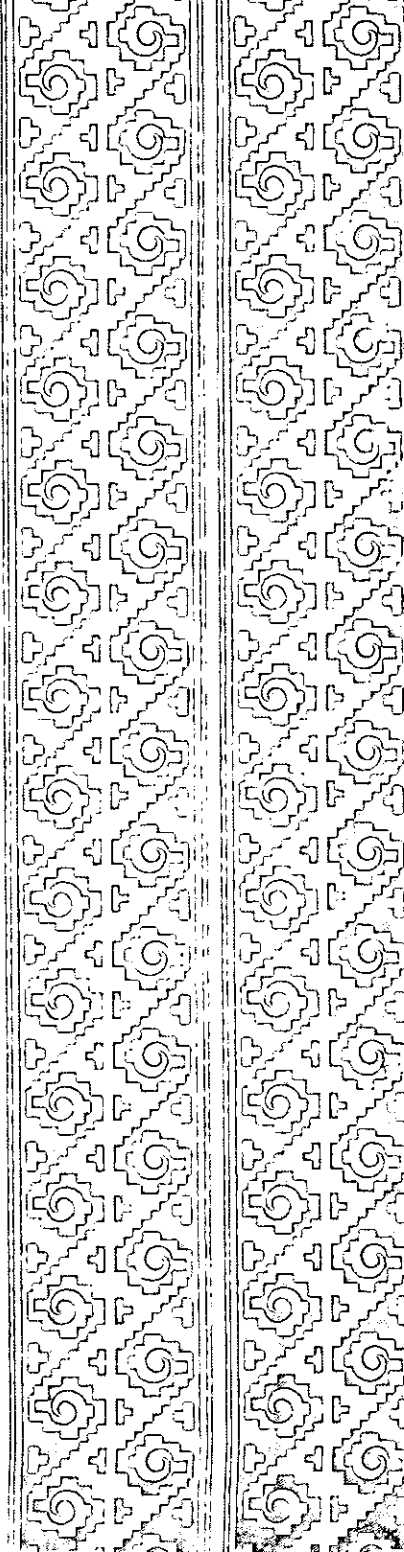


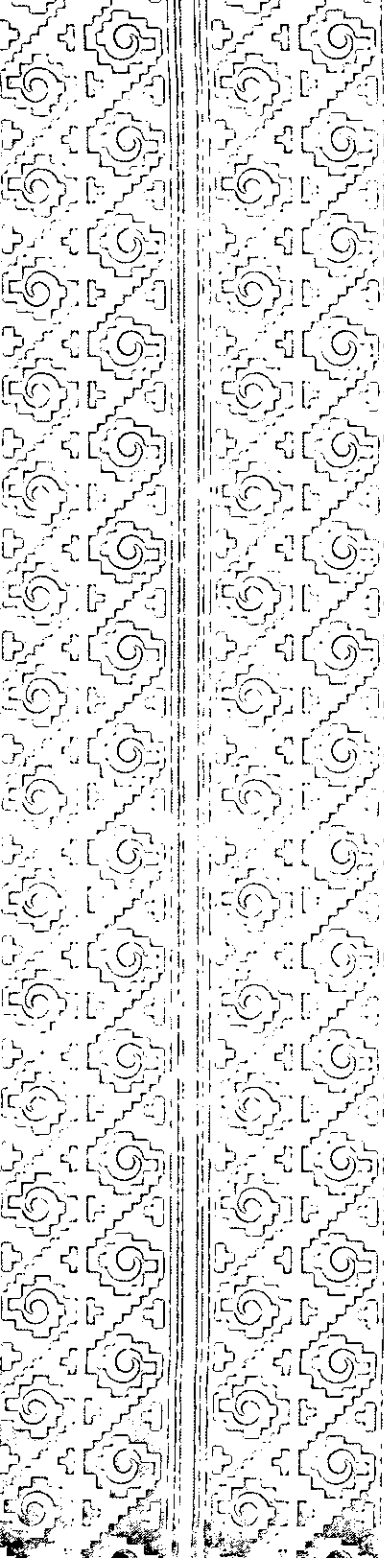
- *Visitante hormiga*: recorre la exposición siempre próximo a las paredes, atento a no perder la secuencia espacial. Trata de agotar hasta la última propuesta de la museografía convirtiendo en un ritual su visita al museo. Su visita es minuciosa y larga.
- *Visitante mariposa*: se detiene en ciertos puntos que llaman su atención, a los cuales les dedica mayor atención y tiempo. Piensa que su visita al museo debe de ser una experiencia de aprendizaje, dedicándole mayor atención a lo que considera más relevante.
- *Visitante chapulín*: salta de un lugar a otro, sin una lógica predeterminada y al parecer sin criterio que determine sus decisiones, dejándose llevar por el impulso súbito que despierta su interés. Toma el recorrido como un juego, haciéndolo totalmente espontáneo y personalizado. Sus visitas son cortas, no siguen un orden cronológico, son en una palabra más libres.

En resumen, el museo se considera un espacio cultural, en el cual el público visitante es base importante para su desarrollo. A través de la historia se han modificado sus características, pero siempre ha estado en contacto directo con la enseñanza, la cultura y el arte.

El público, de la manera que se clasifique, es el receptor del mensaje que el exponente esta emitiendo, el público es la parte fundamental del sostenimiento de un museo, por lo cual la responsabilidad del museo se acrecienta para poder mantener el interés de dicho público, para que le sea posible ampliar sus conocimientos en los espacios culturales llamados museos.

En cuanto a las clasificaciones de museos y su público, existen muchos elementos en los que nos podemos apoyar, ya sea por la estructura arquitectónica de los museos, por el tipo de objetos que exponen o igual por el tipo de propiedad a la que pertenecen. De igual forma el público que asiste a dichos centros culturales se puede clasificar ya sea por su nivel socio-económico, cultural o intelectual.





Con base en la investigación que hemos realizado es posible clasificar al Museo Diego Rivera, Anahuacalli, pero necesitamos conocer sus antecedentes, su forma arquitectónica, el tipo de arte que alberga dicho recinto cultural, etc., por lo cual en el siguiente capítulo hacemos una breve semblanza de dicho espacio cultural, para poder cumplir correctamente dicho objetivo.

---





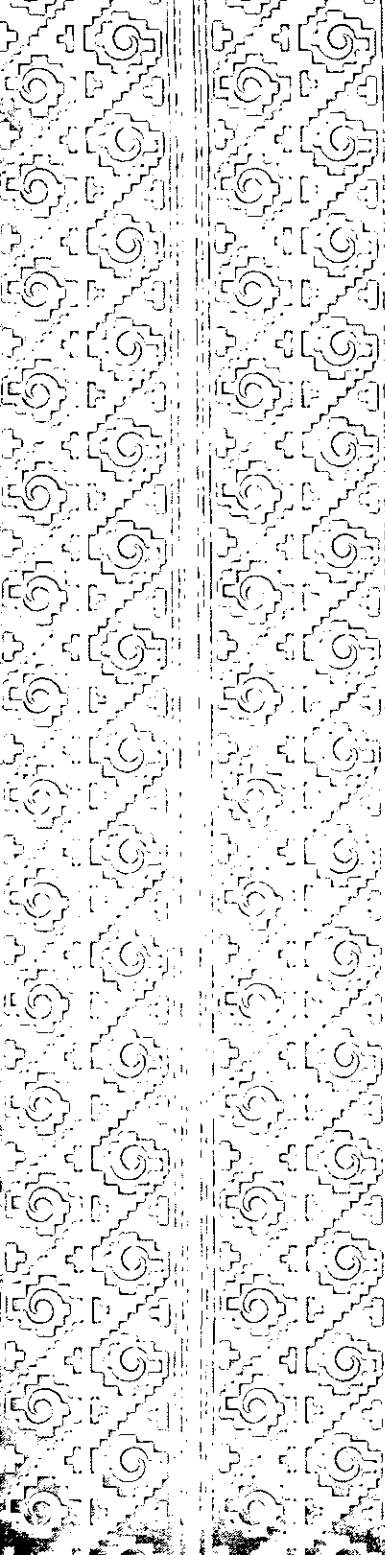


*Museo  
Diego Rivera,  
Anahuacalli*

*Capítulo III*







*P*ara conocer este museo necesitamos muchos datos, sus antecedentes, sus características arquitectónicas, el tipo de público que asiste a él, el tipo de arte que expone, al igual que los objetos que podemos apreciar en él.

Comenzaremos por conocer a su creador, lo cual es de suma importancia, ya que esto nos dará la pauta para comprender el porqué de la riqueza cultural de este recinto.

Así mismo, describiremos sus antecedentes, su origen como elemento de protesta al Estilo Internacional en la rama de la arquitectura y como es que llega a ser un legado nacional; testimonio de las grandes culturas que alberga nuestro país, por consiguiente podremos hacer la clasificación de este museo.

Más adelante hablaremos sobre su estructura interna, su distribución y a grandes rasgos los elementos que en él se exhiben actualmente.

## *Diego<sup>3.1</sup> Rivera* 1886 - 1957

*E*s importante conocer al creador del espacio cultural para el cual estamos trabajando y del que estamos haciendo la investigación, ya que así podremos comprender mejor la importancia del mencionado recinto cultural, el Museo Diego Rivera, Anahuacalli.

Presentamos una breve semblanza cronológica de la vida del gran muralista mexicano Diego Rivera, en la cual se mencionan solamente los acontecimientos más relevantes que vivió el maestro Rivera, sin profundizar en ellos, ya que es el fin de esta investigación.

EL 13 de diciembre de 1886 nacen los gemelos José Diego María y José Carlos María Rivera Barrientos en la ciudad de Guanajuato.

---



Para el año 1892 la familia Rivera Barrientos se traslada a la ciudad de México en donde se instala. Diego Rivera acude a las clases nocturnas en la Escuela Nacional de Bellas Artes (San Carlos), para el año 1899 ingresa al Colegio Militar y se inscribe formalmente en San Carlos, teniendo como profesores a Santiago Rebul y Felix Parra.

En el año 1904 se convierte en discípulo de José María Velasco, pintando sus primeros paisajes. Al año siguiente recibe del Secretario de Instrucción Pública, Justo Sierra, una pensión.

Expone 26 trabajos en la Exposición Anual de la Academia y participa en la exposición de pintura moderna organizada por la revista Savia Moderna. Recibe una beca para ir a España, en 1907 ingresa al taller de Eduardo Chicharro en Madrid.

Para 1909 viaja a Francia, Bélgica y Brujas, en donde conoce a Angelina Beloff. Estudia con el pintor académico Víctor-Otava Guillonet. Expone por primera vez en el Sallon des Independants, en agosto de 1910 viaja a México y el 20 de noviembre presenta su exposición en San Carlos.

En su época precubista participa en exposiciones colectivas. Expone primero en el Salon D'antomne y posteriormente presenta sus primeros cuadros cubistas en el Salon des Independants. Frecuenta a Picasso y a Gris. En abril de 1914 presenta su primera exposición individual en la Galería Berthe Weill. Viaja con Jacques Lipchitz y otros amigos a Mallorca.

En 1915 frecuenta a Ramón Gómez de la Serna, Ramón del Valle-Inclán, Alfonso Reyes, Martín Luis Guzmán, Jesús Acevedo, entre otros. Expone con María Blanchard en una galería madrileña. Regresa a París en donde conoce a Maverna Vorobieva. (Vease Foto 13 y 14)

Construye la Chose, aparato óptico que le permite realizar cuadros cubistas. Expone en la Modern Gallery de Nueva York, en este año 1916 nace Diego Rivera Beloff.



Foto 13. *Pintor en reposo*, (1916), óleo sobre tela.  
Fuente: *Obras Maestras de la Pintura. La pintura en los museos de México*. Grupo Editorial Planeta, España, 1983, pág. 132



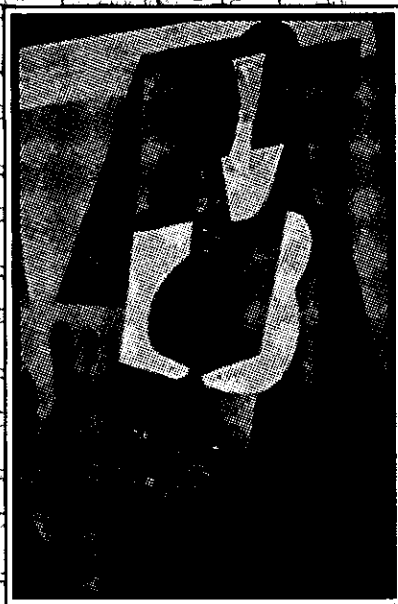


Foto 14. *Mujer en verde*, (1916), óleo sobre tela.  
Fuente: *Obras Maestras de la Pintura. La pintura en los museos de México*, Grupo Editorial Planeta, España, 1983, pág. 132.

Para el año 1917 es contratado por Léonce Rosenberg, director de la Galería Léffort Moderna. Se enfrenta con el teórico del cubismo Pierre Reverdy. Rompe con el cubismo y vuelve a la figuración tradicional. Conoce al Doctor Elie Fauré. Desgraciadamente fallece su hijo Diego, por lo que en 1918 se muda con Angelina a un departamento cerca del Campo Marte. Hace amistad con Cocteau, los suecos Adam y Elen Fisher, posteriormente viaja a Francia.

En su época cezanniana, en el año 1919, nace su hija Marika Rivera Vorobieva. A partir de 1920 se considera su segunda época costumbrista. En julio de 1921 llega a Veracruz, en donde conoce a José Vasconcelos.

Es en 1922 cuando comienza su primera decoración mural, *La Creación* en el Anfiteatro de la Escuela Preparatoria. Expone en Tehuantepec con Lupe Marin, con quien se casa poco después.

En septiembre comienza a decorar al fresco el primer patio de la Secretaría de Educación Pública. Ingresa al Partido Comunista Mexicano junto con Siqueiros y Xavier Guerrero. Participa en la creación del Sindicato de Obreros Técnicos, Pintores y Escultores.

En 1924 es considerado, por la prensa como la figura más prominente del *movimiento muralista*. Participa en la construcción del Estado Nacional y entabla una polémica en el Colegio de Arquitectos. Interrumpe los trabajos en la SEP, por la renuncia de Vasconcelos. Nace su hija Lupé Rivera.

Al año siguiente reanuda su trabajo en la SEP, gracias a la ayuda de José María Puig Cassauranc. Inicia la decoración de la entrada de la Escuela de Agricultura de Chapingo. Abandona el comité Nacional del Partido Comunista. Obtiene un importante premio en la Feria de San Francisco. En 1926 nace su hija Ruth.

Viaja a la entonces Unión Soviética para asistir a las celebraciones del Décimo Aniversario de la Revolución de octubre, en el año de 1927.

Realiza trabajos en el Palacio Nacional, es nombrado presidente del Bloque Obrero y Campesino, por consiguiente es expulsado del Partido Comunista. El 22 de agosto de 1929 se casa con Frida Kahlo. Comienza a pintar en el



Palacio de Cortés de Cuernavaca, gracias al embajador norteamericano Dwight Morrow. Es nombrado Director de la Escuela Central de Artes Plásticas de la Universidad Nacional, pero su plan de estudios causa una gran polémica, por lo que en 1930 renuncia a su cargo. Expone en el California Palace of the Legion of Honor. Pinta *Alegoría de California* en el Luncheon Club del San Francisco Stock Exchange y la construcción de un fresco en The California School Of Fine Arts. (Vease Foto 15)

Diseña la escenografía y el vestuario del ballet H.P. (Horse Power) de Carlos Chávez. Empieza a pintar en el Detroit Institute of Arts, gracias al apoyo de Ethel Ford. Nelson Rockefeller lo contrata para decorar el lobby del Rockefeller Center de Nueva York.

En el año de 1933 pinta *El hombre en la encrucijada* en el RCA Building, lo que causa grandes problemas y violencia, por lo que es destruido antes de ser finalizado. Pero en el año de 1934 pinta una nueva versión en el tercer piso del Palacio de Bellas Artes en México. (Vease Foto 16)

En 1936 solicita al Presidente Lázaro Cárdenas el asilo político para León Trotsky y al año siguiente recibe a éste en la Casa Azul, propiedad de Frida Kahlo. Posteriormente rompe su amistad con Trotsky y apoya la candidatura presidencial de Juan Andrew Almazán.

En 1940 se divorcia de Frida Kahlo, año en el que Siqueiros ataca la casa de Trotsky en Coyoacán, lo cual causa una gran polémica. Rivera expone en San Francisco diez paneles en la Golden Gate Exposition. Para diciembre del mismo año se casa nuevamente con Frida. Pinta dos paneles en el Instituto Nacional de Cardiología. Ingresa al Colegio Nacional dando una serie de conferencias sobre temas de arte, ciencia y política.

En 1944 se inicia la construcción del Museo Diego Rivera, Anahuacalli.

*Sueño de una tarde dominical en la Alameda Central* es una obra que pinta en el entonces recién construido Hotel del Prado, (vease Foto 17), en 1946 mismo año en el que integra junto con Orozco y Siqueiros, la Comisión de Pintura Mural del Instituto Nacional de Bellas Artes.



Foto 15. *Alegoría de California* (detalle), Stock Exchange Club de Sn. Francisco (1930).  
Fuente: Hurlbut, Laurence, *Los Muralistas Mexicanos en E.U.*, Editorial Patria, México, pág. XXII, en E.U., Editorial Patria, México, pág. XIX.

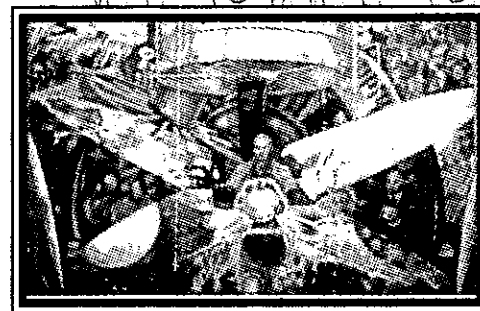


Foto 16. Versión definitiva del mural del Rockefeller Center, Palacio Nacional de Bellas Artes, Ctd. de México.  
Fuente: Hurlbut, Laurence, *Los Muralistas Mexicanos en E.U.*, Editorial Patria, México, pág. XXII.



El Instituto Nacional de Bellas Artes organiza una magna exposición para festejar el cincuentenario de su labor artística (1949).

Ilustra *Canto General* de Pablo Neruda. Realiza la escenografía de la obra *El cuadrante de la soledad* de José Revueltas.

Junto con Siqueiros, Orozco y Tamayo, representan a México en la Bienal de Venecia. En 1950 recibe el Premio Nacional de Artes Plásticas en México.

En 1951 comienza a pintar *El agua en la evolución de la especie* en el cárcamo del Río Lerma y realiza una fuente decorada con mosaico en la entrada del edificio. Al siguiente año realiza en el Palacio de Bellas Artes, para la exposición Veinte Siglos de Arte Mexicano, un mural transportable *Pesadilla de guerra y sueño de paz*, en el que presenta, entre otros personajes, a José Stalin y a Mao Tse Tung, trabajo que es secuestrado por Carlos Chávez y motivo por el cual al ser recuperarlo por Rivera, lo obsequia a la República Popular China.

En el exterior del Teatro Insurgentes realiza una decoración mural, en 1953, mismo año en el que hace dos páneles para la casa particular de Santiago Reachí, en Cuernavaca. Finaliza la decoración, en mosaico, de la parte frontal del Estadio Olímpico de Ciudad Universitaria. Pinta *El pueblo en demanda de salud* para el Seguro Social.

Participa en las manifestaciones en defensa del gobierno caído de Jacobo Arbenz en Guatemala. En julio de 1954 fallece Frida Kahlo. En septiembre solicita su ingreso al Partido Comunista Mexicano, el cual es aceptado a finales del mismo mes.

En 1955 contrae matrimonio con Emma Hurtado. Dona al pueblo mexicano la Casa Azul de Frida Kahlo, el Museo Diego Rivera, Anahuacalli y la colección de piezas prehispánicas que fué construyendo a lo largo de los años. Ese mismo año viaja a la ex Unión Soviética para ser sometido a una intervención quirúrgica.

Es el 24 de noviembre de 1957 que fallece, en Coyoacán, en contra de su última voluntad, fue sepultado en la Rotonda de los Hombres Ilustres del Panteón Civil de Dolores.



Foto 17. Diego Rivera frente al mural *Sueño de una tarde dominical en la Alameda Central*, Hotel del Prado, (1946-1948). Fuente: Rivera, *Iconografía personal*. Fondo de Cultura Económica, México, 1986, pág. 67.



## 3.2 *Museo Diego Rivera, Anahuacalli*

*E*l Museo Diego Rivera es uno de los bienes que el gran artista legó a la nación mexicana, “Devuelvo al pueblo lo que de la herencia artística de sus ancestros pude rescatar”.

El Museo Diego Rivera, mejor conocido como Museo Anahuacalli, surge de la necesidad de responder a un trabajo original, propio de la cultura mexicana, es como una protesta contra la arquitectura de Estilo Internacional que se había estado desarrollando en nuestro país, desde hacia ya muchos años. Fue planedado como parte importante del proyecto llamado *La Ciudad de las Artes*, en el cual se consideraban varios espacios culturales que apoyarían la difusión del arte mexicano.

Diego Rivera quizo crear un espacio que reuniera algunas de las características de la culturas mesoamericanas y que a la vez de ser un espacio expositor de obras de arte prehispánico, fuera en sí mismo, el edificio, un objeto de exhibición, de igual manera que le permitiera utilizarlo como estudio o centro de trabajo y que a la vez en él pudiera exponer su colección de obras de arte prehispánico, recolectadas a lo largo de los años, para posteriormente donarlo al pueblo mexicano, ofreciendo así un elemento de la cultura nacional digno de admiración y respeto.

La arquitectura del Museo fué prevista por el maestro Rivera simulando un *atado de cañas*, la cultural Azteca, en su Piedra del Sol o Calendario Solar, representa con un *atado de cañas* el final del ciclo de 52 años. La creencia era que cada ciclo se terminaría el mundo, esto estaba relacionado con el paso de Pléyades sobre el cenit, si la constelación pasaba y el mundo no se destruía, es decir, el Sol volvía a salir, entonces nacía un nuevo sol y una nueva era comenzaba. Este factor es determinante para la realización de la imagen gráfica del Museo.

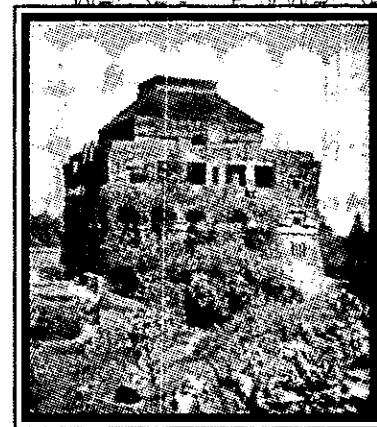
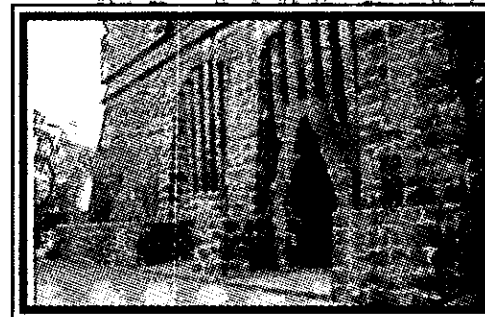
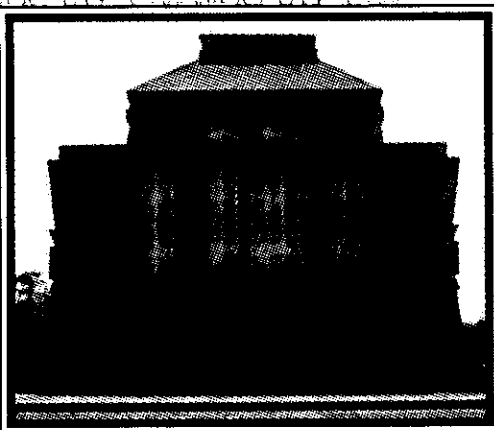


Foto 18. Vista general del Museo Diego Rivera, Anahuacalli en el año de 1964  
Fuente: *Artes de México*, N°. 64 /65,  
Año XII, pág. 61.

Entrada al Museo Diego Rivera, Anahuacalli.





Vista frontal del Museo Diego Rivera,  
Anahuacalli, 1937.

### 3.2.1 *El Anahuacalli, un "Clásico Mexicano"*

Como respuesta al grave problema de dependencia cultural que el Estilo Internacional estaba provocando en la rama de la arquitectura y construcción, en nuestro país, es que Diego Rivera propone el desarrollo y edificación de un proyecto propio, naciendo así una arquitectura propia, mexicana y quizá latinoamericana, basada en el «*Clásico Mexicano*», refiriéndose con este término a las más elaboradas de las culturas precolombinas, a las que llamó *la única posibilidad de fuerza y salud*. En el año de 1946 bajo el título de *La necesidad del arte y su importancia en el Desarrollo de la Unidad Continental Americana*, concluye dicha unidad, importante frente a la penetración cultural, que se realizaría basándose en el *Clásico de nuestro Continente*.

La tesis arquitectónica de Diego Rivera y su arte en general, están basados en la concepción que realizó junto con O' Gorman en el año 1938 aproximadamente, sobre *naturaleza intrínseca y las funciones del arte*, lo cual es un pequeño esbozo de una estética relacionada con el papel social del arte. Esta tesis tiene una visión marxista, fisiológica-social de éste, planteando por un lado la necesidad biológica y por otro, totalmente opuesto, maneja la utilización clásica del arte. Con esto expone que dependiendo de cómo la sociedad utilice el arte puede ser saludable o tóxico para ella misma.

---



## 3.2.2 *Anahuacalli* «La casa sobre tierra entre dos mares»

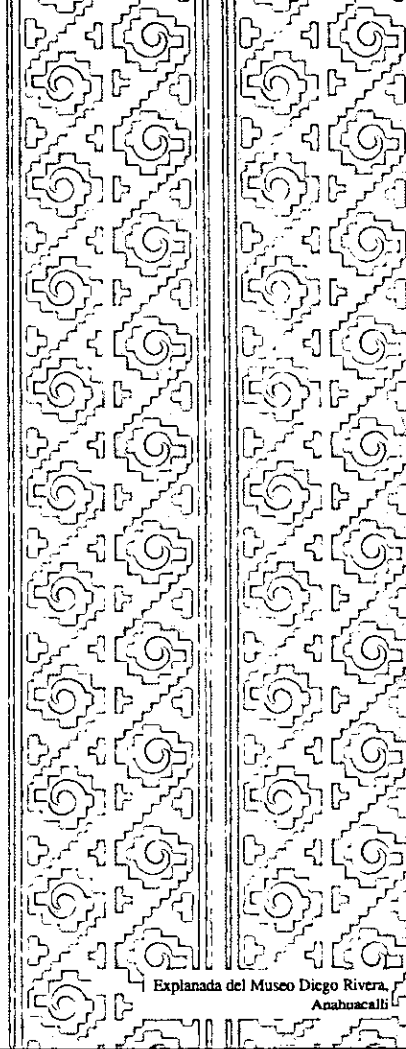
**E**l museo Diego Rivera, Anahuacalli, no puede ser considerado como un ejemplo de la arquitectura contemporánea de museos, es solamente un representante de protesta contra el funcionalismo mercantil, desnacionalizante y deshumanizado que se vivía en México durante esa época. Con la construcción del Anahuacalli, como así se le ha denominado y reconocido por muchos años, se busca rescatar una memoria colectiva perdida con el paso de los siglos.

Este monumento trata de mantener latente la arquitectura contemporánea mexicana sin olvidarse de la cultura mesoamericana, ya que es parte importante de sus raíces.

Rivera decidió construir este museo el cual además de exponer su colección de piezas prehispánicas, fuera un elemento de exhibición, digno de la admiración del público asistente a este recinto cultural. Este edificio tiene la principal característica de estar construido con la lava del pueblo de San Pablo Tepetlapa, Coyoacán, Delegación Distrital en la cual se localiza. Casi la totalidad de su cuerpo es pétreo, incluyendo escaleras y barandales, incluso en los techos existen losas de piedras de colores que van formando figuras inspiradas en motivos prehispánicos, que se colocaron boca abajo, sobre la cimbra que recibe el colado. (Vease Foto 18)

Así mismo podemos apreciar los contenedores de las piezas de exhibición del museo, son de piedra también, como los altares, nichos, ménsulas, bases, etc.

“Rivera aplicó a la composición del edificio construido por él, el trazado de la geometría dinámica tal como lo hace para la composición de sus cuadros y murales, para así obtener proporciones armónicas en relación con opuestos entre los elementos diversos de las formas arquitectónicas y estructurales



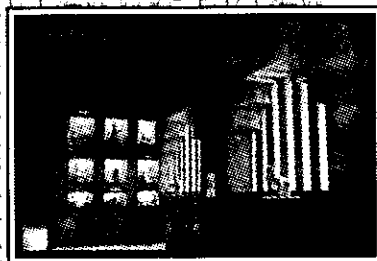
Explanada del Museo Diego Rivera,  
Anahuacalli







Murales de piedra natural.  
Museo Diego Rivera, Anahuacalli



Sala 18 Representaciones de enanos,  
jorobados y guerreros.  
Museo Diego Rivera, Anahuacalli

propias de los materiales empleados y también para relacionar los valores de los claros muros con el propósito de obtener escalas de valores ópticos que producen efectos monumentales". (30)

Este monumento conjunta un sistema constructivo, un atrevimiento estilístico y otros atributos, para ser obra única que al contemplarla nos remonta a las grandes culturas prehispánicas. Forma parte de las increíbles obras mesoamericanas, asegurando por sí solo su perpetuidad.

Los elementos comunes que tiene el Anahuacalli con las obras contemporáneas precolombinas son los muros pétreos, los murales de piedra natural, así como los mosaicos, la utilización de elementos figurativos que nos remontan a las antiguas culturas mesoamericanas, la construcción en talud, lo pesado de la masa arquitectónica y toda la concentración plástica que su presencia impone al espectador.

## 3.2.3 *Construcción del museo*

*F*ué en los años veintes cuando se realizó la compra de la propiedad donde se edificó el Museo Diego Rivera, Anahuacalli, dicha propiedad consta de cuarenta mil metros cuadrados. El Maestro Rivera decidió construir en este terreno un edificio que le sirviera como estudio para poder realizar su trabajo artístico.

La construcción del edificio se inició en el año de 1933, el cual se fué formando paulatinamente, dependiendo de los ingresos del maestro.

Jamás existió un plano concreto que indicara el seguimiento de la construcción. El diseño y dirección del edificio estuvo a cargo del maestro Rivera. Solamente la cúpula del estudio se sometió a un plano previo, trabajo del cual se encargó de dirigir Juan Orol, además es la única parte del edificio

---

(30) López Rangel, Rafael, Diego Rivera y la arquitectura mexicana, Dirección General de Publicaciones y Medios, México 1986, pág. 36.



que se contruyó con varillas y cemento, ya que el resto del mismo es únicamente mampostería, construido con piedra volcánica del Xitle, obra de albañilería hecha con piedras pequeñas unidas con una mezcla de cal, arena y agua, llamada argamasa.

El maestro Rivera se inspiró en los templos prehispánicos que se encuentran a lo largo y ancho de la República Mexicana, así fue que hasta 1963 que se terminó la construcción de esta obra arquitectónica.

El edificio esta inspirado principalmente en el templo de Quetzalcoatl, sin faltar obviamente las cabezas de serpientes, en el frente del mismo vemos la representación del Templo de los Mayas, los nichos, a los lados del edificio, inspirados en la pirámide del Tajín.

La configuración interna del museo consta de 23 salas, las cuales a su vez constan de cámaras y recintos, todos ellos reflejan su influencia prehispánica de las culturas mesoamericanas en nuestro país. Todos los plafones fueron diseñados por Rivera, basándose en temas prehispánicos: la Diosa Cuatlicue, Tlaloc, Ollin, Quetzalcóatl, los jaguares, las serpientes (corrientes de agua), coyotes, representaciones del día y la noche. En el vestíbulo encontramos la representación de los Cuatro Rumbos del Universo, entre otros.

Los techos estan decorados con mosaicos originales realizados por Diego Rivera, con motivos de la Mitología Náhuatl; como lo son las fuerzas de la naturaleza hechas símbolo en las figuras de una serpiente o de un jaguar, el tiempo, el viento, el fuego, el agua, la fecundidad, las que dan con su color cierto misterio y poder a estos mosaicos.

En la planta baja se albergan piezas prehispánicas representativas de las culturas del Occidente de México, Guerrero, Colima, Nayarit, Sinaloa, además de las del Valle de México, la cultura de Tlatfco y Teotihuacán, contando con motivos aztecas. Así podemos observar esculturas de piedra, figurillas de barro cocido (maquetas de templos), cerámica de vajilla, etc.

En la primera sala se albergan motivos aztecas; edificios religiosos, que independientemente de ser muy pequeños son magníficas esculturas policromadas.



Sala 20 Cultura Totonaca  
Museo Diego Rivera, Anahuacalli



Sala 22 Cultura Azteca  
Museo Diego Rivera, Anahuacalli



En la siguiente sala se encuentra un altar mexica que cuenta con esculturas religiosas y algunas de ellas decorativas, además existe una vitrina con objetos de uso doméstico y la única escultura huasteca de la colección del maestro Diego Rivera.

Posteriormente se encuentra la Capilla del Maíz, la cual exalta el significado religioso y económico de la gramínea, así mismo vemos muchas representaciones de la Diosa del Maíz, Centeotl.

En la sala cinco se pueden apreciar pequeñas esculturas teotihuacanas que abarcan todas las épocas y estilos de la gran cultura teotihuacana.

En la sala seis y siete se encuentran una serie de braceros del Dios Huehuetéotl y una colección sin igual, de vasos pintados al fresco. En la sala ocho se ubican todos los elementos destinados a la adoración del Dios del Agua, Tláloc. Así en la siguiente sala encontramos figurillas danzantes, sobrias y elegantes.

En el siguiente piso se encuentra el estudio del maestro Diego Rivera, lugar en el que podemos apreciar sus enceres de trabajo, algunos de sus proyectos murales, junto con el primer dibujo que realizó, en el centro y arriba se puede observar una enorme estrella, símbolo del espíritu luminoso y dinámico del gran pintor. También hay dos vitrinas que albergan objetos de Colima y Nayarit. En uno de los nichos se ve el retrato del célebre pintor, en la parte lateral se aprecia una vitrina en la que vemos «el Juego de Pelota», pieza de barro cocido originaria de Nayarit y en el muro opuesto hay una colección de figurillas del Valle de México, Tlatfco y Colima, además de unos perros de Colima, Xoloitzcuintle, dos poemas aztecas en los muros y la Cámara del Recuerdo; máscara funeraria del pintor.

En el segundo piso podemos apreciar la cerámica de Colima, la secuencia del arte Totonaca, objetos de piedra procedentes del estado de Guerrero, la expresión artística de Oaxaca: culturas Zapoteca y Mixteca. De la sala doce a la veinte están dedicadas a la cultura preclásica y de occidente. En la sala doce vemos la mascarilla del maestro Rivera, además de elementos de la cultura Totonaca. En la sala veintidós podemos ver el arte de la cultura de



Sala 23 Cultura Zapoteca  
Museo Diego Rivera, Anahuacalli



Estudio del Maestro Diego Rivera,  
Museo Diego Rivera, Anahuacalli



Mezcala, como lo son las máscaras de diferentes materiales duros. La sala veintitrés esta destinada a las culturas Zapoteca y Mixteca, en la que podemos apreciar las culturas zapotecas, que tienen un color no de escultura sino de pintura, así mismo y en otro estilo totalmente diferente encontramos la cerámica mixteca, sobria y elegante.

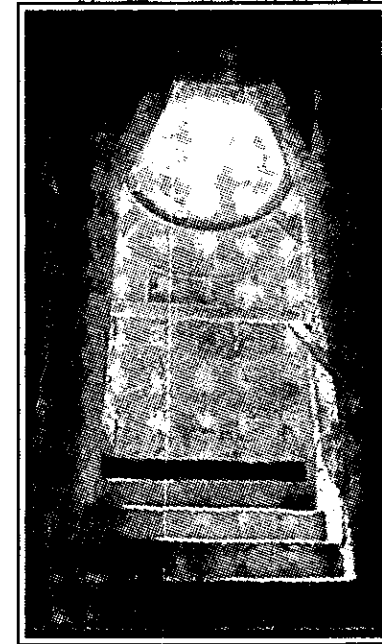
Así llegamos hasta lo más alto del museo, la terraza, desde la cual se puede apreciar un paisaje general de la ciudad.

Las fotografías de los monumentos prehispánicos que se exponen en este museo fueron realizadas por el maestro Armando Salas Portugal, excelente fotógrafo de esa época.

Este museo posee una alta espiritualidad y belleza, lo cual se respira en su atmósfera.

“El museo es por su mérito arquitectónico un monumento definitivo de nuestra plástica contemporánea, es además, por su destino un símbolo magnífico de las cualidades excepcionales -cívicas y humanas- del gran pintor, cuyo solo nombre basta para evocar el renacimiento de la pintura mural en América”.(31)

Fue el poeta Carlos Pellicer el encargado de la organización del museo, cumpliendo con el deseo de Diego Rivera y es así como el 18 de septiembre de 1964 se inaugura dicho recinto, siendo presidente de la República Mexicana, el Lic. Adolfo López Mateos.



Escalera para la terraza del Museo.

---

(31) Olmedo de Olvera, Dolores, Artes de México, Num. 64 / 65, Año XII, pág. 19.



# 3.2.4 Fideicomiso Museo Diego Rivera, Anahuacalli

**N**ombre: Fideicomiso Museo Diego Rivera.

Dirección: Calle Museo N° 150 Col. San Pablo Tepetlapa.

Delegación: Coyoacán, México, D.F. C.P. 04620.

Teléfono: 617 4310 y 617 3797

Horarios: Martes a domingo de 10:00 a 18:00 hrs.

El museo cuenta con:

- Pinacoteca (Sala de usos múltiples, 546m<sup>2</sup>).
- Explanada para usos múltiples.
- Area de oficinas.
- Salón de usos múltiples
- Talleres.
- Bodega.

Los servicios que ofrece son:

- Librería.
- Caseta de vigilancia.
- Guardaropa.
- Taquilla.
- Guías para visitantes.
- Alquiler de espacios para eventos culturales.

Material que se exhibe:

- Este museo cuenta con 23 salas o recintos y alberga una colección Prehispánica de 59,400 piezas, adquiridas por Diego Rivera. Estas piezas pertenecen a las culturas de Tlatilco, Teotihuacana, Del Occidente de México, Totonaca, Azteca y Zapoteca.



Parte posterior del Museo Diego Rivera,  
Anahuacalli.



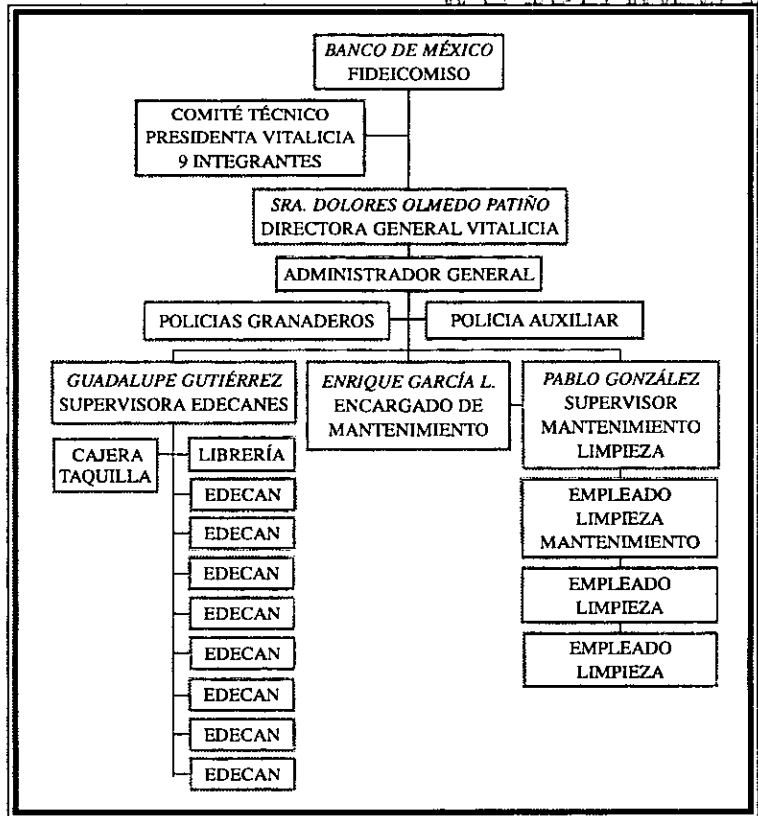
- Trabajos preliminares del 1º mural realizado por el Mto. Rivera, así como los trabajos de preparación en las diferentes escuelas, Academia de San Carlos, España, Escuela de Chicharro, Francia, México, Estados Unidos, Rusia.

- Calcas de los murales realizados por el Mto. Diego Rivera.

- Objetos personales del Mto. Rivera: chamarra, caballete, jarro de agua.

- Dentro de los espacios del Museo se construyó una pinacoteca en la cual se realiza cada año un Homenaje al Maestro Diego Rivera, que consiste en una ofrenda del Día de Muertos, la cual es famosa y gracias a ella el Museo se ha dado a conocer. Su tradición se inició en el año de 1968 por iniciativa de Dolores Olmedo y es una contribución a la conservación de nuestras tradiciones, mostrando en ella el esplendor de la artesanía mexicana.

El Museo Diego Rivera, es un Fideicomiso del Banco de México, el cual se constituyó en el año 1955.



# 33 Perfil del Público

**E**sta institución se enfrenta a varios tipos de público sin estar dirigida a una clase social en particular. Los diferentes tipos de visitantes son:

*A) Estudiantes*

Son llevados por las escuelas. Son jóvenes de entre 7 y 18 años de edad, generalmente no realizan la visita por gusto propio, por tal motivo prestan muy poca atención al recorrido y a la exposición.

*B) Extranjeros*

Son individuos ansiosos de adquirir conocimientos. La mayoría son mayores de 18 años y son los principales consumidores de los productos que el Museo ofrece en su librería. Son como una especie de exportadores de la imagen y el aprendizaje obtenido del mismo espacio cultural.

*C) Público en general*

Los vecinos del Museo que lo visitan porque viven cerca y los visitantes que son atraídos por la Ofrenda de Muertos que cada año se presenta en el Museo. No predomina ninguna edad ni clase social.

En suma, el Museo Diego Rivera, Anahuacalli, creación del gran pintor mexicano Diego Rivera, muralista que plasmó en su arte, temas de la vida, la historia y los problemas de su nación, es una obra de arte, en muchos aspectos, simplemente invaluable, es el mismo edificio por sí solo, un elemento de exposición, sin restar este reconocimiento a cada una de las piezas de arte que en él se exhiben.

---



Este museo está considerado por su categoría arquitectónica dentro de los Grandes Museos Nacionales de Arte y los Museos Cívicos, ya que por un lado alberga una gran colección de arte nacional, posee un alto valor ideológico nacional, su arquitectura es monumental y escenográfica, por su extensión se puede decir que es un museo espectáculo, y por otro lado su espacio arquitectónico está en función de los objetos que exhibe, su misma arquitectura va definiendo el ámbito de estas piezas, las formas de las salas, la textura de los muros, etc, en sí el mismo soporte arquitectónico, define el ambiente prehispánico que las piezas requieren.

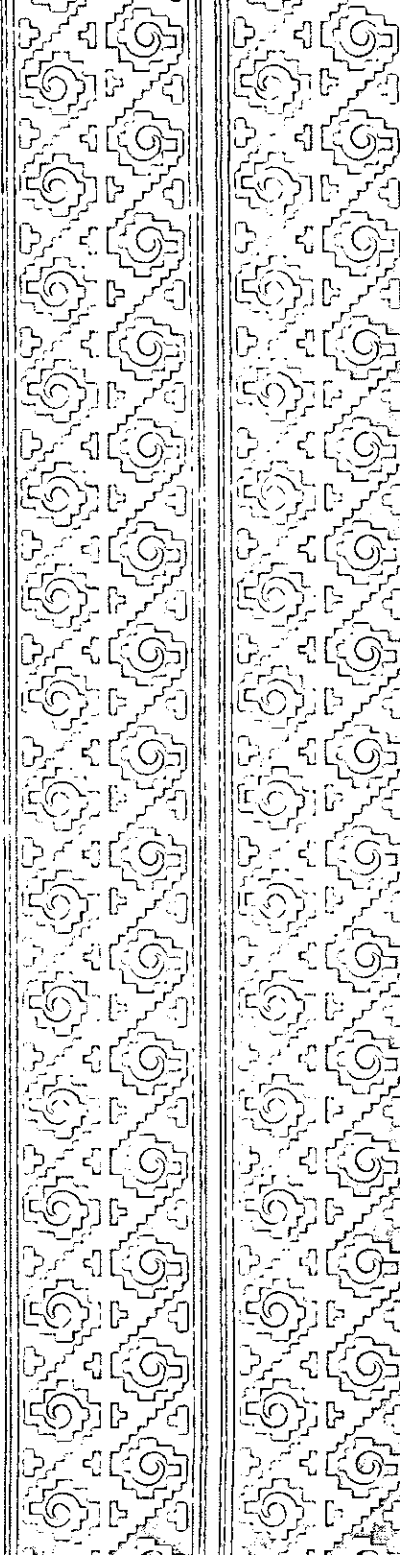
En cuanto a la disciplina a la que pertenece lo podemos catalogar como museo arqueológico, ya que encierra todo un legado de la antigüedad.

Por el tipo de objetos o piezas que expone se puede catalogar dentro de los museos especializados, por el arte que exhibe se divide en subcategorías, tanto de períodos estilísticos, cronológicos, geográficos como culturales, a la vez que se exhiben objetos que pertenecieron al gran artista Diego Rivera.

Por su configuración financiera este museo es patrimonio nacional, apoyado en un fideicomiso del Banco de México.

El público asistente al museo Diego Rivera varía, ya que asisten muchos estudiantes de todos los niveles educativos, pero también hay una gran afluencia de visitantes extranjeros.

Basados en esta investigación procederemos a realizar el proyecto gráfico, el folleto informativo del Museo Diego Rivera, Anahuacalli, proceso que desarrollaremos paso a paso en el siguiente capítulo, el cual nos ayudará a definir el museo en cuestión.







*Propuesta  
Gráfica*

*Capítulo IV*



**E**ste capítulo tiene como objetivo principal presentar el proyecto creativo con el que culmina la investigación que hemos realizado hasta el momento. En él se presenta el desarrollo y realización, paso a paso de la propuesta gráfica, presentando la aplicación, en un soporte gráfico, de la información visual y escrita que nos permitieron la creación del folleto informativo del Museo Diego Rivera, Anahuacalli.

## 41 *Metodología de Diseño*

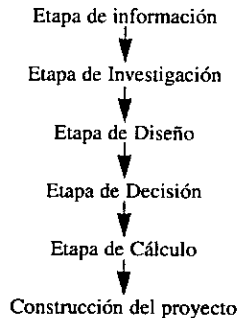
**P**ara la optima realización de un medio gráfico es necesario identificar determinados elementos, para poder resolver convenientemente el problema o necesidad que se nos presenta.

Varios autores se han encargado de investigar a profundidad esta situación en la que continuamente los diseñadores nos encontramos, todos ellos concluyen en que se debe de seguir un método de realización, en el cual se definen etapas o fases consecutivas para lograr un diseño. Todas ellas conllevan al ordenamiento de la información para la realización de un proyecto.

A continuación presentamos algunas propuestas metodológicas de diseño:

**CUADRO 4**

**Modelo de diseño de Hans Guguelot**



Fuente: Juárez, Verónica, *El Cartel y el Folleto como soportes gráficos*. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1997.



**CUADRO 5**

**Modelo de diseño de Olea y González**

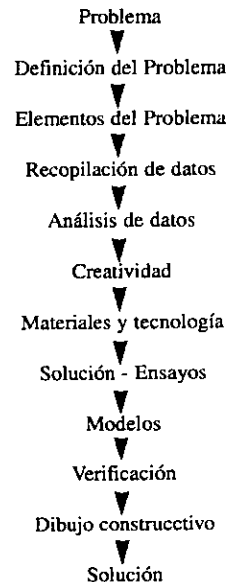
Este modelo maneja los siguientes pasos:

- Ubicación:  
Definir el sitio específico donde surge la necesidad.
- Destino:  
Finalidad que se persigue con la satisfacción de la demanda
- Economía:  
Evaluación de los recursos disponibles para satisfacer la demanda, para lo cual se manejan cinco niveles:
  - Funcional
  - Ambiental
  - Estructural
  - Constructivo
  - Expresivo

Fuente: Olea, Oscar, González Lobo, Carlos, *Análisis y Diseño Lógico*, Ed. Trillas, México, 1976.

**CUADRO 6**

**Modelo de diseño de Bruno Munari**



Fuente: Bruno, Munari, *Como nacen los objetos*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.

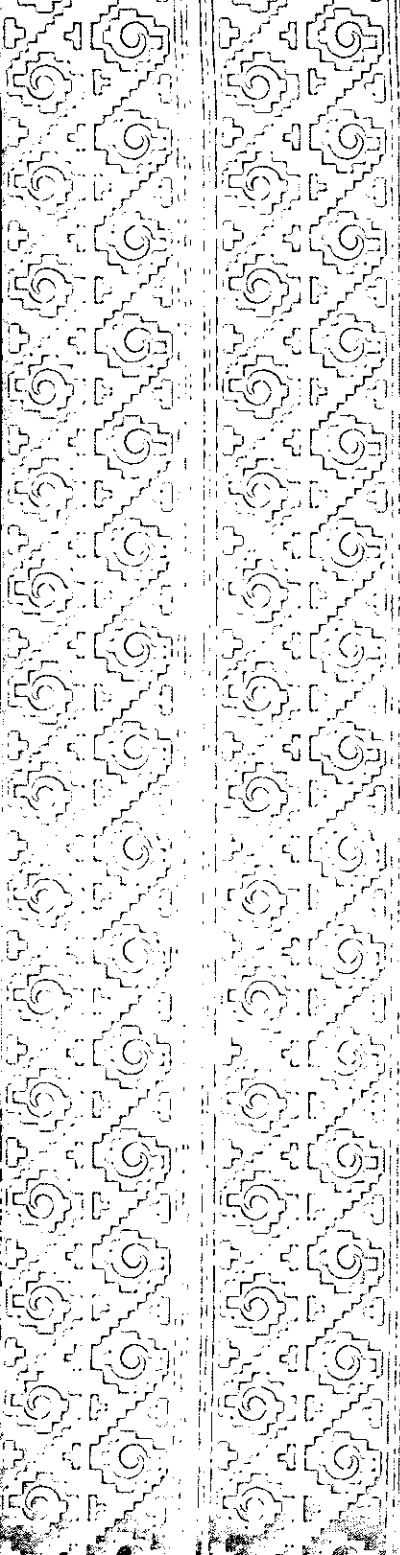
**CUADRO 7**

**Modelo de diseño de Archer**

Fase Analítica	Problema
	Programación
	Obtener información
Fase Creativa	Análisis
	Síntesis
	Desarrollo
Fase Ejecutiva	Comunicación
	Solución

Fuente: Juárez, Verónica, *El Cartel y el Folleto como soportes gráficos*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1997.





Un diseñador tiene que contemplar básicamente varios aspectos que son indispensables para el desarrollo de un proyecto, entre estos aspectos tiene que ubicar o identificar el tipo de sociedad a la que se va a dirigir, el medio ambiente en el que se desarrolla, los objetivos del proyecto y algo muy importante, los recursos económicos con los que se cuenta.

Lo principal para la realización de una propuesta gráfica es definir exactamente el objetivo solicitado. Posteriormente con base en éste se busca el método más adecuado para satisfacer la necesidad que se presenta, C. Jones menciona “sin métodos el diseñador no se encuentra libre para concentrarse en sólo una pequeña parte del problema y no tiene medios para comunicar la esencia de las imágenes mentales”. (32)

En muchas ocasiones recurrir al método inductivo o intuitivo, como lo llaman algunos diseñadores, entre ellos Oscar Olea, el cual consiste en solucionar los problemas de diseño apoyados en la mera intuición, tiene la ventaja de resolver, en algunas ocasiones, acertadamente el problema, gracias a la creatividad espontánea, pero la desventaja es que no se pueden justificar los resultados, ya que desde un principio no se definió un objetivo específico.

Para lograr un buen diseño se presentan varias propuestas, se hacen muchos bocetos, se dispone de una serie de posibilidades, para que de entre todo ello se obtenga el diseño más adecuado y funcional, conjuntando con ello lo estético y funcional que pueda ser, logrando con esto una composición funcional y agradable que cumpla con el objetivo planteado.

En todos los métodos se lleva a cabo un ordenamiento y jerarquización de información, lo cual conlleva al planteamiento del problema y la solución, satisfaciendo la necesidad del solicitante y del demandante

Las metodologías de diseño mencionadas anteriormente sirvieron de referencia para establecer el siguiente método de diseño, el cual sirvió de apoyo para la realización de este proyecto.

---

(32) Jones, Christopher. *Métodos del Diseño*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, pág. 25



Esta Metodología de Diseño se compone de tres etapas:

- a) *Etapa de Estudio*
- b) *Etapa de Proyección*
- c) *Etapa de Realización*

a) *Etapa de Estudio*

• Planteamiento del problema.

Conocer los objetivos y los fines:

- Problema a tratar.
- Grupo al que se dirige.
- Necesidades que se van a cumplir.

• Fundamentación del tema.

De campo:

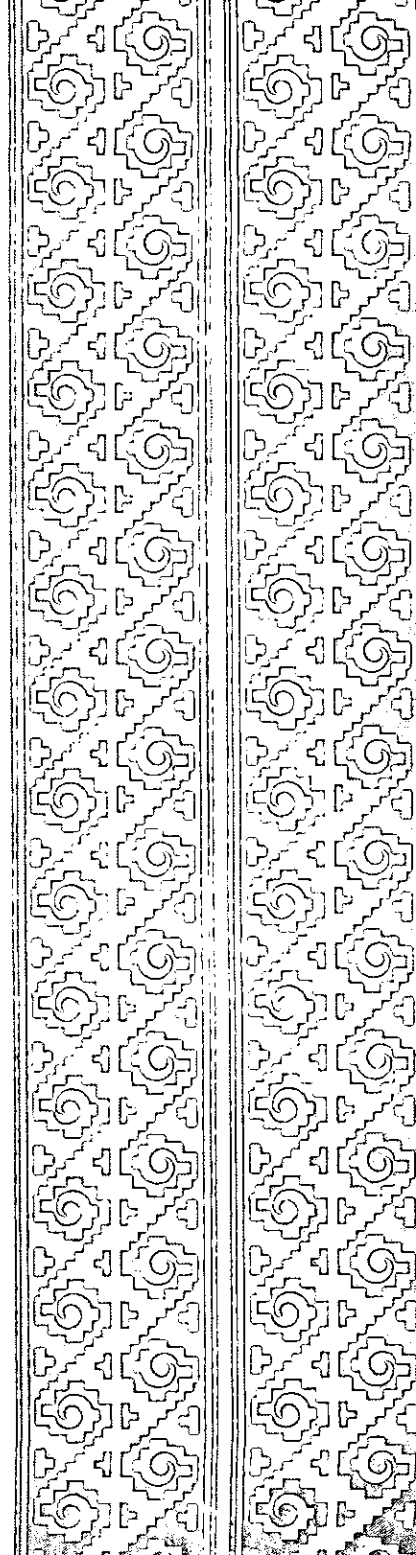
- Actividad de la persona, grupo o institución a representar.
- Carácter de la institución (oficina, corporativa, civil, paraestatal, profesional, etc.)
- Política de la institución, persona o grupo (objetivos profesionales o financieros)
- Características del usuario (edad, sexo, nivel cultural, etc. )

Investigación documental: Revisión de material similar al existente.

• Análisis

Sirve para determinar los enfoques de trabajo.

- Jerarquización de la información.
- Asignación de conceptos.
- Componentes físicos (Aspecto material que va a tener el diseño).
- Componentes psicológicos. (Estrategias compositivas).
- Límites: de tiempo, normativos (reglamentos, estatutos alrededor de una imagen o una institución), cualitativos, cuantitativos, económicos, etc.



ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

• Síntesis

Eliminación de información innecesaria para solucionar la estructura formal, teniendo como resultado siguiente la obtención de primeras imágenes.

*b) Etapa de Proyección*

• Conceptos clave a representar: primera ideas y bocetaje, apoyo de otros soportes gráficos.

• Selección: separación de alternativas a juicio formal por medio de las correcciones necesarias.

• Toma de decisión: depurar y modificar detalles y errores con la asesoría del encargado del trabajo.

*c) Etapa de Realización*

• Dummy Terminal: boceto terminado en color, maqueta que hace referencia lo más fiel posible del trabajo.

• Elaboración del original mecánico: soporte con indicaciones técnicas del diseño para su impresión.

• Supervisión de la producción.

Con esta información podemos jerarquizar la información que hasta el momento hemos obtenido y desarrollar el proyecto gráfico, motivo de esta investigación.

---



## 4.2 *Etapa de Estudio*

A continuación de presentamos el desarrollo de nuestro proyecto gráfico, apoyados de la Metodología de Diseño planteada en el inciso anterior. En las dos primeras etapas la información es muy concreta, ya que en los capítulos anteriores se desarrollo cada punto importante. En la tercera etapa, nos limitamos a especificar los datos y característicos del proyecto, los conceptos de diseño y sus elementos, como los medios de apoyo, se explicaron en los capítulos anteriores.

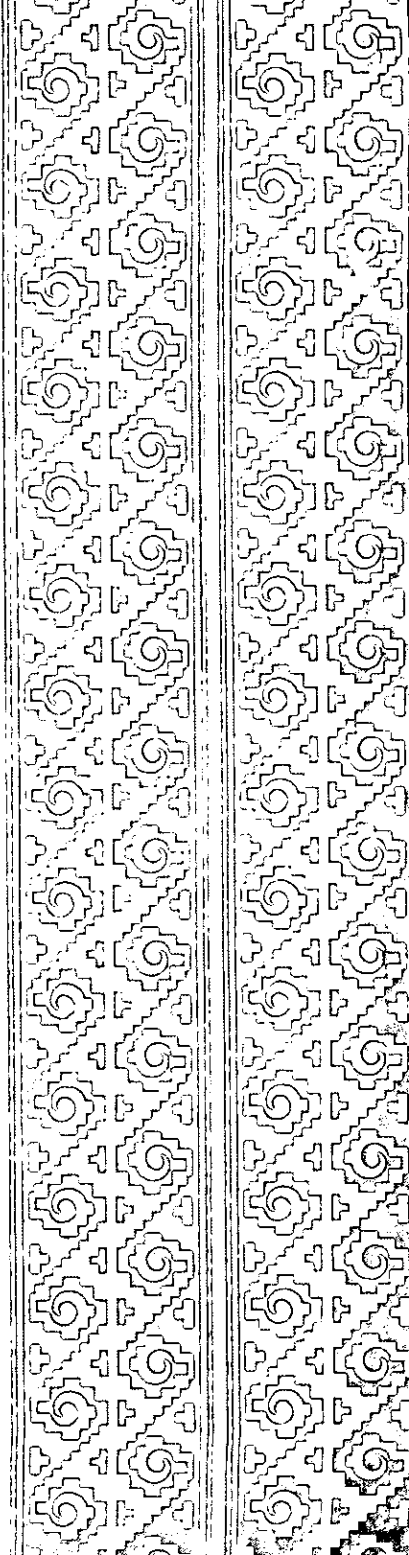
Con base en la información que nos proporcionó el Lic. Arturo Izquierdo, Administrador General del Museo Diego Rivera, Anahuacalli, en las entrevistas que le realizamos, se trató de recaudar la mayor información posible acerca de este recinto cultural.

### *Planteamiento*

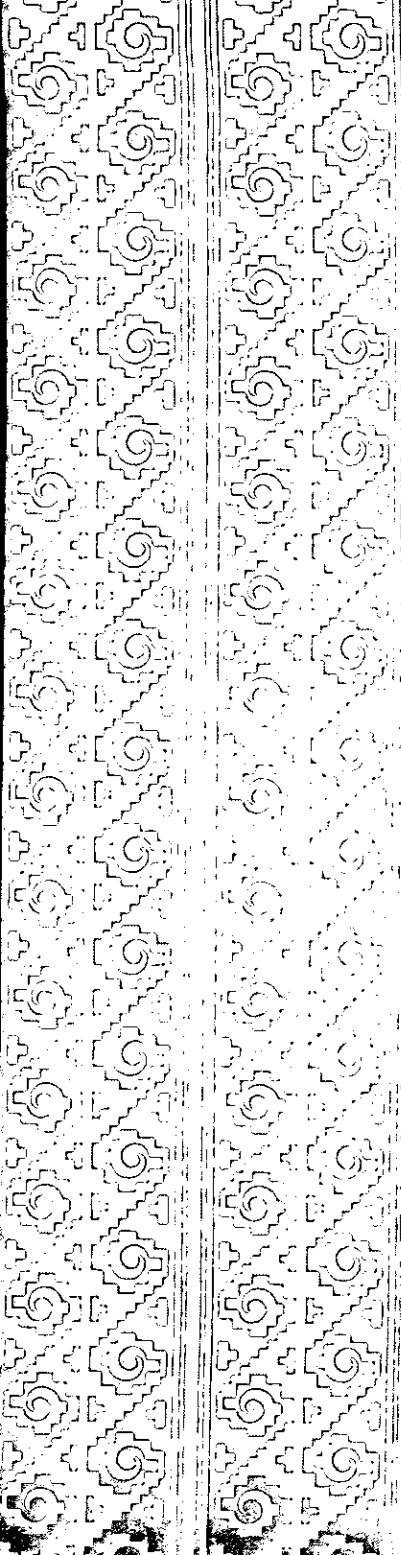
En dichas conversaciones se planteó la necesidad de hacer un folleto que le permitiera al Museo darse a conocer en la sociedad mexicana, en vista de que el material existente no cumplía con las necesidades actuales del Museo. Todo ello se suma a que este espacio cultural, no cuenta con apoyo económico, gráfico, ni de difusión, por consiguiente se planteó como una necesidad realizar un medio gráfico impreso que apoye la difusión del Museo y el cual, a la vez, sirva de apoyo visual y escrito, a los visitantes que a lo largo del año acuden a visitarlo

### *Fundamentación*

El Museo Diego Rivera, Anahuacalli, es una institución de carácter cultural, es un Fideicomiso del Banco de México, que alberga la riqueza del arte pre-







hispanico mexicano, que a lo largo de su vida fue coleccionando el gran muralista Diego Rivera, y que posteriormente legó a su pueblo.

Los visitantes del Museo son básicamente grupos de estudiantes de escuelas primarias y secundarias, además de extranjeros.

Este museo no cuenta con recursos económicos que solvente y apoyen su difusión, por lo que se le ha otorgado a diferentes personas el permiso de realizar, como servicio social o como donación, la imagen este museo, por lo que la imagen corporativa fue hecha por unas personas, la señalización la realiza otra persona. Es por eso que respetando estos elementos se utilizarán para tratar de unificar la imagen global del Museo, que poco a poco esta formando su propia identidad.

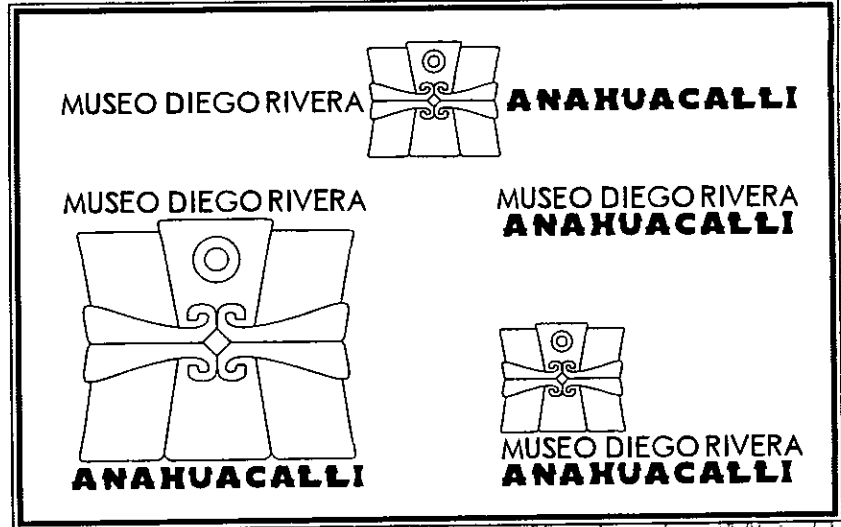
La imagen gráfica del Museo Diego Rivera, Anahuacalli, simula la arquitectura del Museo y en consecuencia un *atado de cañas*. Los círculos concéntricos, ubicados en la parte central superior de la imagen representan *la perla de la belleza* y a su vez el símbolo de *Ollín* que se puede apreciar en la parte trasera superior del Museo. La parte central de la imagen representa el símbolo de *Ometeotl* que significa la *sagrada dualidad*, concepto fundamental en las culturas prehispánicas.

Tomando en cuenta la arquitectura del Museo y su contenido también se diseñaron tipografías especiales para la imagen.

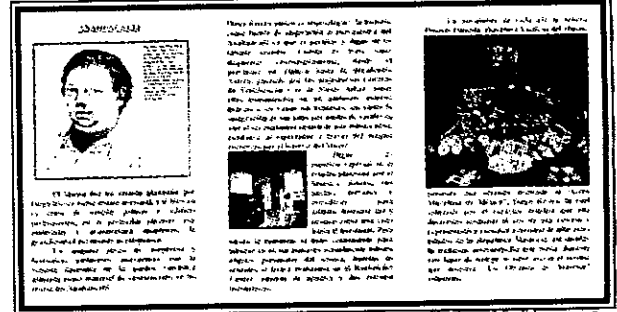
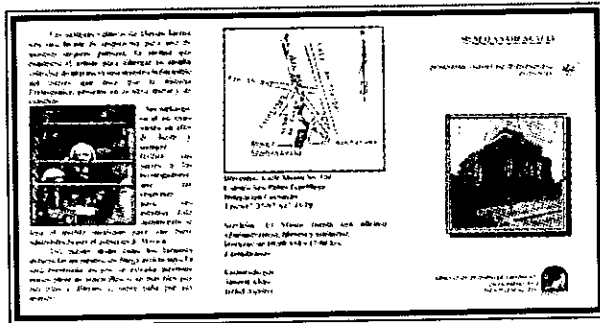
La imagen corporativa con la que cuenta este espacio cultural establece los siguiente usos correctos para su aplicación en todo material gráfico en el que se aplique:

---





El material gráfico con el que contaba el Museo era un tríptico, fotocopiado, en el que se presentaba una breve descripción del recinto y algunas imágenes que han perdido sus valores estéticos, gracias al tipo de impresión en la que eran reproducidos:



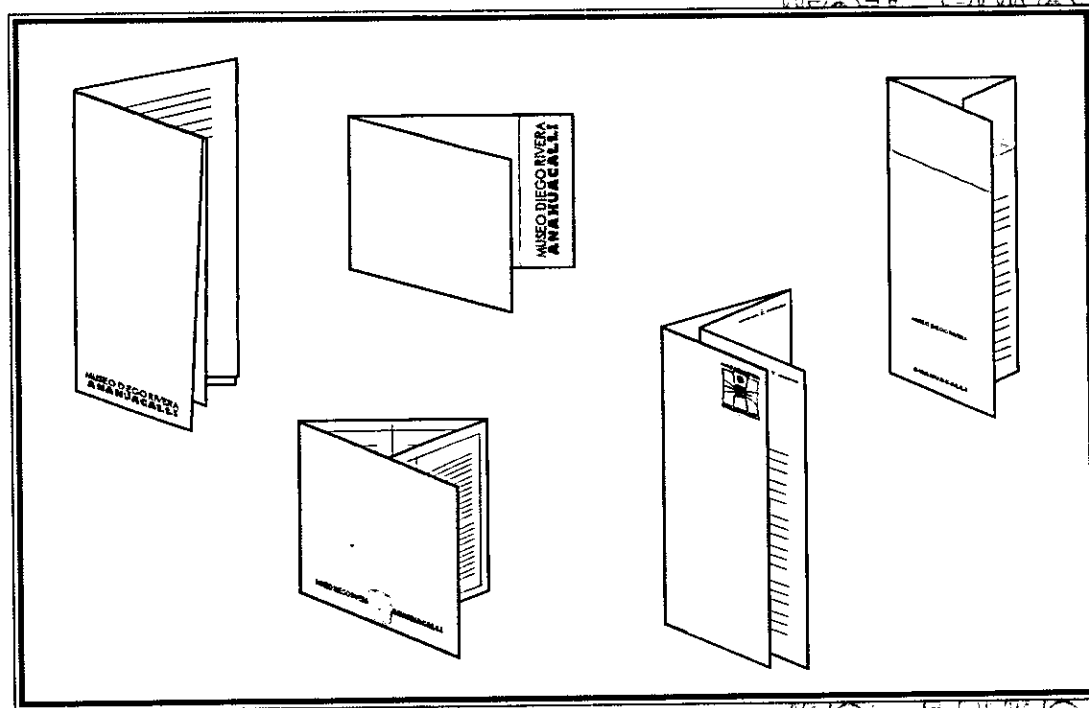
Folleto en español, frente y vuelta

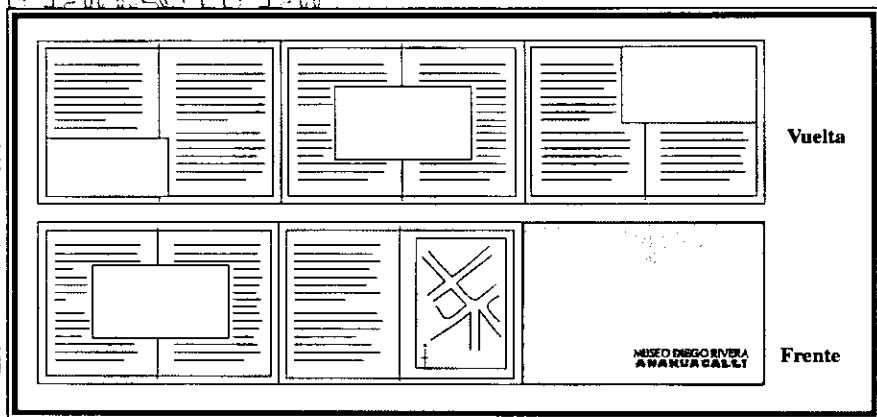




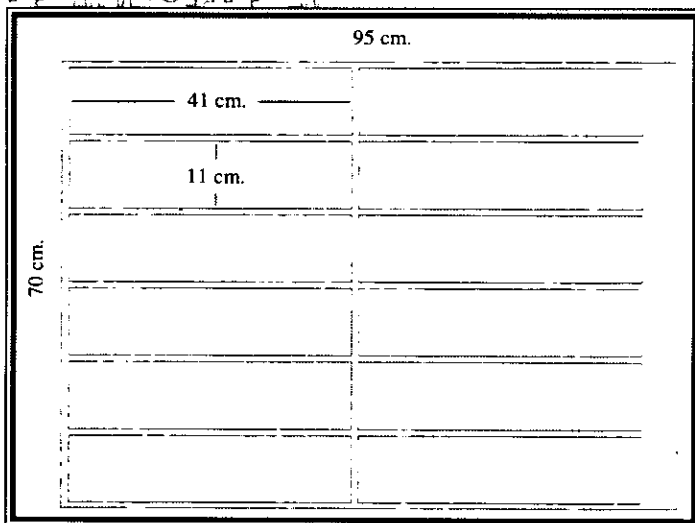
## 4.3 Etapa de Proyección

Con las primeras imágenes, la llamada lluvia de ideas, basadas en la investigación hecha y con apoyo de otros soportes gráficos surgieron las siguientes propuestas:





La propuesta más apropiada, tanto por su formato, funcionalidad y presentación fue el tríptico horizontal plegable, el consta de tres pánels, en los cuales se ordena toda la información escrita y visual que necesitamos para cumplir con el objetivo de nuestro proyecto.



Distribución en el pliego de papel para impresión

Con base en la elección del boceto anterior se desarrolló la propuesta, considerando que el presupuesto del Museo es reducido, el tipo de impresión al que se someterá para su producción, los colores institucionales que indica la imagen gráfica del Museo, el tipo de papel utilizado para su reproducción, etc., se establecieron las siguientes características para el proyecto:

#### *Formato*

Las dimensiones reales del folleto plegable son 11 cm. x 41 cm. Estas dimensiones nos permiten distribuir perfectamente 12 folletos en el pliego de papel Couche, el más adecuado para la impresión, su dimensión es de 70 cm. x 95 cm., así evitaremos que se desperdicie papel. Si se presentara la oportunidad de imprimir el folleto en una Imprenta Digital, su tamaño no afectaría para su impresión,



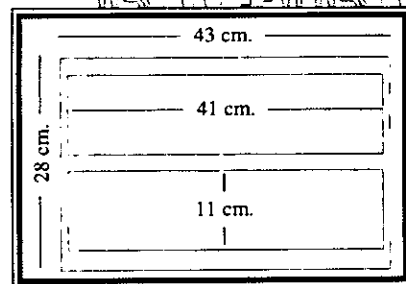
ya que el tamaño de una hoja tabloide nos da la posibilidad de distribuir verticalmente dos folletos en su interior con ello se economizan papel y costos de impresión.

### Caja y retícula

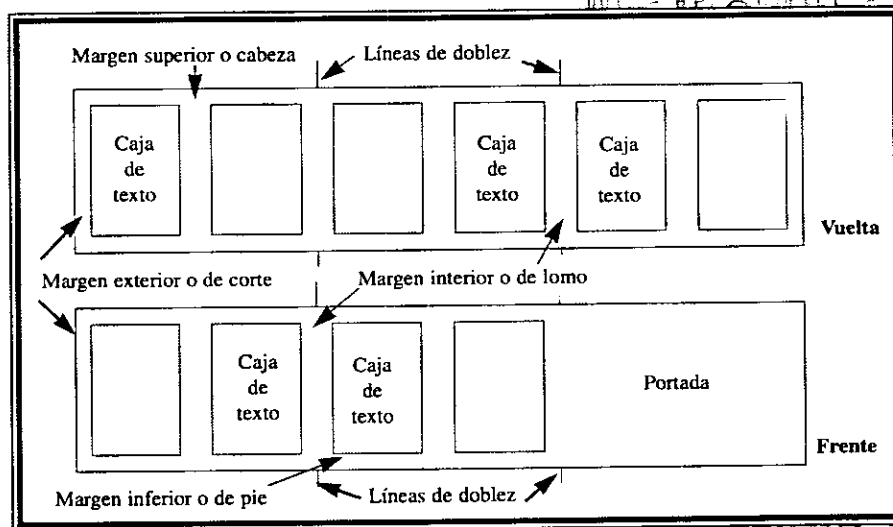
La primera delimitada por los márgenes en blanco que bordean la página, ubicando el área de trabajo de composición, cuidando a los elementos de composición, textos e imágenes, del corte que se hace después de la impresión para darle un acabado fino.

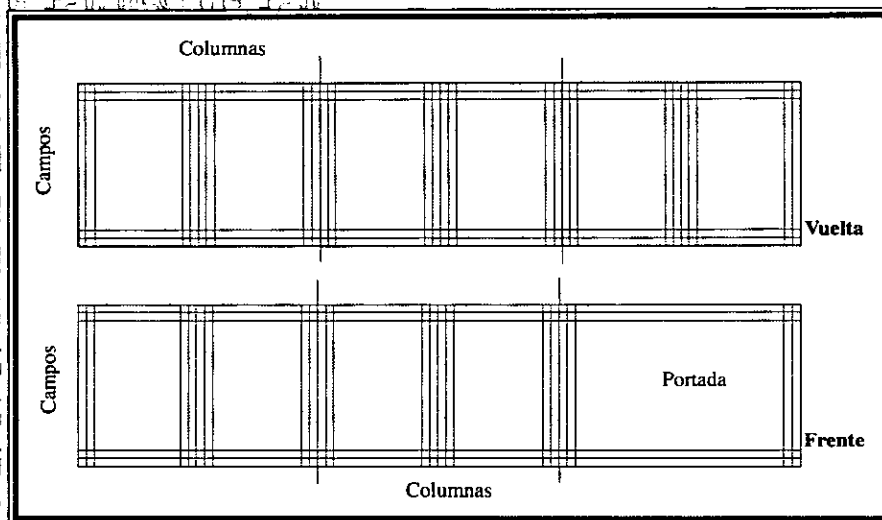
Se divide verticalmente en tres partes, cada una de ellas denominada panel, dos de ellos miden 13.7 cm. y el otro 13.6, ya que es necesario que mida un poco menos para que al momento de hacer el doblez, el papel caiga exactamente un poco antes de la línea de doblez, evitando así que el panel que va hacia adentro se arrugue o doble de la orilla o de las puntas y se maltrate el papel.

Ya definida la caja se traza la retícula, que nos apoya facilitando y agilizando la ubicación de los elementos de la composición en la página. Con ella establecemos el tamaño y ubicación de las imágenes, para lograr una composición armónica y equilibrada.



Distribución en una hoja de papel tamaño tabloide para impresión digital





### *Tipografía*

El uso de dos tipografías diferentes se justifica por la necesidad de diferenciar los idiomas en los que se redacta la información escrita. En los textos en español se utiliza la *Eras Medium* de 8 pts, colocando la letra capitular en 16 pts. y en bold. Para los textos en inglés se utiliza la *Optima*, con el mismo puntaje que en los textos en español. Su alineación es a la derecha y se escribe en altas y bajas. También se hace uso de la tipografía realizada especialmente para la imagen gráfica del Museo. Todos estos elementos se utilizaron tratando de unificar la imagen que se realiza actualmente del espacio cultural en cuestión.

### *Imágenes*

Las imágenes que utilizamos son diez fotografías, inéditas, tomadas especialmente para su aplicación en nuestro proyecto, por ello se tiene que imprimir en selección de color, para lograr una excelente impresión y que cumplan con



su función de apoyo al texto. Estas imágenes nos muestran partes del Museo Diego Rivera, la fachada principal, parte de la explanada, algunas salas de la exposición permanente, el estudio y parte de la *Ofrenda de Día de muertos* que se presenta cada año en este espacio cultural, por lo que nos sirven perfectamente para describir visualmente lo que el texto nos redacta. Algunas de ellas se utilizan como fondo, lo cual se le debe indicar al impresor para que las coloque como sello de agua o en un porcentaje de saturación menor de color, de un 20% a un 35% dependiendo de la fotografía, evitando así que que impidan la legibilidad del texto que se encuentra encima o que vayan a distraer la atención del lector, además es necesario que cumplan, básicamente, con su función ornamentar el proyecto.

### *Colores*

Los colores institucionales del museo son el negro, el color que con los siguientes porcentajes mezclados se obtenga: para el amarillo: cyan 1%, magenta 23 %, amarillo 100 % y 0 % del negro para el ocre la mezcla de: cyan 2 %, magenta 100 %, amarillo 91 % y 0 % del negro y si se imprime en sello de agua se tendrá que utilizar en un 26% de saturación.

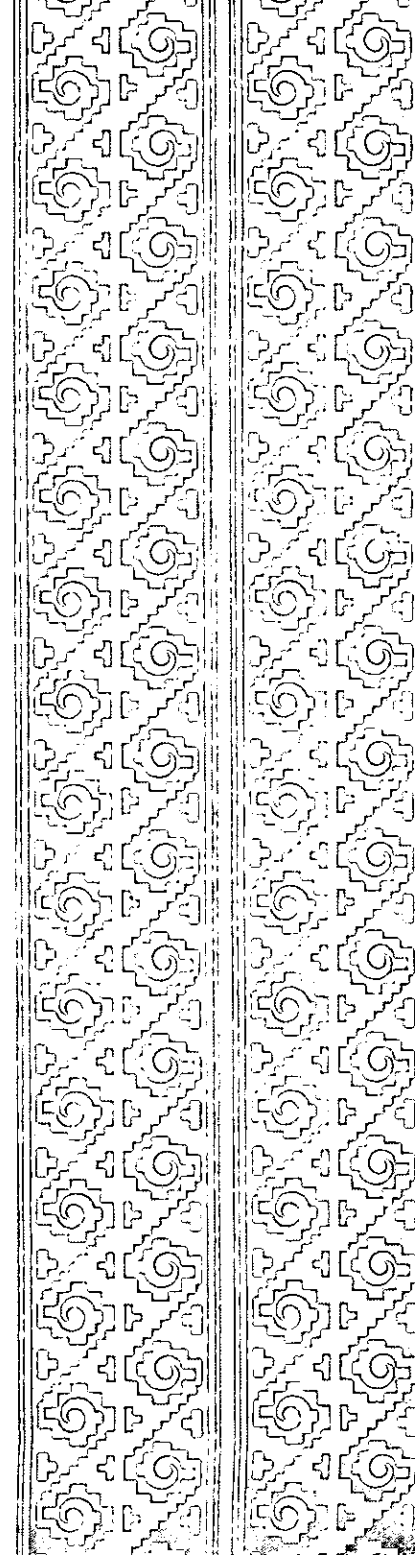
### *Portada*

Después de analizar varias opciones, la propuesta que logra cumplir con los requerimientos de impacto visual, capaz de provocar interés del espectador hacia el folleto, es decir, de llamar la atención del lector y lo más importante de su función, dejar un registro de referencia que pueda ser recordado y a la vez nos introduzca al sitio que se está difundiendo, con toda claridad y presencia.

Su imagen es muy sencilla y elegante. La ilustración fotográfica como apoyo visual es un elemento clave para identificar de inmediato la majestuosidad del espacio cultural al cual se refiere el folleto. El fondo de color ocre (Pantone 471U) logra resaltar la información visual que ofrece la ilustración fotográfica.

Para reafirmar todo este concepto de la portada incluimos la referencia del acervo cultural que representamos en ella, Museo Diego Rivera, Anahuacalli

---

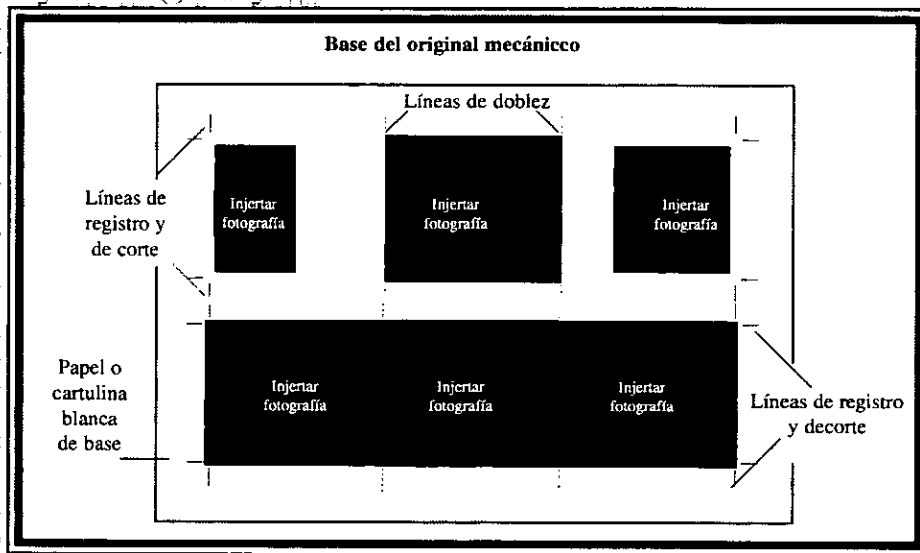


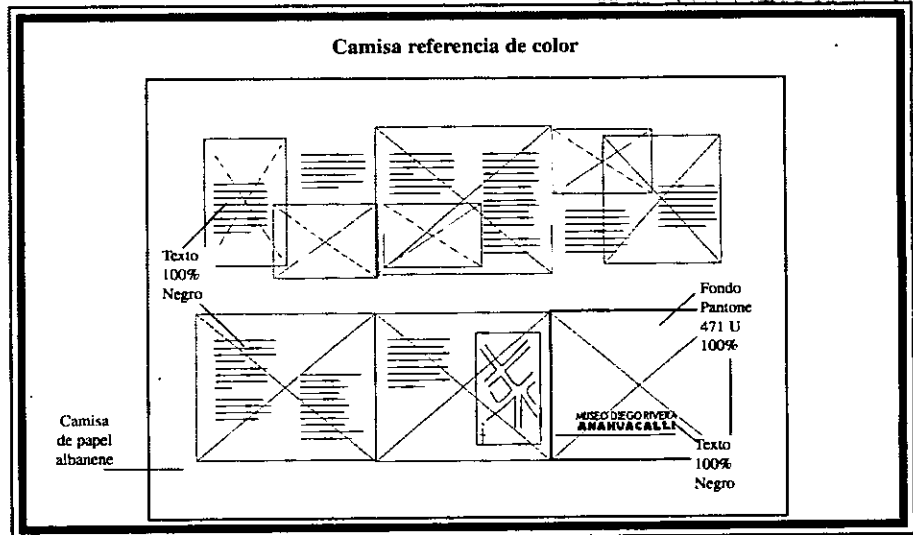
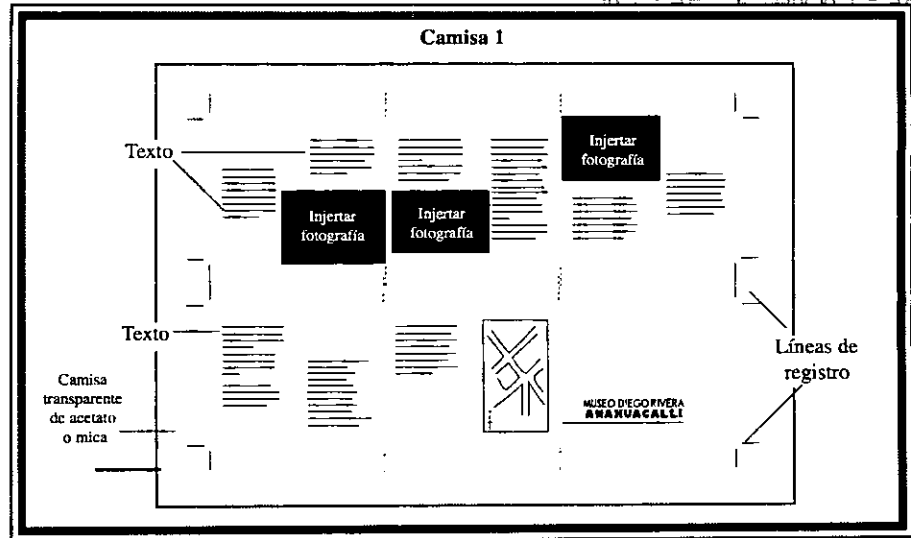


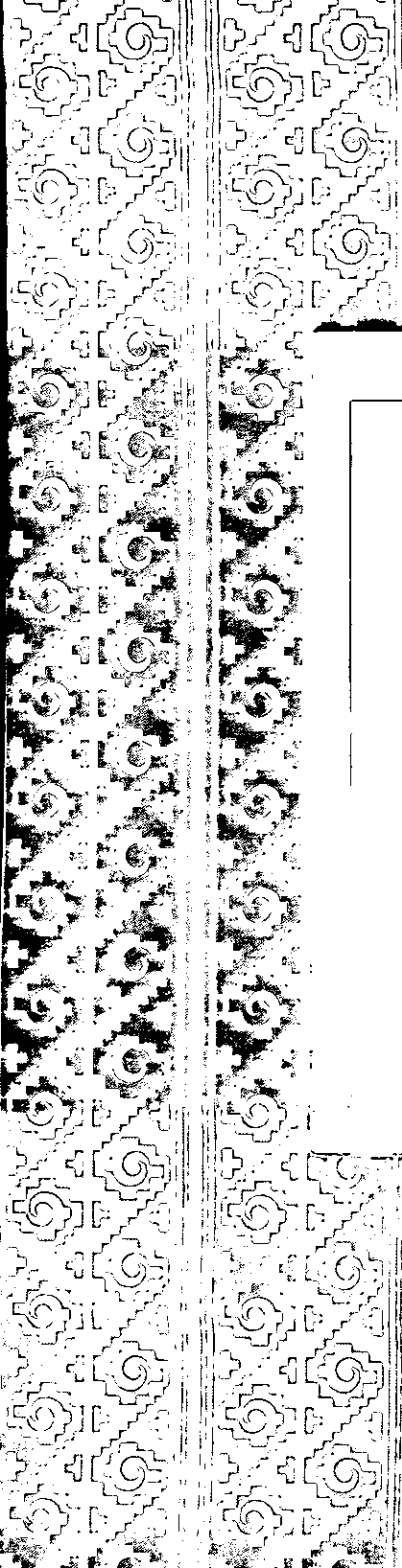
## 4.4 Etapa de Realización

**E**n la elaboración del original mecánico, del proyecto, se tomaron en cuenta las características que presenta dicho proyecto, por lo que el método de impresión más adecuado, considerando el presupuesto limitado del Museo, para su reproducción es la impresión Offset.

En él se realizaron las indicaciones técnicas para su impresión, tanto dobleces, ventanas, líneas de corte, armado, color, etc. Sumando la entrega de las diapositivas para que de ellas se obtuvieran las placas procurando que la resolución y calidad sean excelentes en el momento de imprimirse. Todo esto bien especificado y presentando un dummy terminado, al impresor, como referencia, para evitar, en la medida de lo posible, alteraciones en su producción, logrando con ello optimizar los resultados finales.







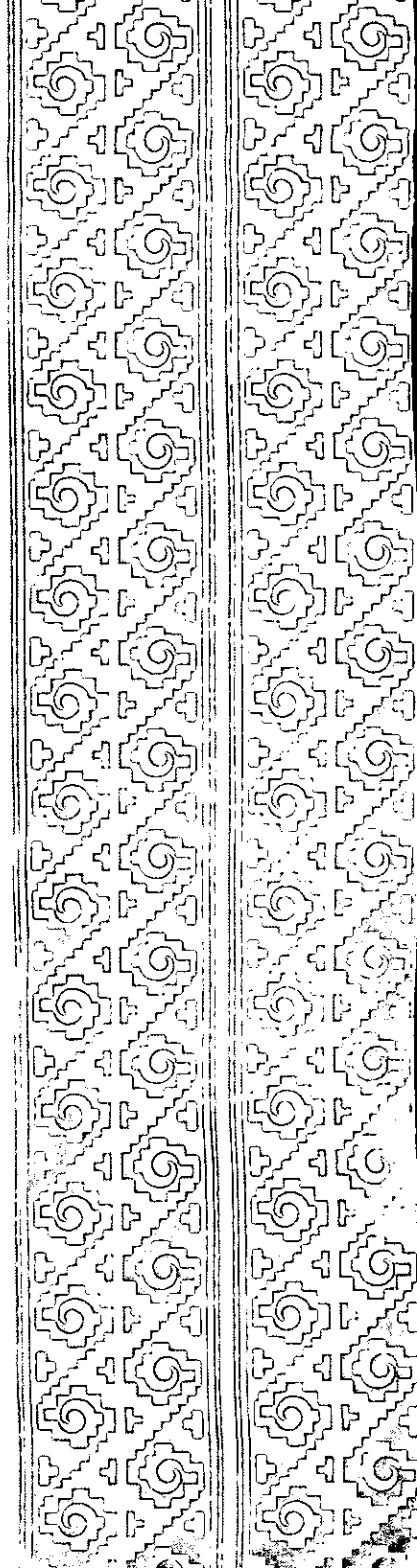
MUSEO DIEGO RIVERA  
**ANAHUACALLI**



Este proyecto es la representación gráfica de la información visual y escrita que se recopiló en el trabajo de investigación realizado. Es la aplicación de todos los conocimientos adquiridos de Diseño, Diseño Editorial, Museografía y del gran acervo cultural que constituye el Museo Diego Rivera, Anahuacalli.

El folleto es el medio gráfico impreso con el que cubriremos, en gran parte, la falta de difusión que tiene este recinto histórico y cultural, por medio de éste pretendemos llegar a la comunidad que desconoce la existencia de dicho espacio.

Este proyecto es la conclusión de que el Diseño es un medio gráfico de apoyo para la difusión, en este caso, de la cultura y del arte.



**El Museo Diego Rivera Anahuacalli** fue un recinto planeado por el artista como parte importante de un proyecto llamado "La Ciudad de las Artes", en el pretendido planear con materiales y arquitectura modernos, la grandiosidad del mundo prehispánico. Edificando la robusta destreza de la piedra volcánica utilizada como material de construcción en los muros del Anahuacalli.

**The Museum Diego Rivera, Anahuacalli** was a precinct planned by the artist as part of the Art City Project, with materials and modern architecture, the grandioseity of the world prehispanic. Building the robust naked of the volcanic stone utilized as material of construction in the walls of the Anahuacalli.

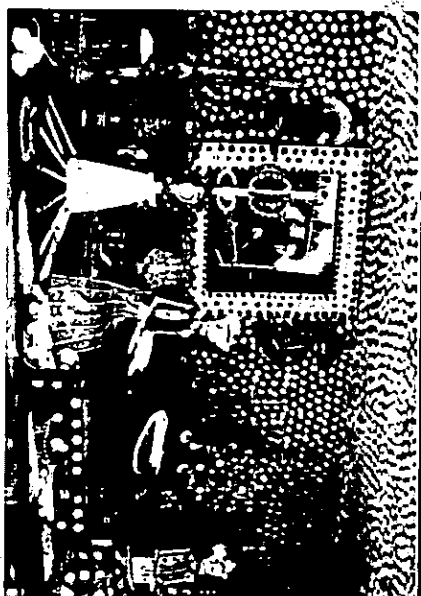


La arqueología y la historia fueron la fuente de inspiración arquitectónica del Anahuacalli. Peculiar y digno de su creador, consta de ventaneras y salas dispuestas cronológicamente desde el Preclásico en Tlatilco hasta la decadencia Azteca, pasando por las majestuosas culturas de Teotihuacán y la de Monte Alban; todas ellas comunicadas en un ambiente externo gracias a los vanos sin ventaneras, así como la integración de sus salas por medio de escaleras, que al ser continuas dejero de una misma zona, conforman al espectador a través del mágico recorrido por el interior del Museo.

**The** archaeology and the history as fountain of architectural inspiration of the Anahuacalli. The museum is peculiar and worthy of his creative talent. It has thirteen rooms to leave disposed chronologically, from the preclassic in Tlatilco until Aztec decadence, passing by majestic cultures of Teotihuacan and of Monte Alban, all they communicated in an external ambience by to the vain without windows thus as integration of the rooms by mediate of stairs that continue inside of a same zone droves to the spectator to cross of the magical traveled by the interior of the museum.

En noviembre de cada año la señora Dolores Olmedo, presenta *La Ofrenda de Muertos*, dedicada al *Gran Muralista de México*, la cual sobresale por el carácter artístico que ella desarrolla mediante el uso de una extensa y representativa variedad artesanal de diferentes estados de la República Mexicana, sin olvidar la tradición mortuoria.

In november of every years Mrs. Dolores Olmedo, presents a offering dedicate to the *Great Muralist of the Mexico*, the which one excelled by the artistic character that she develops by means of the use of an extensive and representative artisanal variety of different states of Mexican Republic, without forgetting the funeral tradition. Ancient cultures of Mexico were a rich fountain of inspiration for one of our better painters.



**D**igno de mención es el trabajo que el Maestro Rivera, con una gran dedicación y mirando a futuro, ha realizado en el Museo Diego Rivera, además de abarcar y dar retratos de los grandes artistas mexicanos.

Las araguas de la zona de México, una rica fuente de inspiración para los mejores pintores, construyó el artista para su propia colección de obras que muestra indiscutiblemente la gran historia Prehispánica que obra mirando y de caballete.

**E**n él no hubo nunca un afán de siempre facilitar sus piezas a los investigadores que las requirieran para sus estudios. Este monumento lo legó al Pueblo Mexicano.

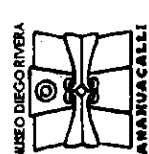
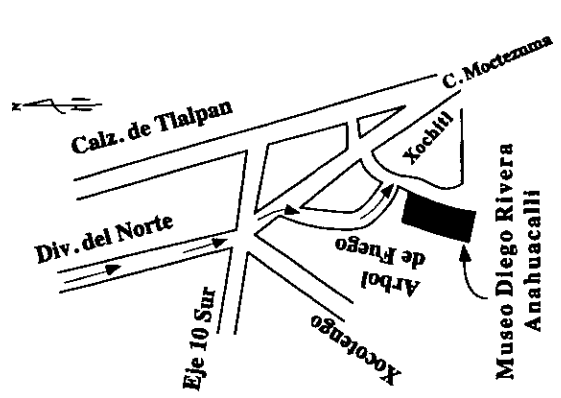
**W**orthy of special mention is the study planned by Maestro Rivera, with wide terraces and edifices balconies to admit enough light for the currently flaunts personal objects in the museum.

The precinct is considered the art for to keep the collection of the Prehispanic history present in the work mural and of easel.

**H**e never has ambition of lucro and always facilitate the pieces to the investigators that require for studies. This monument bequeathed it to the Mexican Town.

- El museo cuenta con:
  - Pinacoteca (Sala de usos múltiples).
  - Talleres.
  - Librería.
  - Guías para visitantes.
  - Alquiler de espacios para eventos culturales (música, teatro, etc.)

Dirección: Calle Museo N° 150  
 Colonia San Pablo Tepetlapa, Coyoacán.  
 Tels: 617 3797, 617 4310  
 Horario: de 10:00 a 18:00 hrs.  
 Admisión general: \$ 10.00



# MUSEO DIEGO RIVERA ANAHUACALLI



# Conclusiones

**E**ste trabajo de investigación teórico-práctico cumple con los objetivos planteados en su inicio, en cada uno de sus cuatro capítulos se logró racabar la información necesaria para sustentar la realización de nuestro proyecto gráfico, *el Folleto Informativo del Museo Diego Rivera, Anahuacalli*.

Este trabajo es el encargado de satisfacer la falta de difusión que tiene el Museo Diego Rivera, Anahuacalli, totalmente desconocido para muchos habitantes de esta ciudad, ya que por medio de su distribución pretendemos difundir la gran riqueza cultural que alberga en él y que como un legado de su creador nos pertenece.

El apoyo de la metodología de diseño fue básico para el desarrollo de este proyecto, ya que se pudo organizar y jerarquizar la información recabada, para ubicar y concretar la propuesta más conveniente, el folleto informativo del Museo.

El Diseño Editorial abarca muchos tipos de medios gráficos, el folleto, ya sea díptico, tríptico o cuadríptico, es solamente uno de ellos, para su realización se necesitan soportes técnicos, publicitarios, económicos y de diseño, además de las herramientas de tipografía, color, textura e imagen, llámese a ésta última en el proyecto que hemos desarrollado, ilustración fotográfica, considerada como la base fundamental de comunicación.

El folleto es un medio gráfico impreso que por sus múltiples características es capaz de ofrecer un sin número de alternativas para los diseñadores que como traductores de mensajes e ideas tenemos que satisfacer las necesidades de la comunidad demandante.

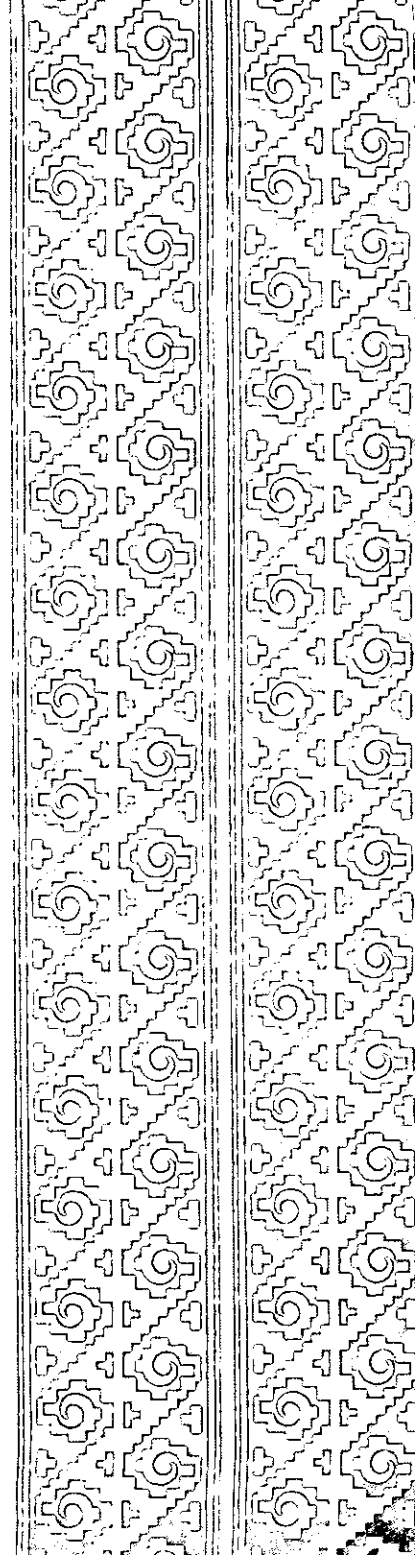
---

Además el Diseño Editorial es parte importante del proceso editorial, ya que junto con los sistemas de impresión, logran la realización más óptima de los medios impresos, de los cuales es muy importante conocer las características propias de cada uno de ellos, para poder determinar que tipo de medio es el más adecuado para la realización de un proyecto gráfico.

Un problema muy importante y latente que existe en nuestra sociedad, es precisamente la falta de difusión cultural, el caso del Museo Diego Rivera, es solamente uno de muchos otros, ya que existen muchos acervos y espacios culturales que por falta de difusión desconocemos y es un desperdicio que representando tanta riqueza permanezcan en el anonimato, sin el reconocimiento que se merecen como parte de la cultura de México.

Como diseñadores gráficos tenemos las posibilidades de difundir estas riquezas nacionales, siendo el punto de enlace entre la información que encierran dichos espacios y la sociedad a la que deseamos informar, contamos con muchas herramientas que nos pueden apoyar, es solo tomar conciencia y la decisión para realizarlo.

El Diseño Gráfico y el Diseño Editorial son un importante apoyo gráfico para la difusión de la cultura, por las múltiples posibilidades que nos ofrecen y las cuales tenemos que aprovechar para la realización de proyectos útiles para la sociedad.



---

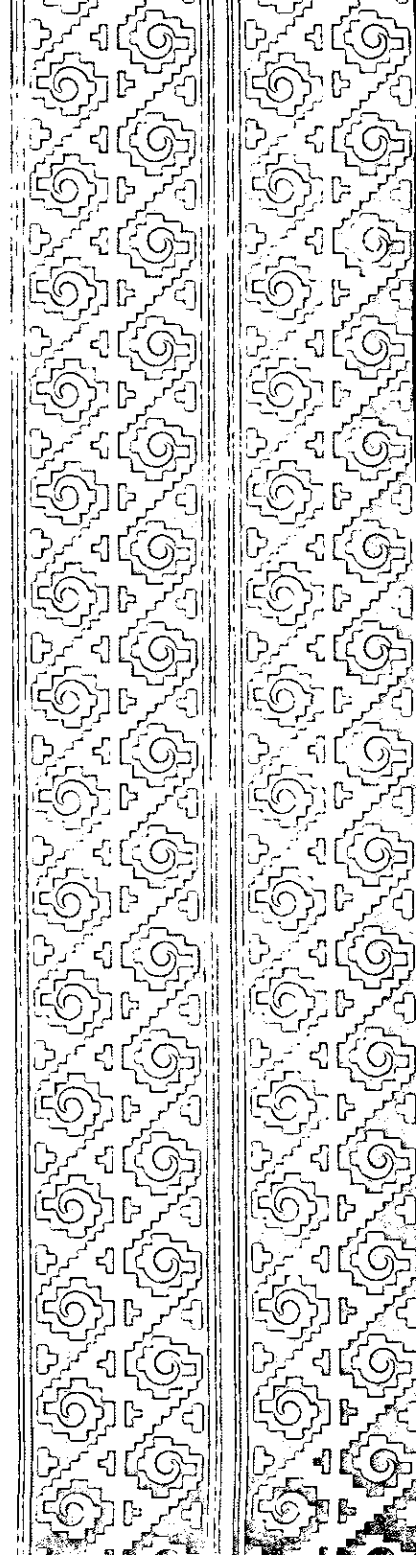


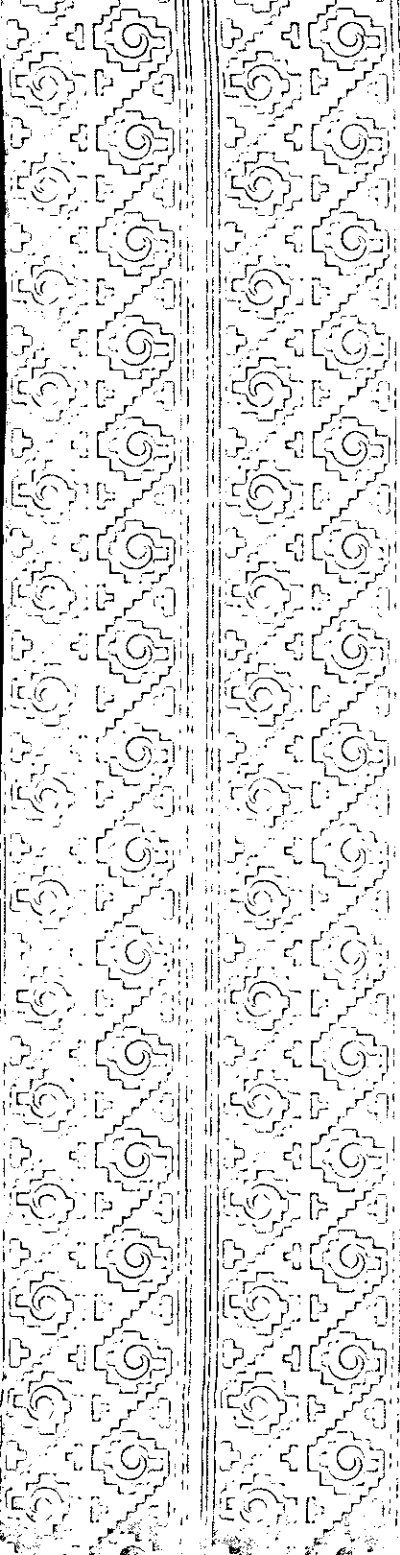


# *Bibliografía*

- Bruno, Munari, Como nacen los objetos, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.
  - Costa, Joan, Imagen Global. Enciclopedia del Diseño, Ediciones CECSA, Barcelona, 1987.
  - Dalley, Terrence, Guía completa de ilustración y diseño. técnicas y materiales, 3ª reimpresión, Blume Ediciones, Madrid, 1992, 224 pp., Ilustraciones.
  - Dondis, Andrea, La Sintaxis de la Imagen, 9ª edición, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1990, 211 pp.
  - Durán, Catalina, Diseño Editorial, Editorial Universidad Autónoma Metropolitana, 1996, 55 pp.
  - Euniciano, Martín, La Composición en las Artes Gráficas, Tomo II, Biblioteca Profesional, Barcelona, 1980, 599 pp.
  - Euniciano, Martín, Artes Gráficas. Introducción General, 2ª edición, Ed. Don Bosco, Barcelona, 189pp.
  - Foncuberta, Joan, Foto-Diseño, 2ª edición, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1990, 260 pp.
  - Hugues de Vavine-Boman, Los museos en el mundo, Salvat, Barcelona, 1973, N° 26
  - Hurlburt, Laurence, Los Muralistas Mexicanos en E.U., Editorial Patria, México, 1989, 321pp.
-

- Jones, Christopher, Métodos del Diseño, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1990, 260 pp.
  - Karch, R.Randolph, Manual de las Artes Gráficas, 2ª edición, Ed. Trillas, México, 1992, 434 pp.
  - Laing, John, Diseño Gráfico, Blume Ediciones, Madrid, 1985, 153 pp.
  - León, Aurora, El Museo. Teoría, Praxis y Utopía, 6ª edición, Ediciones Cátedra, S.A. España, 1995, 378 pp.
  - Loomis, Andrew, Ilustración creadora, 7ª edición, Librería Hachette. S.A., Argentina, 1980, 300 pp., ilustraciones.
  - López Rangel, Rafael, Diego Rivera y la Arquitectura Mexicana, Dirección General de Publicaciones y Medios, México, 1989, 142 pp.
  - Malvido, Cerda, Atlas cultural de México. Museos, Grupo Editorial Planeta, México, 1987, 1889 pp.
  - Meggs, Philip. B, Historia del Diseño Gráfico, Ed. Trillas, México, 1991, 562 pp.
  - Miles, Roger, El Discurso Museográfico Contemporáneo, Compiladores, El Museo del Futuro. algunas perspectivas europeas, Universidad Nacional Autónoma de México, México, D.F., Ciudad Universitaria, 1995, 215 pp.
  - Montaner, Josep Ma., Museografía, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1990, 192 pp.
  - Montaner, Josep Ma., Nuevos museos. Espacios para el arte y la cultura, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1990, 192 pp.
  - Müller-Brockman, Josef, Sistema de Retículas, 2ª edición, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1992, 179 pp.
  - Murray, Ray, Manual de Técnicas, 3ª edición, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1980, 200pp.
- 



- 
- Olea, Oscar, González Lobo, Carlos, Análisis y Diseño Lógico, Ed. Trillas, México, 1976.
  - Olea, Carlos, Metodología para el Diseño Urbano, Arquitectónico, Industrial y Gráfico, Ed. Trillas, México, 1980, 159 pp.
  - Artes de México, N° 64 /65, Año XII, México, 1965.
  - Owen, William. Diseño de Revistas, Ed. Gustavo Gili, México, 1991, 237 pp.
  - Paoli, J. Antonio, Comunicación e Información, Perspectivas Teóricas, 7ª reimpresión, Ed. Trillas, México 1994.
  - Revista de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, Museografía Contemporánea, N° 17, Universidad Nacional Autónoma de México, México, D.F., Ciudad Universitaria.
  - Rivera, Iconografía personal, Fondo de Cultura Económica, México, 1986, 101 pp.
  - Ruder, Emil, Manual de Diseño Tipográfico, 2ª edición, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1992, 220 pp.
  - Scott, Robert Guillam, Fundamentos del Diseño, 9ª edición, Editorial Leru, Buenos Aires, 1959, 195 pp.
  - Turnbull, T. Arthur y Baird. N. Russell, Comunicación Gráfica. Tipografía, Diagramación, Diseño, Producción, 2ª edición, Ed. Trillas, México, 1990, 429 pp.
  - Van Dike, Scott, De la Línea al Diseño, 3ª edición, Ed. Gustavo Gili, México, 1984, 156 pp.
  - Zavala, Silva, Posibilidades y Límites de la Comunicación Museográfica, Universidad Nacional Autónoma de México, México, D.F., Ciudad Universitaria, 1993, 155 pp.
-