



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES "ACATLAN"

297844

"LA MUSEOGRAFIA: UNA DISCIPLINA PARA EL QUEHACER DEL DISEÑADOR GRAFICO"

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE: LICENCIADA EN DISEÑO GRAFICO PRESENTA: MARIA DE LOURDES CARDOZA MORALES

ASESORA: L.D.G. LAURA E. ESPINOSA AGUILAR.



ACATLAN, ESTADO DE MEXICO.





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.

ÍNDICE

Introducción	7
CAPITULO 1	
El Museo: una retrospectiva.	9
1.1 Desarrollo histórico del Museo	10
1.2 Edificios de Museos	13
1.3 Modelos del Siglo XX	16
1.4 Museos en México	20
1.5 Últimos veinte años	21
1.6 Museo y Comunicación	22
1.7 Museología: la ciencia del Museo	24
1.8 La Museografía	25
CAPITULO 2	
Metodología para el proceso de diseño museográfico.	27
2.1 Propuesta del proyecto	28
2.2 Presentación de guiones	32
2.2.1. Curatorial	32
2.2.2. Museológico	33
2.2.3. Museográfico.	34
2.3 Fase de diseño	35
2.3.1. Realización de planos	36
2.3.2. Identidad museográfica	36
2.3.2.1. Factores Humanos en las exposiciones	38
2.3.2.2. Tipografía	40
2.3.2.3. Códigos Cromáticos	41
2.3.2.4 Apoyo Gráfico	43
2.4 Etapa de producción	44
2.4.1. Iluminación	44
2.4.2. Temperatura	45
2.4.3. Humedad	45
2.4.4. Circulación	45

CAPITULO 3

Difusión.	48
3.1 Editorial	49
3.1.1 Perfil Editorial del Museo	49
3.1.2. Política Editorial	49
3.1.3 Tipos de Publicaciones	50
3.1.4 Proceso Editorial	50
3.1.5 Cartel	52
3.1.6 Catálogo	54
3.1.7 Folleto	56
3.2. Otros medios	57
3.2.1 Prensa	57
3.2.2 T.V.	58
3.2.3 Radio	59
3.3 Servicios Educativos	59
3.3.1 Talleres	61
3.3.2 Diseño de Material Didáctico	62
3.3.3 Realización de Audiovisuales y Video	63
3.4 Análisis de resultados	64
CONCLUSIONES	67
ANEXO	69
BIBLIOGRAFIA	72
ENTREVISTAS	77
GLOSARIO	79

“ Ya las exposiciones no son lugares de paseo,
son avisos: son lecciones enormes y silenciosas:
son escuelas.
Pueblo que no ve en ellas qué aprender, no lleva
camino de pueblo.”

JOSE MARTI

A mis padres

Por ser ejemplo y el eje de mi vida.

Poder culminar esta aventura que comenzó hace ya un buen tiempo, es para mí algo tan gratificante que no puedo pasar por alto este último período en el cual tuve la oportunidad de vagar por las calles de la ciudad, buscando y nutriéndome de lo que sus museos y la gente que conocí me regalaron.

Así mismo agradezco a Pablo, Malú, Pilar, Laura Lalo e Isadora y Marco por darme su apoyo y cariño; a los niños de mi vida: Luis Roberto, Daniel, David, Martita, Ale, Omar y Sebastián por llenarme de sonrisas; a JK por darme tanto y compartir mis sueños; a Kristina por ser mi gurú y dejarme ser parte de su familia: tu mamá, Juanita, Chela y Pablo; a Leafar por ser mi amigo – cómplice en los mejores y peores momentos; a Rafael por su apoyo incondicional; a Pilar (pata de perro) por ser tan neta y seguir vigente; a Marcomix por la inagotable buena vibra que regalas; a Edith y Luis por su amistad y paciencia para poder terminar este trabajo; a Laura Espinosa por el tiempo que me dedicaste en este proceso; a los profesores María Santa, Austreberto, Juan Carlos y Martín por el interés en mi trabajo y sus valiosos comentarios; a Madelka de ACSÍ; a Ricardo del Franz Mayer y a Jorge Soto Soría del MUCA por revelarme sus conocimientos y a todos aquellos que estuvieron pendientes de tan mentada tesis: Edith (la nena), Ballifou, Lola, Norma, los Jorges y el Flaco, gracias por ser parte de mi historia.

INTRODUCCIÓN

Al escuchar la palabra museo, generalmente se nos viene a la mente un espacio serio al que muchas ocasiones, se le asocia con el tedio y aburrimiento, sin detenernos a pensar que amén de ser un lugar que resguarda y exhibe una serie de objetos, obras de arte y una gran cantidad de acervo cultural, es también un lugar que comunica y aporta al espectador conocimientos y servicios diversos.

Si bien los museos son sitios cuyo fin entre otros es el de comunicar y enseñar ¿por qué entonces algunas de esas instituciones no logran su cometido?

¿Por qué solo algunos de ellos tienen afluencia de visitantes y en cada exposición que se monta, el éxito es contundente, mientras que otros solo son visitados por pequeños grupos escolares y en el peor de los casos, hay algunos que están prácticamente en el olvido?

Del surgimiento de estas interrogantes, surge la inquietud de realizar una investigación si no profunda, al menos concienzuda en torno al ámbito de los museos y el aporte que éstos puedan dar al público en general.

Dentro de la recopilación de información, me percaté de la gran necesidad que tienen estas instituciones de apoyarse en otras disciplinas, para complementar las actividades del mismo, esto es, que no solamente la gente que se dedica a la investigación, conservación, curaduría, etc. Puede cubrir las diversas actividades que el museo tiene destinadas al servicio del público.

En este sentido, considero pertinente, que el apoyo del diseñador gráfico dentro de este tipo de instituciones es necesario, ya que la formación del mismo está orientada hacia el estudio y manejo de diversos elementos que le permiten crear un vínculo de comunicación con el receptor, tomando en consideración que cada proyecto debe cumplir esta labor, además de ser funcional y cubrir expectativas de deleite que posibiliten óptimos resultados ante el espectador.

Es por esto, que el presente trabajo pretende abundar en el conocimiento del museo, como una institución que dada su evolución a través del tiempo, ha adquirido una identidad propia, así como el vínculo que tiene con el proceso de comunicación, el estudio y reconocimiento de la museología y museografía como disciplinas abocadas al apoyo de las actividades del museo, basadas en un proceso metodológico en el cual el diseñador se involucra desde la concepción del proyecto, llevando el seguimiento del mismo, aplicando los conocimientos que su formación profesional le ha brindado; hecho que posibilitará la intervención directa del diseño, para la resolución de las necesidades que las otras disciplinas requieran, abarcando las distintas áreas del museo.

Es importante mencionar, que gran parte de la información que aparece en este trabajo, es producto de la investigación de campo realizada en distintos museos, de la charla sostenida con distintos museógrafos y personas que desarrollan su actividad profesional en el ámbito museístico, así como de la búsqueda constante de documentos que pudiesen reforzar el contenido de esta investigación.

Así pues, este trabajo se ha enriquecido enormemente con la cercanía a ese sitio en donde cada vez suceden mas cosas, de ahí la importancia de dar a conocer un panorama más amplio del desarrollo y los alcances que el diseñador puede obtener, si su actividad profesional, se ve orientada al ámbito del museo.

UNA RETROSPECTIVA

1

El conocimiento del hombre a través de la historia, su entorno, cultura, creencias, organización social y política, costumbres y tradiciones, han sido un factor determinante para que por medio de estos elementos, podamos acercarnos a escenarios tan diversos como el hombre mismo.

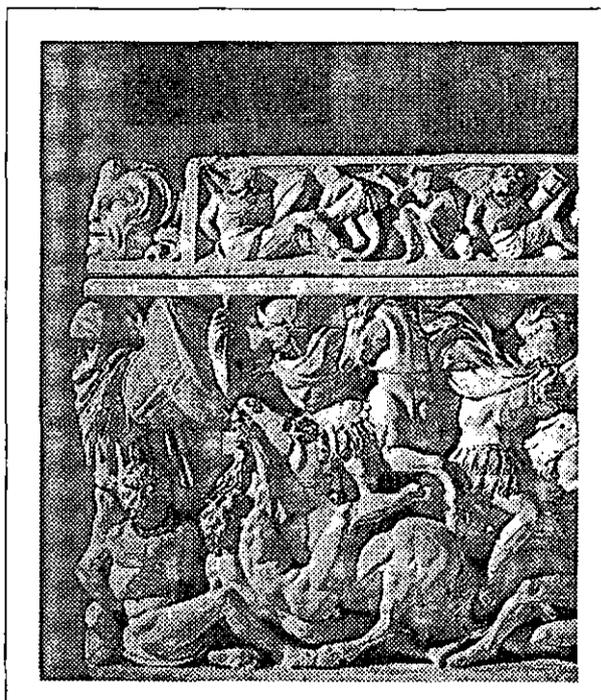
Es por esto, que gracias a estos testimonios, la formación de los museos ha sido un factor determinante para conocer la evolución de distintas culturas y crear así un vínculo de comunicación con el espectador, haciéndolo partícipe no solo del pasado, sino de los eventos que acontecen en el presente.

Por esto en este apartado he querido hacer un recorrido por el desarrollo histórico del museo, así como los principales edificios que albergan grandes colecciones y que hoy día son viva muestra de la historia donde se encuentran; además de mencionar las tendencias del siglo XX en los museos europeos.

Una parte fundamental de la Investigación se encuentra en el surgimiento de los museos en México y su evolución; por otro lado me parece pertinente vincular a la comunicación como parte fundamental de los objetivos que debe cumplir el museo.

Otro punto importante es hablar de la museología como una actividad que si bien es poco conocida, es la base de los proyectos museísticos que se gestan en diversas instituciones.

Finalmente se toca el tema de la museografía, en donde se da a conocer mas de cerca esta disciplina que como veremos a lo largo de este trabajo, se nutre de diversos elementos que posibilitan la concreción de cada proyecto museográfico.



■ 1.1 DESARROLLO HISTORICO DEL MUSEO

El actual término museo es una derivación de la palabra griega " muselón ", lugar donde se recogían los conocimientos de la humanidad, el templo ateniense dedicado a las musas. En el siglo III a. C. la misma palabra se usó para designar un conjunto de edificios construidos por Ptolomeo Filadelfo en su palacio de Alejandría. Se trataba de un complejo que comprendía la famosa biblioteca, un anfiteatro, un observatorio salas de trabajo y estudio, un jardín botánico y una colección zoológica. Por otra parte, ya desde el siglo V a. C. se daba el nombre de " pinacoteca " a un ala de los Propileos de la Acrópolis de Atenas y Pausanias cuenta que en ella se guardaban los estandartes, los cuadros, las tablas, y en general las obras de arte antiguo, como las pinturas de Polignoto y otros artistas.

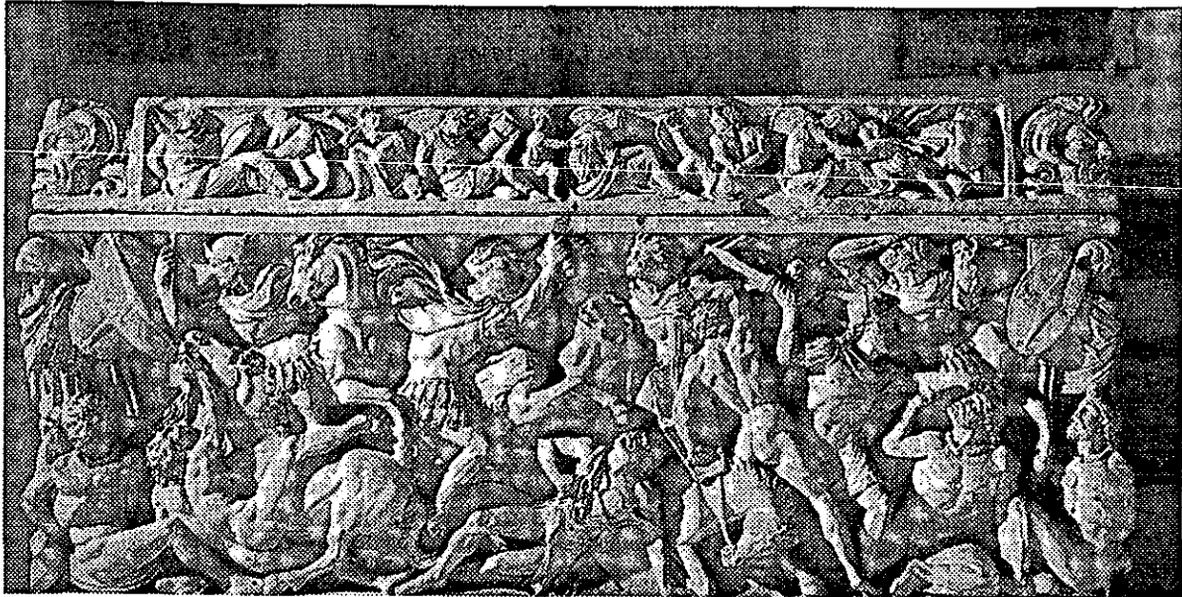
Los romanos desarrollaron la costumbre de coleccionar obras de arte, especialmente a partir de los saqueos de Siracusa y Corinto, con el producto de los cuales llenaron los templos de Roma con obras de arte griego. Pompeyo, Cicerón y Julio Cesar se enorgullecían de sus colecciones.

Durante la Edad Media, algunos templos famosos acumularon conjuntos de objetos artísticos, como San Marcos en Venecia, y Saint Denis cerca de París, mientras que determinados reyes, amantes de la cultura creaban sus propias colecciones. El emperador bizantino Constantino Porfirogeneta era un auténtico arqueólogo y coleccionista de objetos de arte, que mostraba a veces a sus invitados durante banquetes. Carlo Magno reunió un tesoro fabuloso en el que abundaban obras de arte antiguo y al que se añadieron el tesoro de los hunos, el botín ganado a los musulmanes con la toma de Lisboa los regalos de Oriente que envió el Califa Harun- al-Rachid.

De época del Renacimiento son famosas las colecciones de arte que reunieron algunas familias italianas, como los Medicis en Florencia, y que en ocasiones llegaron a constituir verdaderos museos privados, como los Strozzi, los Quaratesi y los Rucellai. En diversos palacios de los príncipes italianos había estancias dedicadas a guardar colecciones de arte antiguo que se hicieron famosas, como las de los Gonzaga en Mantúa, de los Montefeltro en Urbino y los Visconti en Milán. En 1741, el Papa Sixto IV fundó un antiquarium abierto al público en el capitolio de Roma. (1)

La exhibición de objetos aparece, históricamente, con la actividad de coleccionar. Aún tratándose de colecciones privadas, como en el Renacimiento, la voluntad formal para colocar y exhibir los objetos estaba presente, con el propósito de ponerlo en situación de ser observado por una o varias personas. Existen testimonios gráficos y documentos que muestran no solo una voluntad formal expresa en las exposiciones, sino que indican la existencia de reglas concretas para

(1) *Los Museos en el Mundo* Salvat Editores. Barcelona, 1973. Pág. 24 - 26



Escultura en el museo
Capitolino (Roma).

colocar los distintos objetos de la colección. Gracias a un grabado de la época y a los escritos de Ole Worm, se sabe que se recomendaba que: " un gabinete tenía que tener repisas continuas para los ejemplares pequeños, mientras que los objetos grandes estaban suspendidos del techo o adosados a las paredes..." (2)

" En Leipzig apareció en 1727 un libro llamado <Museographía>, escrito por Gaspar F. Neichel. En esta obra se recomendaba el uso de seis repisas a lo largo de las paredes; los organismos naturales debían agruparse junto a las secciones anatómicas humanas; en la parte inferior debían agruparse los cuadrúpedos, peces y minerales.

En otra pared se colocarían los objetos hechos por el hombre, separando lo antiguo de lo reciente; al fondo, frente, a la entrada, iluminado por tres ventanas, se situaría la vitrina con monedas y medallas." (3)

Durante los siglos XVI y XVII las colecciones reales no dejaron de aumentar en importancia. Fernando de Habsburgo reunió en su castillo de las cercanías de Innsbruck más de mil cuadros, una biblioteca de cuatro mil volúmenes y grandes cantidades de medallas, bronce, cerámicas y tapices. Todo ello fue trasladado a Viena como la colección que Rodolfo II, yerno de Carlos V, había reunido en Praga. Pero el verdadero fundador del Museo de Viena fue el archiduque Leopoldo Guillermo, quien nombrara conservador de sus colecciones a Davis Teniers el Joven. En el siglo XVIII, estos tesoros fueron instalados en el Palacio de Belvedere en Viena, y abierto al público en 1783 por orden del emperador Francisco José II. El encargado de llevar a cabo esta reubicación fue el arquitecto von Melchior. A diferencia de la antigua

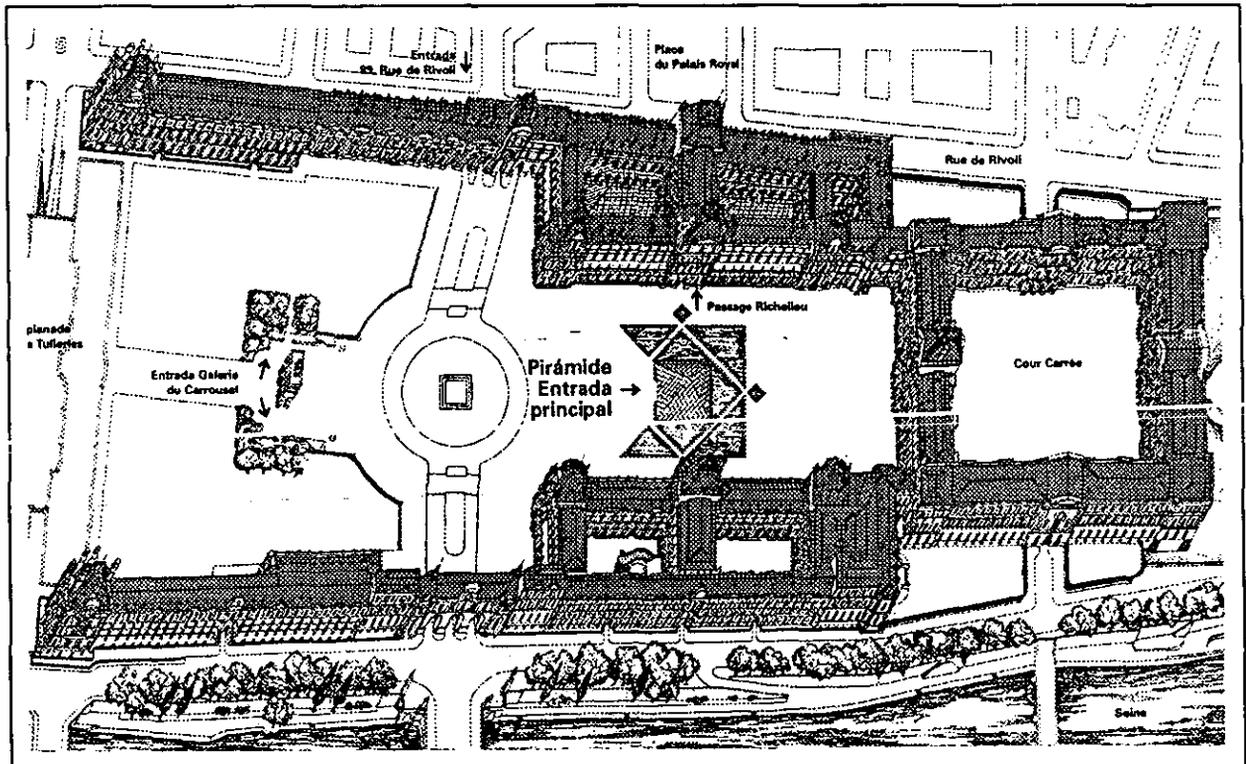
(2) HERREMAN, YANI *El Arte de Comunicar y Educar Información Científica* pags.16 -20

(3) Herreman, Yani *ibid*, pag.22

colección, que tenía un sentido puramente decorativo. Von Melchem diseñó una exposición con un sistema parecido al de una biblioteca, donde las obras pudieran servir tanto para deleite como de instrumentos educativos.

Mientras tanto, las monarquías europeas enriquecían sus colecciones. Por su parte, los reyes españoles Felipe III y Felipe IV engrandecieron las colecciones de Felipe II mediante compras realizadas en Flandes, Nápoles y Milán, a través de sus virreyes o de agentes especialmente encargados de este trabajo. Así, por ejemplo, se sabe que Diego de Velázquez fué enviado a Italia en 1644 para comprar obras de arte. Todo aquello fué la base del actual Museo del Prado, cuyo edificio se construyó en 1785 y cuyas colecciones dejaron de ser propiedad real y pasaron a ser propiedades nacionales en 1869.

Las colecciones de los reyes de Francia fueron nacionalizadas en 1793 por decreto del gobierno revolucionario. El Museo de Louvre, institución que organizó el paso del tesoro real al museo público de arte, y que se convirtió en el modelo de museo universal, las colecciones se abrieron al público bajo el nombre de " Museo de la República ". El Louvre, antes de la Revolución Francesa, fue el terreno cultural de la lucha entre la burguesía y la vieja aristocracia. Una vez abierto como museo, fué el lugar de búsqueda, de consejo, de hegemonía del estado burgués.

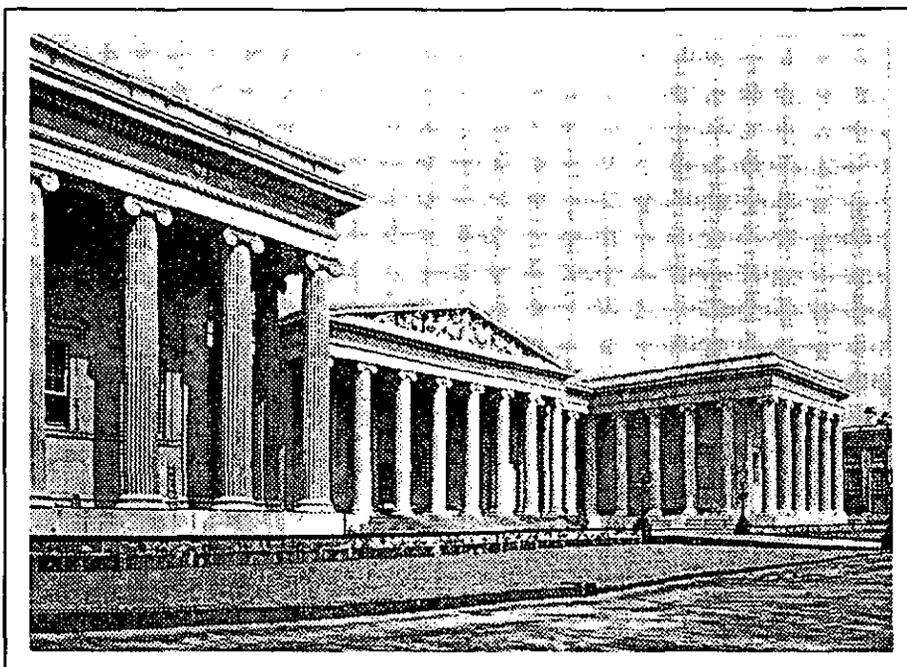


Museo de Louvre, planta arquitectónica.

La prensa francesa protestó entonces por la forma de acomodo de los objetos (los cuadros se colgaban cubriendo totalmente las paredes, unos junto con otros, mezclados con todo tipo de objetos), y en 1799 se adoptó la ordenación cronológica, aunque continuó utilizándose la mezcla de pinturas, esculturas y diversos objetos. Estas series se enriquecieron rápidamente gracias a la política de Napoleón, que en sus tratados obligaba a los vencidos a entregar una serie de obras de arte.

El Museo Británico fué abierto en 1753. El edificio, de estilo neoclásico, está edificado en la ciudad de Londres. Este museo ostenta la distinción de ser el primer museo público, nacional y secular del mundo. Otras colecciones como la Ashmolean en Oxford y la del Louvre se formaron antes, pero el Museo Británico fué el único museo público que, conforme a los enciclopedistas y a Diderot, se atrevió a ser universal y al menos en teoría, permitió la entrada a todos " los estudiosos y personas con curiosidad "

En 1843 se instaló en el antiguo Palacio de Cluny, en París, una gran colección de Arte Medieval; y en 1852 se abrió al público uno de los más grandes museos de Europa, el Ermitage, en San Petesburgo (hoy Leningrado), ocupando actualmente sus fabulosas colecciones unos 14 kilómetros de recorrido.

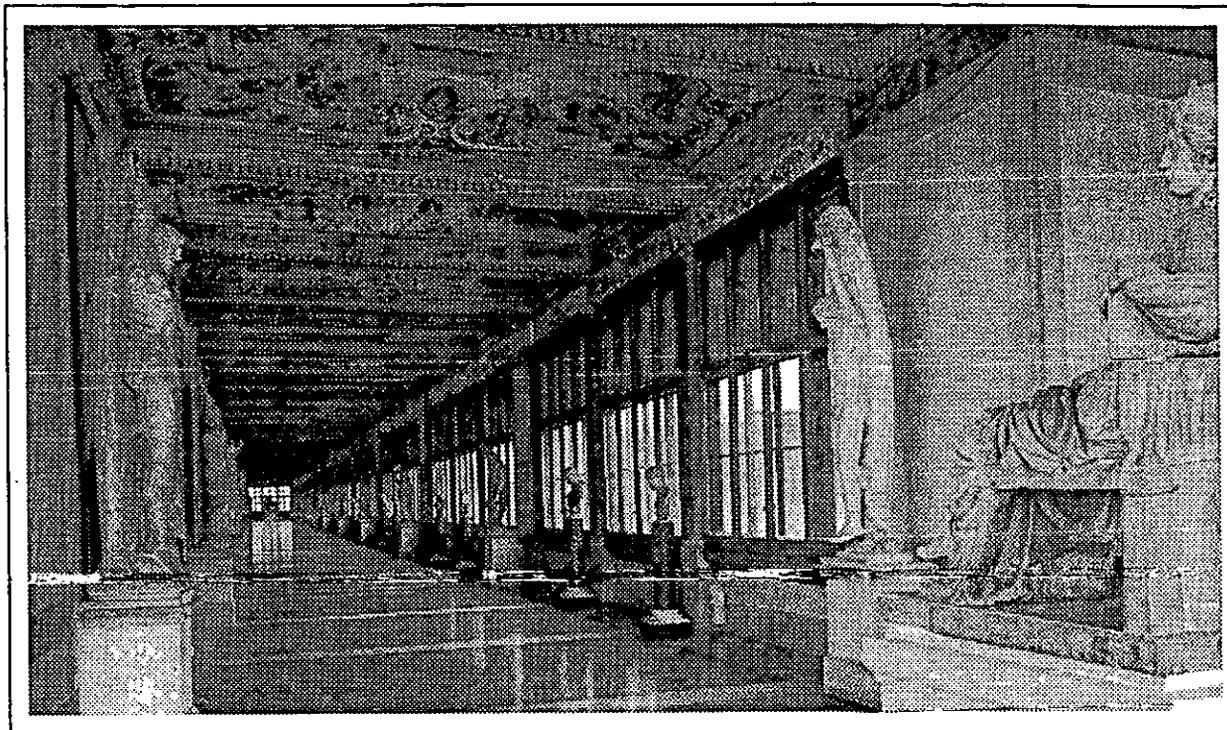


Museo Británico.

■ 1.2 LOS EDIFICIOS DE MUSEOS

La historia de la arquitectura de los museos, concebida como la construcción de los edificios especialmente dedicados a este fin, se inicia en el siglo XVI con la construcción de los Uffizzi en Florencia por el arquitecto Vasari. El proyecto consistía en una doble instalación: en la planta baja las oficinas de la administración de la ciudad y en la primera planta, las colecciones de arte de los Medicis.

" La arquitectura de los museos ha tenido su evolución con el paso del tiempo. Por ejemplo, en el diseño de la planta, que define las características de la circulación interior del edificio. El modelo más antiguo es el de la " circulación lineal " que deriva de la forma de la



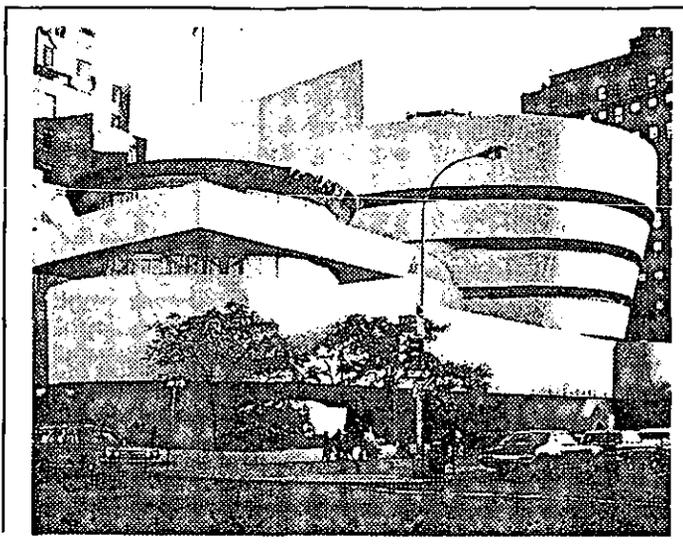
Galería de los Uffizi.

galería concebida como un edificio rectangular alargado. Esta es la solución propuesta por ejemplo en la Pinacoteca de Arte de Munich (1826 - 1836), que consta de una galería con iluminación central rodeada de una serie de pequeñas salas con iluminación lateral. Este tipo de planta fué el predominante durante el siglo XIX y lo siguieron la mayoría de los museos alemanes y las galerías Daru y Molleen del Museo del Louvre. Otra planta clásica es la derivada del atrio antiguo, en la que cuatro galerías rodean un cuadrilátero central que puede estar al descubierto. Esta es la solución utilizada en la Gliptoteca de Munich (1816 - 1830). Las plantas clásicas imponen un recorrido y un orden al visitante, lo cual permite exponer las piezas en una secuencia histórica o una coherencia estilística, o proyectar comparaciones entre grupos de obras con un propósito didáctico, que exige que los visitantes circulen en un sentido previsto. Sin embargo, también se han imaginado otros modelos de circulación que dejen libre al visitante para elegir su propio recorrido. El que se puede llamar " modelo libre " ha producido plantas que derivan del estudio de la distribución geométrica del espacio. Es el caso del Museo Tournai (1914 - 1928), en Bélgica, proyectado por Víctor Horta, en el que todas las salas pueden ser vigiladas por un solo guardián " (4)

En el siglo XX los arquitectos, además de abandonar la tradicional planta rectangular, han empezado por plantearse el problema del emplazamiento. Se intenta que los museos se conviertan en centros culturales al servicio de no solo de la instrucción pedagógica, sino también para el descanso y la recreación de sus visitantes.

(4) Los Museos del Mundo, op.cit, pags.38 - 39

Grandes arquitectos modernos han dedicado su atención a la edificación de museos: Henry Van de Velde (Museo Folwang, Essen, RFA, 1902), Le Corbusier (Museo de Arte Occidental, Tokio, Japón, 1957), Mies Van der Rohe (Museo de Bellas Artes, Houston, EUA, 1959), Frank Lloyd Wright (Museo Guggenheim, Nueva York, EUA, 1946-1959), Hans Hollein (Museo Municipal de Munich, RFA, 1972-982; Museo de Arte Moderno de Frankfurt, RFA, 1983), James Stirling y Michael Wilford (ampliación de la Galería Nacional de Stuttgart, RFA, 1984; Museo Sacker, Harvard, Cambridge, EUA, 1983-985), Richard Meier (museo de Arte, Atlanta, EUA, 1983; Museo de Artes Decorativas, Frankfurt, RFA, 1975-1985), entre otros.



Museo Guggenheim.

Respecto a la apariencia interior del museo se han sucedido diversas opiniones.

“ El primer museo en el que se utilizó una decoración paralela a las piezas expuestas fue el Museo Pio Clementino (1822) en el Vaticano, donde el estilo neoclásico servía de marco arquitectónico a las esculturas clásicas antiguas. El objetivo era crear un ambiente evocador de los principios clásicos de simetría y perspectiva racional. Igualmente se intentó decorar en estilo “egipcio “ las salas donde se exponían objetos egipcios. En reacción contra este sistema apareció el llamado <creación de atmósfera>, que organizaba fondos oscuros para realzar objetos medievales (según la teoría de que las casas e iglesias medievales eran oscuras), blanco o gris pálido para el Renacimiento, rosa y oro para el Rococó, etc. Posteriormente se decidió que fondos demasiado estudiados interferían con la contemplación del objeto en sí mismo, y se pensó que el fondo perfecto sería el más neutro, el que permite ver aisladamente cada objeto. Así, muchos museos modernos tienen paredes blancas o con el color neutro de los materiales utilizados para evitar contrastes cromáticos con las piezas expuestas.” (5)

A partir de los años sesenta, la cultura y la tecnología de la comunicación entran en los programas de museos y exposiciones. Toda una serie de nuevos aparatos y espacios se van haciendo imprescindibles: cines, salas de vídeo, salas de audiovisuales, etc.

En la medida en que a causa del fenómeno contemporáneo del turismo en masas y el notable crecimiento de la población en las grandes

(5) Idem, pág. 40 - 41

ciudades, el programa de los museos se diversifica en servicios. Por otro lado se han ido asumiendo funciones de consumo, contando con espacios donde se expenden folletos, catálogos y reproducciones, así como librerías, cafeterías, restaurantes y otros servicios, debido a lo cual se hace necesaria toda una estructura de administración de los mismos.

■ 1.3 MODELOS DEL SIGLO XX

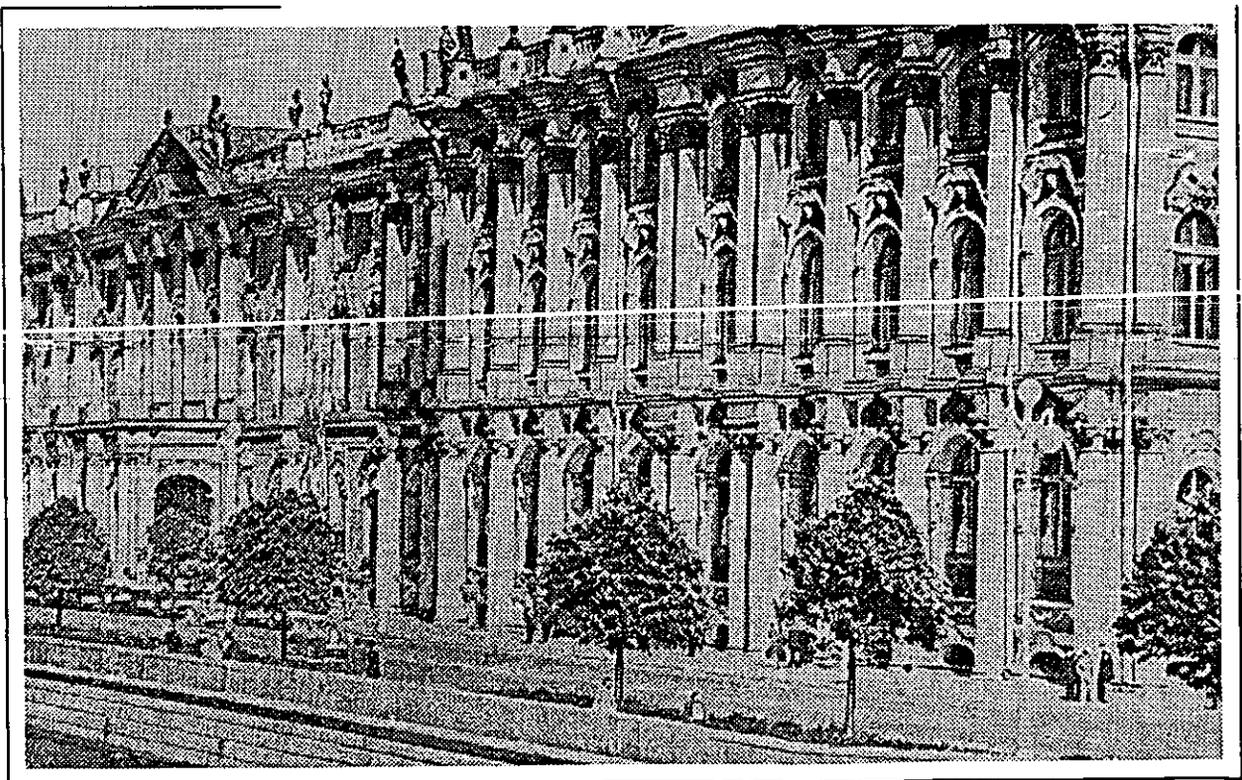
UNION SOVIETICA

La Revolución de 1917, al expropiar las colecciones a la aristocracia y a la burguesía y al declararlas propiedad del Estado, tomó las medidas posibles para registrar y proteger esos "tesoros de la cultura"

La nueva sociedad hereda la máquina del museo que se ha perfeccionado en los siglos XVIII y XIX en la Europa aristocrático-burguesa, imprimiéndole signos políticos antagónicos y atribuyéndole funciones sociales, coherentes con el proyecto de edificación de la sociedad socialista.

En los años treinta, las características de la museología soviética son virtualmente definidas. Es notorio el contraste con los estados burgueses: las obras de arte no son expuestas en función de conceptos puramente estilísticos, sino que hacen aparecer los conceptos que explican los estilos de la historia sobre la base del materialismo histórico, a partir de las relaciones de producción y las ideologías de clase. Así pues, lugares como el Museo Central Lenin, los Museos del

Museo Ermitage.



Kremlin y la Galería Tretlakov, son un vivo testimonio de la historia de la Rusia Antigua que ha trascendido con el paso del tiempo aportando numerosos conocimientos y preservando su esencia y tradición; al igual que el Ermitage, el museo más famoso de Leningrado en donde se alberga una de las colecciones más importantes de ese país.

La reorganización social de Rusia actual tuvo como resultado de los acuerdos de Belovézhskaia en 1991, un cambio radical en ese país; la Unión Soviética deja de existir y la sucede la Federación Rusa con la idea de nuevas reformas y la modernización del estado permitiendo así que la Rusia joven, se reincorpore a un sistema económico mundial y al desarrollo de nuevas relaciones benéficas. En este sentido, una de las funciones del nuevo museo ruso es reactivar su rol educador, volver la ciencia y el arte accesibles a las grandes masas.

ESTADOS UNIDOS

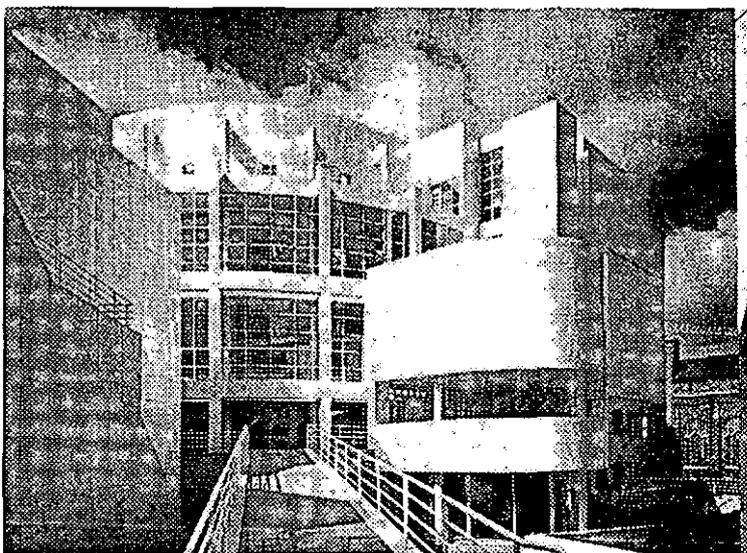
En el campo de la educación en museos, ningún otro país ha desplegado tanta pericia, esfuerzo y presupuesto para dar un auge a la cultura del museo, siendo convincente sobre la universalidad de la cultura burguesa.

Los museos estadounidenses son, a diferencia de los europeos, extremadamente abiertos a las nuevas disciplinas científicas y a las nuevas técnicas artísticas. La enseñanza a través del uso de objetos originales se apoya principalmente en la percepción sensorial, para propiciar en el visitante una experiencia emocional de los objetos. Esto se complementa con un proceso racional de aprendizaje a través de las palabras y la verbalización. Los museos en Estados Unidos desarrollaron relaciones cercanas con las escuelas y han alentado la visita de miles de estudiantes y maestros.

En poco más de un siglo, nacidos en la ola de desarrollo después de 1865, los museos se transforman en instituciones organizadas, su condición es generalmente privada, ganando los magnates y coleccionistas prestigio social y desgravación fiscal.

En las últimas décadas los museos se han transformado en centros culturales que ofrecen programas de música, danza, teatro y cine. Son máquinas espectaculares y educativas dotadas de consistentes medios financieros.

Museo de Arte de Atlanta.



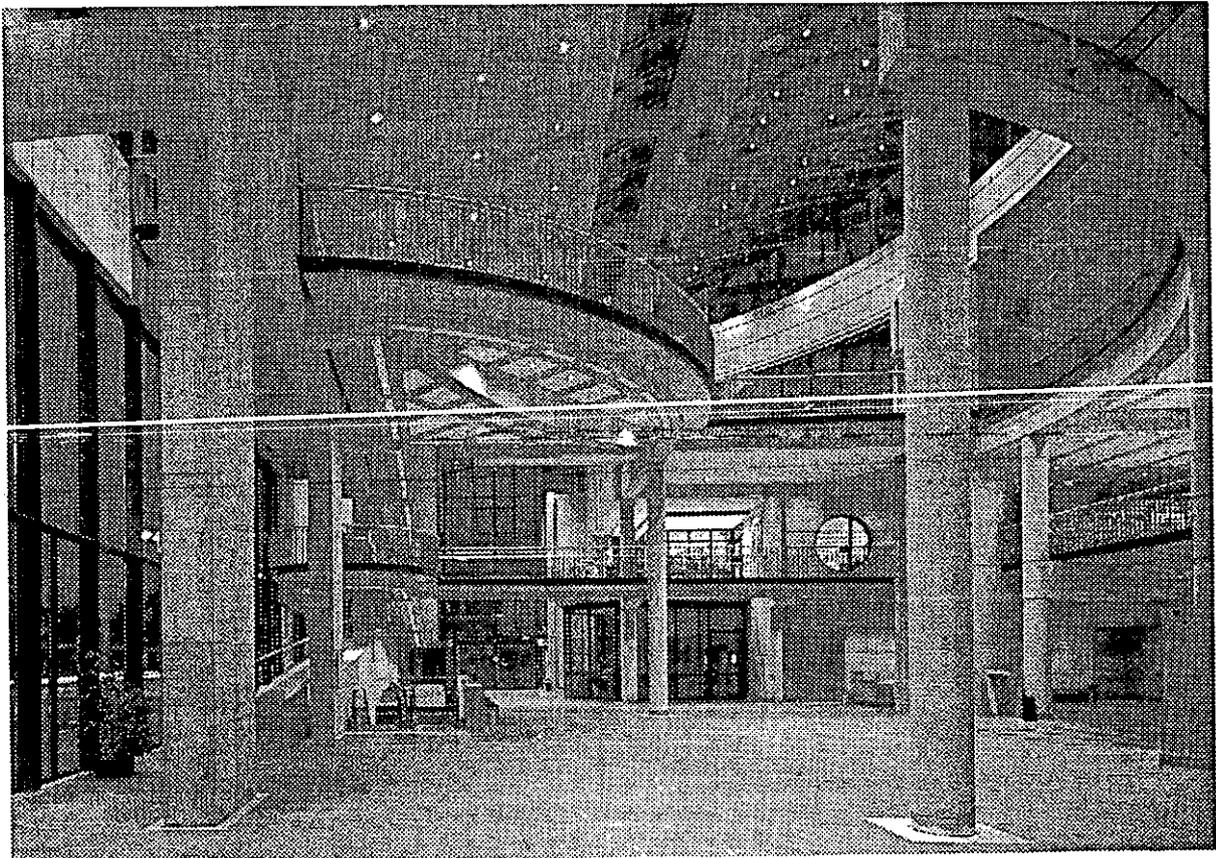
ALEMANIA

El Museo Nazi. Integrado dentro de un vasto programa de propaganda, debía funcionar sobre bases científicas y no en base a criterios estéticos ni de coleccionismo, pero lo que se entendía por soporte científico eran argumentos basados en deformaciones de las ciencias, en particular las ciencias naturales, con la intención de mostrar la superioridad de la "raza Aria". Era un instrumento para contribuir a fortalecer los dogmas nacionalistas y presentar un conjunto de imágenes penetrantes para adoctrinar al público.

Al margen del concepto ideológico surge una concepción innovadora: las técnicas museográficas. Estas debían considerar a los usuarios e ilustrar clara y accesiblemente un tema tratado científicamente. Bajo esa premisa, que iba más allá de la simple exhibición, el museo se entendía como lugar de comunicación. La preocupación pedagógica dio lugar a una museografía razonada. Se utilizaron maquetas, copias, vaciados, carteles, para facilitar la comprensión de la exhibición. Las nuevas posibilidades vislumbradas sólo se afirmarían mucho más tarde en los museos contemporáneos.

A principios de la década de los setenta cuando las colecciones comenzaron a rebasar la capacidad de los espacios existentes, los museos recibieron una atención sin precedentes. A partir de entonces, el

Museo Casa de la
Historia Bonn.



sector político ha apoyado proyectos de museos prestigiosos, comprometiéndose con el ámbito cultural, además de embellecer el paisaje con edificios espléndidos que atraen al turismo.

Por su parte el público alemán acude a sus museos con especial interés, principalmente la gente joven.

A partir de 1980, con un gran apoyo económico, se han inaugurado una docena de museos y están en proceso una serie de ambiciosos proyectos para las ciudades como Frankfurt, Colonia y Berlín.

FRANCIA

Son dos los momentos de la museología francesa actual los que tienden a convertirse en modelos:

Centro Cultural Georges Pompidou. En octubre de 1972, el presidente Pompidou expresó el deseo de un centro cultural que fuera a la vez un museo y un centro de creación donde las artes plásticas convivirían con la música, el cine, los libros, la investigación, los audiovisuales, etc.

En 1974, Jaques Chirac, continuador de Pompidou, declara la necesidad de crear un espacio que fuese lo contrario del museo tradicional: un espacio vivo, lugar de investigación y confrontaciones creadoras.

El Centro Pompidou, conocido también como Beaubourg, sacudió al mundo del arte por la atención que ha representado a la investigación y creación artística

- (diseño industrial y música), a la información
- (biblioteca, audioteca), a la educación
- (talleres, visitas guiadas, eventos múltiples), y a la animación
- (conferencias, publicaciones, mesas redondas).

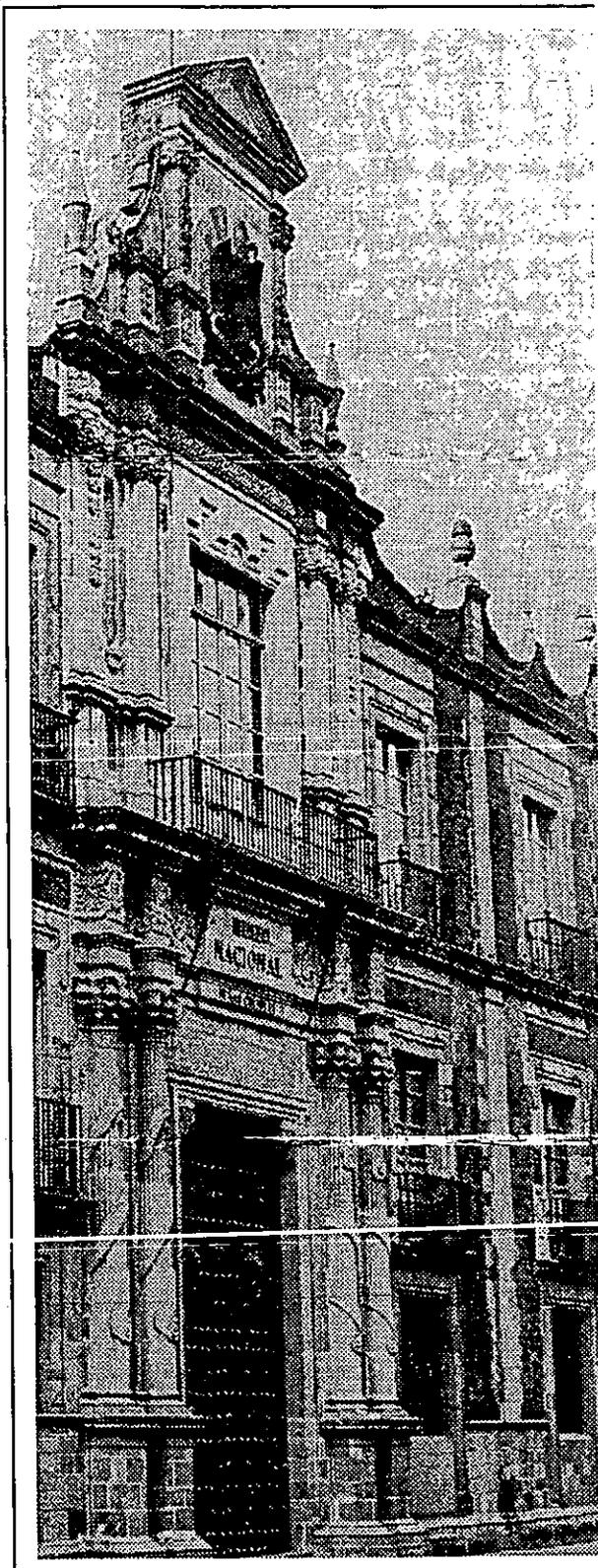
Ecomuseos. En estos mismos años nace este concepto, fruto de la reflexión de profesionales, el apoyo de autoridades y comunidades locales, centrados en su interés por la ecología y etnología regional, con la posibilidad novedosa de participación y autogestión.

Estos nuevos museos propondrían una pedagogía global, ya que no se ocuparían únicamente de las prácticas culturales o arquitectónicas, sino también de las relaciones del hombre con su entorno.

Las experiencias en los ecomuseos representan el primer conato de síntesis entre las ciencias humanas y las naturales y obtendrían un éxito considerable porque el público estaba ya familiarizado a las ideas ecologistas y regionalistas.

El objetivo principal de los ecomuseos es el desarrollo de la comunidad gracias a la comprensión de su historia, sus condiciones de vida y su trabajo: la conciencia de sí.

Un ejemplo de este proyecto es el Ecomuseo de la Gran Landa en Marqueeze, que se encuentra situado a 100 km. Al sur de Bordeaux, en un



Museo Nacional de las Culturas.

parque natural protegido, y fue inaugurado en 1969. Comprende un conjunto de construcciones tradicionales, viviendas, granjas, gallneros, jardines, redil para ovejas y dependencias diversas. (Inf. Archivo del M.Franz Mayer)

■ 1.4 LOS MUSEOS EN MEXICO

Independencia de 1810. El museo se instituye como instancia republicana, concepto democrático legado de la Revolución Francesa: El Museo Nacional, hoy Museo Nacional de las Culturas ubicado en la calle de Moneda en el Centro Histórico.

Imperio de los Habsburgo. El museo se dirige a las elites cultivadas. Se inauguran el Museo Público de Historia Natural, Arqueología e Historia y las Galerías de Pintura y Escultura de la Academia de San Carlos.

Sin embargo el pasado colonial arrastra conflictos como la negación de la cultura propia como algo digno de ser atesorado y protegido y por ende se da un gran saqueo de la riqueza cultural.

Porfiriato: El museo es utilizado por las pretensiones de la oligarquía, lo que culmina con la reunión en el mismo edificio del Museo Nacional y el Museo de Bellas Artes en la Academia. Durante la Revolución Mexicana se paraliza la actividad cultural del país.

Gobiernos Postrevolucionarios: Se propone la participación popular como parte del desarrollo educativo. El proyecto cultural de José Vasconcelos rechaza la obra de apropiación privada (en oposición al porfiriato), promueve el proyecto de un arte con orientación social; la pintura mural en edificios públicos.

La década de los veinte estuvo marcada por la iniciativa cultural de los artistas de avanzada, interesados en abocar la valoración del arte hacia una perspectiva popular y moderna. El 21 de septiembre de 1934 se inauguraron el Palacio de Bellas Artes, la Galería Nacional de Artes Plásticas, el Museo de Arte Popular y una sala de Exposiciones Temporales. El Ingreso del Arte

Popular al Palacio se puede considerar como el giro definitivo de políticas de difusión; es decir la valorización del producto artesanal.

Lázaro Cárdenas. En ésta época las iniciativas con respecto a los museos se centraron en el aspecto pedagógico y sus relaciones con el trabajo.

Miguel Alemán. Se forma el Museo Nacional de Artes Plásticas en 1947, y en 1951 el Museo de Artes e Industrias Populares.

Ruiz Cortines. En un clima de exportación cultural se da mayor auge a un movimiento artístico ya consagrado: el muralismo.

Década de los sesenta. Los organismos culturales especializan sus funciones y modernizan sus instalaciones. En 1964 la Ciudad de México pudo contar con un circuito de alrededor de cuarenta museos.

López Mateos. Edifica el Museo Nacional de Antropología e Historia, proyectado como una moderna institución de masas, como aparato pedagógico que no interfiriera en la apreciación estética de las piezas y que propiciara el conocimiento de la realidad social de nuestra cultura.

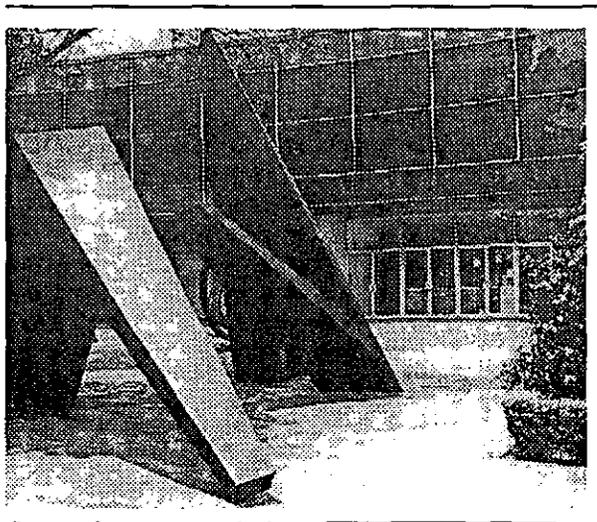
■ 1.5 ULTIMOS VEINTE AÑOS

En México se dio un gran auge de la museología mexicana, hasta 1966, año en que culminara la construcción del conjunto de museos del Bosque de Chapultepec, formado por el Museo Nacional de Antropología e Historia, el Museo de Arte Moderno, la Galería de Historia y el Museo de Historia Natural, además del Museo de la Ciudad de México y el Museo Nacional de las Culturas situados en el centro de la Ciudad de México y el Museo del Virreinato en Tepotzotlán. Sigue un periodo de actividad en que la construcción y adaptación de museos es más reducida. Se da preferencia al mantenimiento de museos pequeños del interior del país o a la ambientación de viviendas de figuras notables.

Los museos en México dependen en su gran mayoría del gobierno federal, ya que por ley el patrimonio cultural, arqueológico e histórico y en algunos casos estilísticos pertenecen al estado. La Secretaría de Educación Pública, a través de los Institutos de Antropología e Historia y Bellas Artes agrupa la mayoría de los museos y Casas de la Cultura. Otros organismos federales como la Comisión Federal de Electricidad, o independientes como la UNAM y algunos privados (industriales o bancarios), también promueven museos y actividades relativas a ellos.

Además de los logros materiales, exposiciones, adaptaciones de inmuebles, etc.; en los últimos años se ha cimentado la idea en los diferentes organismos - gubernamentales o privados, la importancia de los museos como vehículo de comunicación, preservación y difusión de la cultura.

Según datos obtenidos en publicaciones del INAH, en nuestros días se encuentran en proyecto en nuestro país alrededor de 50 museos de todo



Museo de Arte Moderno.

tipo; Arte, Antropología e Historia, Ciencia y Tecnología, Artesanías y Arte Popular, entre otros temas. Algunos de estos proyectos pertenecen al área metropolitana y el resto al interior de la República.

Por otro lado están por realizarse los siguientes proyectos museológicos:

MUSEOS ESCOLARES (INAH)

Creados como instrumento didáctico que facilite el proceso de enseñanza - aprendizaje

se pretende que el niño recupere la memoria histórica de su comunidad, conozca, valore y aprenda a respetar todo aquello que forma parte del Patrimonio Cultural y los recursos naturales de su región.

MUSEOS COMUNITARIOS (INAH)

El objetivo que persigue es crear conciencia en cada comunidad del entorno que le rodea, valorando y difundiendo el pasado y presente cultural de la región a la que pertenecen, para preservarla y hacer un mejor uso de sus recursos naturales. Todo ello mediante exposiciones temporales y actividades paralelas como conferencias, talleres, ciclos de cine etc.

UNIDAD DE SERVICIOS CULTURALES Y TURISTICOS

Este proyecto consiste en crear un museo introductorio para las zonas arqueológicas de la República que carezcan de este tipo de institución, pretendiendo que la creación de los mismos complemente la información del visitante. Algunos estados que están contemplados para este proyecto son Yucatán, Oaxaca, Michoacán y Morelos.

MUSEOS EN LAS FRONTERAS

Dentro de Proyecto Cultural de las Fronteras a cargo de la Subsecretaría de Cultura de la SEP, se tiene contemplada la creación de una serie de museos; en el área norte del país, en Tijuana específicamente, la península de Yucatán y en el estado de Chiapas.

CORREDOR MUSEISTICO DEL ESTADO DE GUANAJUATO

Este proyecto conjunto del INAH y el estado, tiene como objeto la integración de una serie de museos que ofrezcan una visión completa y clara del proceso histórico de Guanajuato y su papel en la historia de México.

Así pues, el museo se reafirma como una entidad cultural, centro de trabajo y estudio, constituyendo un reto su perfeccionamiento y preservación por parte de los profesionales de las diversas disciplinas que intervienen tanto en su concepción como en su materialización.

■ 1.6 MUSEO Y COMUNICACION

En cualquier tipo de relación humana, un factor determinante para la identificación con los demás, es la comunicación. Esta funge como vínculo

para unir a los individuos, grupos sociales, entidades culturales y naciones.

El objetivo inmediato al desarrollar la comunicación es influir en los demás, es decir, nos comunicamos para afectar con un objetivo determinado. Al desarrollar este proceso debemos preguntarnos cuál es el fin que se persigue y qué resultados espera el emisor al difundir su mensaje, por lo tanto podemos decir que todo proceso de comunicación tiene como objetivo producir una respuesta.

En este sentido, el hombre como ser inmerso en una sociedad, necesita interactuar con el entorno que lo rodea para así obtener respuestas que aparezcan en su haber cotidiano. De ahí que la interpretación que le dé a los mensajes que recibe, dependa en gran parte del contexto cultural donde se desarrolla y su experiencia personal.

"La comunicación, comprende un mensaje (y su vehículo), un emisor y un receptor, un referente y un código ". (6) Estos elementos se manifiestan en la palabra hablada, en las exhibiciones, en los medios impresos, radiodifusión, cine, video, etc.

En este sentido la exposición es un medio de comunicación que se basa en él o los objetos a exponer y los elementos complementarios, presentándolos en un espacio determinado por medio de técnicas especiales, ordenadas de acuerdo a una secuencia definida, cuyo fin es el de transmitir ideas, conceptos, valores y / o conocimientos al individuo.

La exposición puede tener distintos fines de comunicación;

DELEITE. La relación objeto - sujeto es lo más importante, pues se plantea el fenómeno de goce estético. Los auxiliares museográficos contribuyen a promover y facilitar la percepción de la belleza del museo.

INFORMATIVO. Se trata de mensajes concretos cuyo fin es informar a un grupo más o menos determinado acerca de un tema específico.

DIDACTICO. Aquí la exposición coincide con dos niveles: como apoyo escolar a los programas establecidos dentro de una educación formal y como vehículo de educación permanente.

SOCIO - POLITICO. Cuando los poderes económicos y políticos buscan influenciar a la masa de la población a través de mensajes transmitidos de manera que sus intereses prevalezcan.

Así como evolucionó formal, estilística y estéticamente, la exposición también se desarrolló como recurso educativo y más recientemente como medio de comunicación. Si bien el primer concepto empezó a manejarse desde el siglo pasado, fue a partir de los años treinta cuando toma auge la postulación del museo como gran educador, impulsando un nuevo tipo de diseño con elementos complementarios que ayude a transmitir la información adecuada del objeto. Con el reconocimiento de la comunicación como ciencia, la exhibición empieza a asociar y a adoptar

(6) GUIRAUD, PIERRE La Semiología pag.53

sus métodos y conceptos. Abraham Moles en su libro " Teoría de los Objetos" destaca el valor del objeto como mensaje y su relación con el sujeto, así como la correspondencia de espacios que se le debe otorgar a cada objeto.

"Un museo es ante todo una entidad que colecciona y conserva objetos. La manera de presentar estos objetos es su forma de comunicación más importante. En este sentido las soluciones pueden ser muy diversas, pero hay un común denominador; el papel cada vez más importante que desempeña el diseñador y el conservador. Es indudable que el diseñador, tanto si forma parte del personal permanente del museo como si ha sido contratado específicamente, ocupa un papel vital en la función comunicadora del museo" (7)

Los estudios en el campo de la comunicación y la semiología han contribuido a un nuevo planteamiento formal conceptual de la exposición, tanto en las investigaciones en el área de la educación, la psicología, el diseño y la museología.

■ 1.7 MUSEOLOGIA: La ciencia del Museo

El surgimiento del museo como entidad cultural indispensable en las sociedades contemporáneas ha provocado el interés cada vez más profundo en el conocimiento de su concepto, desarrollándose toda una ciencia dedicada a su estudio como institución social, objetivos, filosofía, organización y desarrollo. Relativamente hasta hace poco tiempo surgió, en el marco de las ciencias históricas, la Museología la ciencia del museo.

La Museología es la ciencia que elabora los principios de organización y funcionamiento del museo como institución de cultura y educación, teniendo como objetivos principales, la investigación y conservación del patrimonio existente o que se va formando en nuestro tiempo, con el fin de educar a las masas.

Esta disciplina aplica los principios de orden general en la realización concreta de un museo, de una exposición, la transformación de un monumento en un objeto museable, la valorización de las colecciones por medio de diversas publicaciones, conferencias, cursos, etc.

- Felipe Lacouture Fornelli responsable del Centro de Documentación Museológica y Coordinador de la Gaceta de Museos(INAH), afirma que el contenido de la Museología se justifica en los principales temas y problemas inherentes a ella que son:

1. La necesidad de hacer una investigación sobre el papel actual del museo y sus funciones respectivas(educación, investigación, adquisición, etc.)
2. El desarrollo del papel didáctico del museo, por medio de exposiciones

(7) COSTA, JOAN Imagen Global pag.58

sobre los problemas científicos.

3. La investigación que existe sobre las relaciones entre el museo y el público, en las estructuras internas de la institución.
4. La preparación de nuevas técnicas de presentación.
5. La preparación de exposiciones de carácter experimental para contestar al público y verter sus necesidades sobre el museo.
6. La delimitación de una finalidad en las actividades del museo.
7. La elaboración de una política de desarrollo de los museos y el trabajo museográfico.

Existe una clasificación de la Museología que la subdivide en tres partes:

1. Museología General.

Ciencia general del museo que se aplica a cualquier tipo de institución y actividad museística.

2. Museología Especial.

Esta tiene su base en la museología general y se adapta para fenómenos representativos específicos de cierto tipo de actividades en los museos.

3. Museología aplicada.

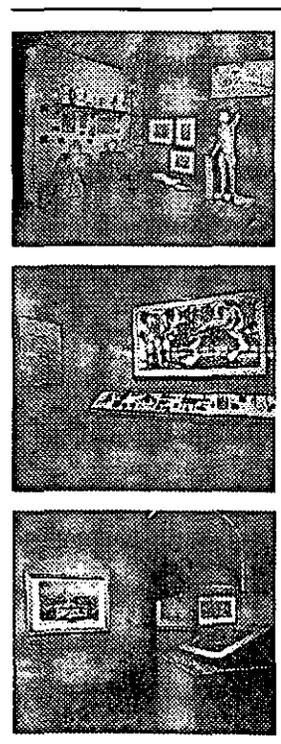
Llamada también museografía, subordinada a la museología general, la cual se ocupa de las técnicas museológicas prácticas, utilizadas en el museo para cumplir sus funciones.

Se puede concluir que la museología es la ciencia general de los museos, una disciplina científica independiente que contiene un campo de actividades y métodos de estudio propio, coordinando las funciones del museo.

■ 1.8 LA MUSEOGRAFIA

La Museografía es la parte pragmática de la museología, es una actividad netamente interdisciplinaria cuya función es la planeación, diseño y elaboración de una exposición presentada en un museo, que integra un área museológica (criterios), un área teórica (fundamentos de comunicación) una artística (diseño), y una técnica (elaboración).

Se reconoce a Fernando Gamboa como inventor del neologismo museografía y precursor de esta disciplina en nuestro país. Acompañado por el Dr. Rubín de la Borbolla y Miguel Covarrubias, iniciaron en México una nueva disposición de los objetos para su exhibición, organizándolos convenientemente y con una ambientación adecuada, dotando a las exposiciones de un lenguaje auténtico e imprimiéndoles un matiz didáctico que trascendió a otros países como un ejemplo de la museografía mexicana.



Ejemplos de trabajo museográfico, en la exposición La Magia del Grabado.

Dentro de la actividad museística, las diferentes disciplinas del diseño se complementan e interrelacionan para crear así atmósferas que optimicen los resultados en cada exposición." ... un museógrafo es un diseñador que necesita entender de arquitectura, estética y arte, y cuyo objetivo fundamental al presentar una exhibición es hacerlo pedagógicamente."⁽⁸⁾

Así pues el Diseño Arquitectónico abocado a la concepción y conservación de espacios que albergarán la propuesta museográfica; el Diseño Industrial que en su quehacer profesional germina ideas para el mobiliario, instalaciones, soportes y mecanismos que necesariamente son indispensables en cualquier montaje y el Diseño Gráfico que con el manejo de códigos icónicos, cromáticos, manejo de tipografía, composición, etc., provee al diseño museográfico de diversos elementos que armonicen y permitan el desarrollo de cualquier proyecto de montaje y la organización y manejo de actividades complementarias del mismo como veremos mas adelante.

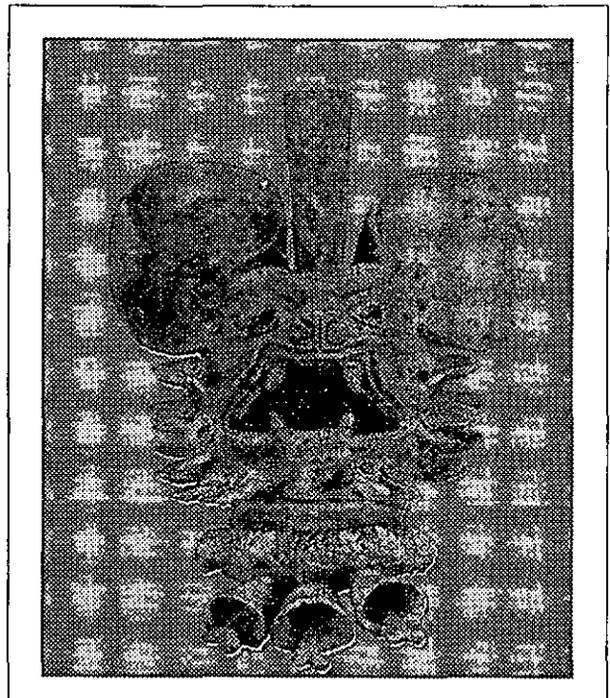
⁽⁸⁾ BAIGTS, JOAN "El museógrafo es un diseñador" Entrevista con Alfonso Soto Soria en el Gallo Ilustrado, 30 de marzo 1975.

METODOLOGIA PARA EL PROCESO DE DISEÑO MUSEOGRAFICO

CAPITULO

2

El surgimiento de cualquier proyecto a realizarse necesariamente requiere de un método para llevarlo a cabo, en el caso del ámbito museístico las propuestas son tan vastas como temáticas existen. En este apartado hablaremos de los parámetros que se necesitan para el desarrollo de estos proyectos desde la conceptualización de los mismos y las limitantes a las que se ven sujetos pues dependerá de una serie de factores de tipo administrativo para que las exposiciones se lleven a cabo óptimamente. Abordaremos un punto importante como la creación del ICOM, hecho que determinará ciertas condicionantes para la realización de proyectos, esto con el fin de que los museos que son reconocidos por esta institución se apeguen a los lineamientos que dentro de los estatutos de la misma sean viables para llevar a cabo una propuesta museística.



Por otro lado veremos que la germinación de proyectos museísticos será laxa dependiendo de la institución y el género al cual pertenezcan, la diversidad de museos y temáticas que pueden abordarse se verá en ocasiones limitada por estos factores, además de los gastos que implica la realización de dichos eventos.

Notaremos el seguimiento del proceso para dar vida a estas propuestas y las características de los escritos que contienen la información recopilada y los datos técnicos que se requiere para llevar a cabo el montaje de las obras, la recopilación de las mismas y las condiciones que necesitan para su manejo y distribución dentro de las salas, así como la elaboración de los planos que se requieren para la previa visualización de cómo quedará la muestra y la intervención directa del diseñador en la realización de la identidad museográfica de la exposición, hecho que permitirá la identificación de la misma el tiempo que permanezca vigente.

Finalmente hablaremos de la etapa de producción, es decir, el momento en el que se lleva a cabo el montaje de la muestra considerando aspectos técnicos y de planeación para optimizar el recorrido de los visitantes.

■ 2.1 PROPUESTA DE PROYECTO

Todo proceso creativo se deriva del surgimiento de una propuesta en torno a una temática específica. En el caso de los museos hay que considerar la diversidad de los mismos y los fines que este tipo de instituciones persigue. En el año de 1946 se crea el ICOM (consejo Internacional de Museos) perteneciente a la UNESCO con sede en París; su finalidad en los más de cien países en los que está representado, es la de organizar la cooperación en el ámbito de las actividades relacionadas con el museo.

El ICOM actúa en numerosas disciplinas como historia, artes, ciencias, humanidades etc., y se preocupa especialmente de las funciones de educación, cultural, de conservación y de investigación. Posee el único Centro de Documentación Internacional que recoge materiales de todo tipo acerca de los museos, la museografía y la museología.

El ICOM reconoce la calidad del museo a " toda institución permanente que conserva y presenta colecciones de objetos de carácter cultural o científico, con fines de estudio, educación y deleite" ⁽¹⁾

Ante esta premisa las instituciones que responden a esta definición, el ICOM las acredita como museos, hecho que deberá ser tomado en cuenta para la presentación de proyectos atendiendo a las necesidades que los distintos géneros de museos demandan, por lo tanto la diversidad en cuanto a temáticas se refiere depende del género al que dicho museo pertenece.

GENEROS DE MUSEOS

DE ARTES

Bellas Artes
Artes Aplicadas
Folklore, Arte Popular
Arquitectura, pueblos o ciudades museos
Mobiliario y equipo doméstico
Monedas, medallas, papel moneda
Filatelia

DE CIENCIAS

Geología, mineralogía
Ciencias físicas, geografía
Biología, zoología
Historia natural, botánica
Antropología, etnología
Ciencias medicas
Aeronáutica

⁽¹⁾ MADRID, MIGUEL Glosario de Términos Museológicos p.63

Cuando un museo plantea un proyecto original, la realización de la identidad museográfica se germina en el área de diseño (si es que la hay). Como hemos mencionado el diseñador está presente desde la conceptualización del proyecto, por lo tanto, al verse involucrado desde el principio de este proceso, se familiariza con los elementos que conforman la colección por medio de las fotografías que acompañan a las piezas en el guión museológico, aun antes de conocerlas físicamente, así como los textos que conforman el guión curatorial, es decir, nutrirse de toda esta información para poder depurarla y realizar así la imagen de la exposición. Algunas ocasiones el curador de la exposición es el que decide cual es la imagen que deberá llevar la identidad museográfica, ya que durante la recopilación de obra se decide cual pieza debe destacar de las demás ya sea por su valor estético o histórico.

Curiosamente en algunas instituciones el diseño de la identidad museográfica surge de otra forma. Hay museos que lanzan una convocatoria para la realización de dicha identidad entre alumnos de escuelas de diseño, voluntariado que labore en la institución, gente que realice servicio social o bien profesionales del diseño que trabajan por su cuenta y que hayan colaborado anteriormente con el museo obteniendo resultados satisfactorios.

En este sentido una de las ventajas de convocar a concurso este tipo de soluciones gráficas, es que las propuestas son vastas y por lo tanto hay material suficiente para poder depurarlo y someterlo a consenso en las distintas áreas del museo y la dirección del mismo, posteriormente se seleccionan 2 propuestas y se pilotean por un tiempo entre el personal íntegro del museo, quedando finalmente el diseño que a juicio general funcione mejor para la identidad de la exposición.

Cabe mencionar que este tipo de proceso no se da en todas las instituciones, pues depende de la infraestructura de las mismas y si es que pueden financiar el gasto que implica pagar el diseño elegido. Por otro lado, hay instituciones que no cuentan con un departamento de diseño que lleve a cabo este tipo de proyectos y son realizados por profesionales de distintas disciplinas como sociólogos, historiadores, profesores o por estudiantes que hacen su servicio social en el museo. Esto como consecuencia del bajo presupuesto que es destinado a estas instituciones, la falta de organización en la estructura interna de las mismas y la nula visión de la necesidad de un departamento de diseño en esta área de desarrollo profesional.

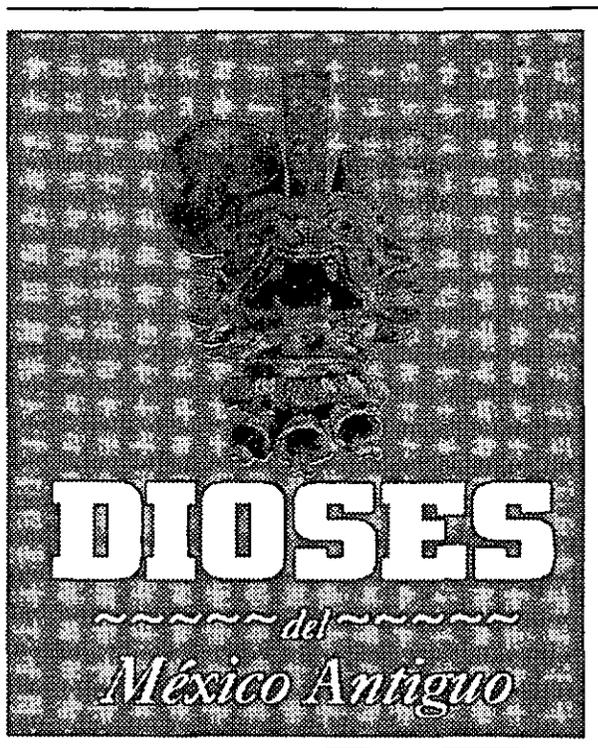


Imagen utilizada en la exposición Dioses del México Antiguo.

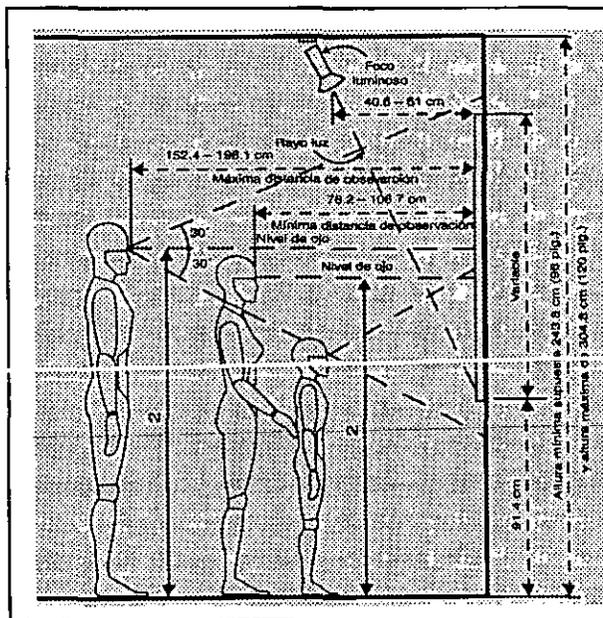
Así, la realización de esta identidad deberá tomar en consideración otros elementos de suma importancia para el óptimo desarrollo del proyecto museístico.

■ 2.3.2.1 FACTORES HUMANOS EN LAS EXPOSICIONES

“ Se llama Antropometría a la ciencia que estudia en concreto las medidas del cuerpo humano a fin de establecer diferencias entre los individuos, grupos, etc.”⁽⁴⁾

Los datos que la Antropometría proporciona son una serie de normas de referencia para diseño en la interfase del cuerpo humano con los componentes físicos de algunos espacios interiores donde la gente realiza sus actividades. El empleo de datos antropométricos, sin embargo, no sustituye el diseño ni el juicio del profesional que los aplica, son una herramienta más de trabajo.

“ En gran medida, la calidad de la interfase entre cualquier sistema de comunicación visual y el observador es función del grado en que el diseñador de aquel y el espacio que lo alberga sean respuestas a ciertas posibilidades y limitaciones humanas fundamentales. Los factores más importantes que el diseñador de interiores y el arquitecto deben tener en cuenta entra en la biomecánica del cuerpo humano y en la geometría del campo visual”⁽⁵⁾ El campo visual es la proporción de espacio, medida en grados, que se percibe manteniendo fijos cabeza y ojos.



En la relación entre la dimensión humana y la exposición de trabajos, la medida antropométrica es la altura de los ojos.

En el diseño de exposiciones, el diseñador debe considerar los factores humanos. Este tema involucra numerosos factores tanto físicos como psicológicos.

En el diseño de cédulas (textos introductorios e informativos que veremos más adelante), frecuentemente aparecen problemas de legibilidad y comprensión como

1. Tipografía muy pequeña
2. Largo de columna excesivo
3. Interlínea inadecuada
4. Párrafos muy largos, espacio inadecuado entre párrafos.
5. Agrupación de cédulas sin claves para relacionarlas con los objetos

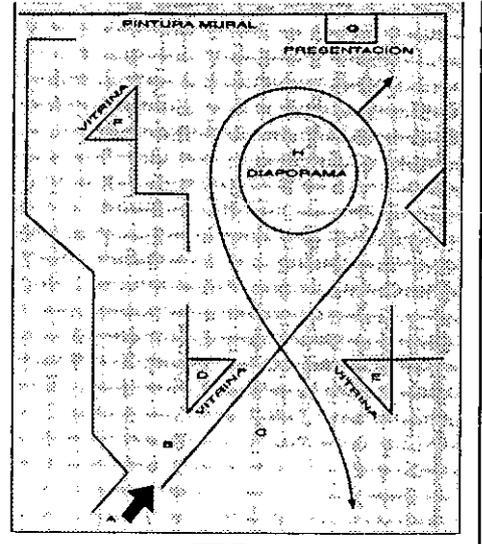
6. Ubicación inadecuada de las cédulas, no permite leerlas mientras se observa el objeto.

(4) PANERO, JULIUS Las dimensiones humanas en los espacios interiores p.23

(5) PANERO, JULIUS op. cit. p.285

Pez

Se caracteriza por una trayectoria entre dos aguas: si tiene un muro a la derecha, avanzará hacia en medio, el tiempo de visita es relativamente corto de 5 a 10 minutos, las paradas son raras, prefiere mirar de reojo y de lejos, es por eso que su visita es una suerte de paseo, no le incomoda atravesar espacios vacíos, sigue perfectamente el orden cronológico de la exposición.

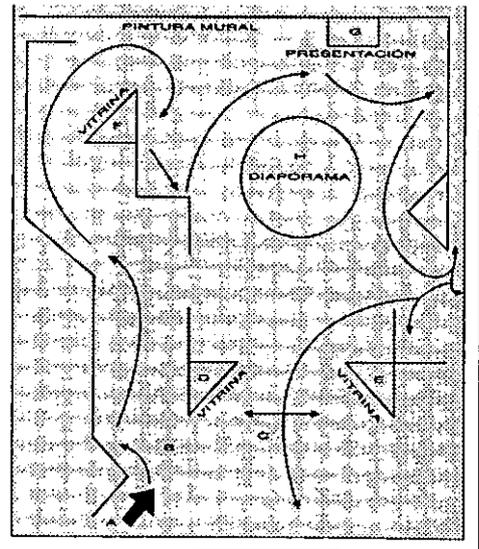


Circulación de pez.

Chapulin

Este tipo de visitante avanza por "saltos", se diría que habiendo percibido desde lejos alguna que le interesa, se dirige hacia ella sin vacilar, el tiempo de visita es corto abarca 5 minutos, las paradas son numerosas, atraviesa indiferente los espacios vacíos, no sigue el orden cronológico de la exposición.

Al concluir este estudio, el equipo de investigación pudo determinar que la diversidad de visitantes y su comportamiento, puede servir para crear propuestas más versátiles en la circulación de las salas, creando así mayor interés y deleite en los recorridos museísticos.

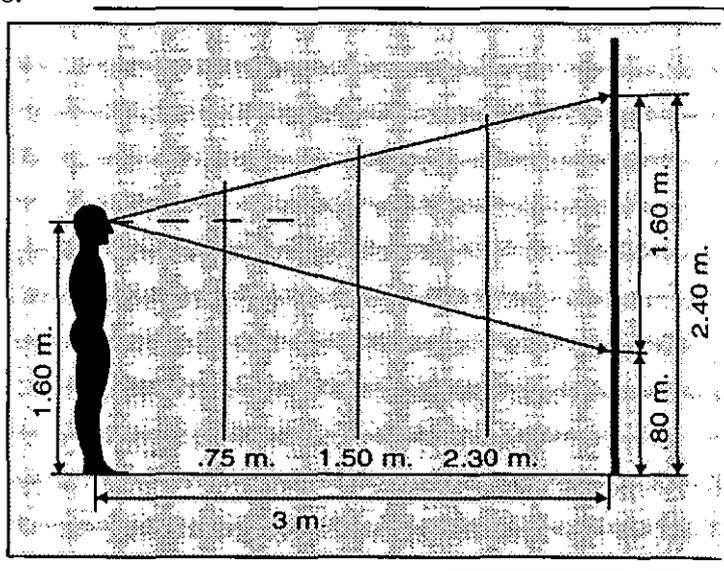


Circulación de chapulín.

Mencionaremos algunas consideraciones importantes para evitar que esto suceda

1. La altura x del tipo, debe ser de 2.5 cm. por cada 10m. de distancia de lectura. Esto se cumple en condiciones ideales y debe ajustarse a las necesidades de cada caso. No debe usarse un tipo menor de 18 puntos (legible aproximadamente a 1.50m. de distancia, dependiendo del tipo de letra y del uso de altas y bajas o sólo de latas)
2. El largo de la columna no debe excederse de un alfabeto y medio”(de treinta y cinco a cuarenta caracteres).
3. El espacio entre palabras debe ser apretado”, casi el espacio requerido para una “i” minúscula. Esto evitará que aparezcan espacios blancos en sentido vertical que recorren el texto.
4. Conservar el contraste adecuado entre figura y fondo, cualquiera que sea el color usado en la tipografía. El positivo es más fácil de leer que el negativo. Mientras exista menor contraste, el tamaño de la letra debe aumentar.
5. Los párrafos deben ser cortos, el espacio entre éstos no debe exceder de la altura de una línea. Es conveniente que sea por lo menos la mitad de la línea, pues menos es insuficiente.
6. La agrupación de cédulas debe hacerse con cuidado. Los números, letras y claves de referencia deben usarse para facilitar la relación entre el texto y los objetos exhibidos.
7. El visitante debe poder apreciar el objeto y leer su cédula desde una posición fija.
8. Ubicar las cédulas dentro de un rango vertical de 1.20 y 1.60m. para distancias cortas de lectura. Para distancias largas se debe usar la referencia del cono de visión y se debe calcular la posición y tamaño de la letra de acuerdo a este. ⁽⁶⁾

Cualquiera de estas consideraciones puede ser modificada, dependiendo de los criterios que el museógrafo establezca conjuntamente con el curador, dadas las características del espacio arquitectónico y las condiciones de las salas de exposición.



Cono de visión.

⁽⁶⁾ Panero

■ 2.3.2.2. TIPOGRAFIA



La evolución de la tipografía a lo largo del tiempo, ha permitido que hoy día contemos con una gran variedad de estilos, con los que el diseñador debe mantener una relación estrecha, considerándolos siempre como elementos de composición y de expresión, y asumir que no solo debe considerar las posibilidades de tipografía que los medios de reproducción mecánicos le ofrecen, sino que puede recuperar otros estilos como el graffiti y la caligrafía para la realización de un proyecto gráfico.

Además de su obvia función verbal, la tipografía posee la cualidad de remitirnos a distintas culturas, al pasado o al futuro, y reforzar así la idea clara de lo que se quiere comunicar.

La tipografía es un factor fundamental para realizar la transmisión del mensaje en el museo, pues la información complementaria a los objetos exhibidos expresada en texto debe llegar al receptor, por lo que debe elegirse bajo condiciones prácticas que hagan que los caracteres tipográficos sean aptos para la función museográfica.

La tipografía utilizada debe corresponder a las premisas de visibilidad e inteligibilidad inmediatas (brevedad informativa, claridad, sencillez, síntesis). Además debe ofrecer mayor legibilidad a distancia, esta depende del largo de la línea, del interlineado y del tipo de letra, así como de su tamaño.

Otra consideración en este proceso de selección es que la tipografía deberá ser apta en los elementos de apoyo gráfico que veremos mas adelante. Por esta razón, y con objeto de unificar visualmente el mensaje escrito, es conveniente elegir una familia tipográfica desarrollada en series.

Las variaciones formales que presenta cada familia tipográfica son

- ESTRUCTURA (redonda, estrecha, ancha)
- ORIENTACION (recta, itálica)
- VALOR (fina, seminegra, negra, supernegra)
- CAJA (alta y baja)

Estas variaciones ofrecen infinidad de recursos tanto de elección como de combinación para utilizar una familia tipográfica única. Además conviene sugerir que esta familia se utilice para soluciones tipográficas dentro de otras necesidades de comunicación gráfica del museo, como el área de difusión.

La funcionalidad implícita de la tipografía resulta ventajosa en el ámbito museístico, pues actuará como complemento a la riqueza formal de las piezas expuestas.

■ 2.3.2.3 CODIGOS CROMATICOS

Un elemento fundamental dentro del diseño museográfico, es el color." El color está cargado de información y es una de las experiencias visuales más penetrantes que todos tenemos en común"⁽⁷⁾

El uso del color en las salas de exposición depende de la temática que se esté abordando. La posibilidad que las distintas gamas cromáticas nos ofrecen, permite que en cada muestra se pueda crear un ambiente nuevo o simplemente al pasar de una sala a otra, el color nos remite a otra época, tema o artista.

Las galerías de arte cuya función es exhibir y vender, generalmente cubren las áreas de exposición de color blanco, ya que no interesa crear un ambiente específico, sino contar con un espacio neutro.

En los museos generalmente los que definen las gamas de color que se aplicarán en las áreas de exposición y mobiliario, son el museógrafo y el diseñador.

El uso del color como elemento museográfico, es una aportación de la museografía mexicana, ya que en este sentido, arquitectos, museógrafos y diseñadores son más audaces en el uso del color, las texturas, la luz etc. Hay salas de exposición en donde la utilización de ciertos colores realza los objetos a exponer y otras que al contrario, el color distrae la atención del visitante "opacando" así los objetos expuestos.

"Toda obra de arte puede exhibirse de tres maneras. Envuelta en la esencia de su estilo, en una atmósfera neutra o en un ambiente de contrastes"⁽⁸⁾, por esto el estudio previo de las piezas a exhibir es muy importante. Como hemos visto con anterioridad, los museos albergan diversas colecciones de acuerdo a su clasificación, así pues, el uso del color debe ir de acuerdo a lo que se va a exponer.

Obras de arte, piezas arqueológicas, indumentaria, máscaras, animales, monedas, etc.cada uno de estos elementos están ubicado en un contexto distinto y depende mucho también lo que se quiera decir de ellos. Por esta razón, los conocimientos de color que el diseñador posee, le permiten proponer el manejo idóneo del mismo, para los espacios creando así ambientes que incluso pueden semejar escenografías, además de que puede utilizar otros elementos coloridos como telas, diversas texturas, material de desecho, etc.

Hay algunos museógrafos que dada su experiencia, deciden los colores de una muestra en base a su criterio personal, o simplemente como parte de un "estilo" propio que los ha identificado a lo largo del tiempo. Sin

⁽⁷⁾ DONDIS La sintaxis de la imagen p.54

⁽⁸⁾ GAMBOA, FERNANDO Catálogo homenaje a Fernando Gamboa p.352

embargo, también se nutren de las aportaciones que el diseñador brinda en este proceso.

Otro aspecto importante a considerar, es que la adecuada elección del color, deberá ir ligada a la tipografía que aparecerá en las mamparas de presentación y cédulas, ya que de esto dependerá la legibilidad idónea de los textos explicativos de la muestra.

Algunos museógrafos proponen la utilización de.

Texto blanco sobre fondo negro

Texto blanco sobre fondo gris oscuro

Texto blanco sobre fondo ocre

Texto blanco sobre fondo azul

Texto negro sobre fondo blanco

Texto negro sobre fondo gris claro

Texto negro sobre fondo en colores tierra

Texto negro sobre fondo en gamas de azul

- El uso de color azul, ocre, verde, púrpura puede utilizarse en el nombre de la exposición.
- El amarillo rara vez se usan para texto o fondo.
- Los tonos pastel como el rosa, lavanda y durazno se utilizan para crear ambientes sutiles o de épocas ligadas al romanticismo.
- Los temas étnicos admiten tonos terrosos en contraste con unos intensos como el púrpura, azul y verde.
- El arte popular y la indumentaria puede manejarse en contraste con colores brillantes como el magenta, naranja y violeta que puede utilizar el amarillo como acento para equilibrar el contraste.
- El naranja amarillento o ámbar crea un ambiente de belleza clásica y acogedora.
- Los tonos combinados con blanco dan un crema pastel que se puede usar para crear una versión más cálida que un área totalmente blanca y la presencia de luz natural produce sombras interesantes que realzan los detalles arquitectónicos, lo que ayuda a ambientar un entorno elegante.
- Colores conservadores del azul, el borgoña, el tostado y el verde en tonos agrisados crean ambientes de tradición, así como el borgoña con dorado o verde con plata nos remiten a riqueza y señorío.
- El verde azulado se puede aclarar hasta llegar al turquesa, que complementado con el naranja rojizo crea una sensación fresca y libre, que bien puede utilizarse para temas de paisaje.
- El terciopelo negro, el marino, verde oscuro y vino son un recurso muy usado en las bases con capelo para resaltar la joyería de cualquier material y procedencia, cubiertos, miniaturas de colección y objetos religiosos.

- Los colores neutros pueden parecer en distintos escenarios y se presta para temas diversos creando ambientes relajados. También pueden aparecer en telas como seda o shifon para dar impresión de holgura y suavidad.

Finalmente, ante la diversidad de objetos que se presenten en una exposición habrá de seleccionarse el colorido que las necesidades del mismo requiera para enriquecer la muestra. Cabe mencionar que éstas elección se verá sujeta al presupuesto y alcances que tenga la institución para sufragar dichos gastos. En dado caso, si la propuesta de color abarca cubrir grandes espacios o implica volver a pintar bases y mamparas, y el museo no cuenta con el presupuesto suficiente para llevar a cabo dicha propuesta, entonces se procede a unificar la muestra eligiendo un color y sus tonalidades para poder cubrir este requerimiento museográfico.

■ 2.3.2.4 APOYO GRAFICO

Para cubrir este rubro el diseñador se nutre de la información que le proporciona el curador, investigadores e historiadores. Además de que hoy en día con los avances tecnológicos como el uso de la computadora, el scanner, el plotter, la impresión digital y de gran formato, permiten que el diseñador eche mano de estas herramientas para que este tipo de apoyos se realice en menos tiempo y que su reproducción sea fidedigna y dé calidad al montaje.

Basados en la tipografía que previamente se ha seleccionado, se realizan los siguientes apoyos gráficos.

Cédula. Es un documento para la identificación de una cosa, es un elemento utilizado en la museografía. Hay 3 tipos de cédulas.

1. Cédula General o Introdutoria.- Se ubica a la entrada del museo o de la exposición e indica el título y las particularidades de la misma. Su texto no debe exceder de una cuartilla a doble espacio.
2. Cédula de Sala.- También llamada de tema parcial desarrollado a lo largo de la exposición. Se deberá colocar al inicio del sector que corresponda. El texto no deberá exceder de media cuartilla.
3. Cédula Individual.- Corresponde a la descripción del objeto o pieza o un breve conjunto de los mismos. El texto no deberá exceder de un cuarto de cuartilla. ⁽⁹⁾

Para la reproducción de estos textos, especialmente de la cédula general, se realiza el original y se manda hacer a algún centro especializado de impresión de gran formato para que realice el texto en vinil y pueda colocarse en la mampara de presentación o en un muro de la sala, así como las cédulas de sala. Hay instituciones que por causas del presupuesto se abocan a los servicios del equipo de carpintería y pintura

⁽⁹⁾ IBID (2) p.21

del museo y la reproducción del texto, el título de la exposición, el nombre del artista, los logotipos del museo y patrocinadores los realiza un rotulista.

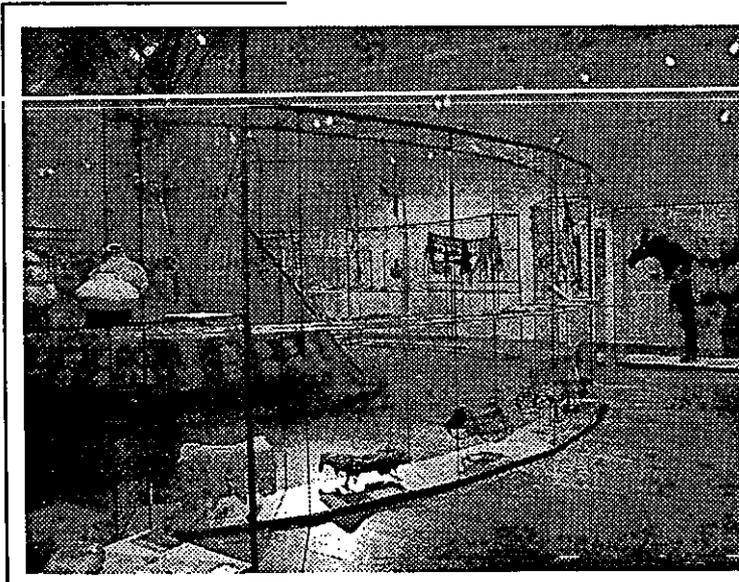
Dentro de la documentación gráfica que sirve de apoyo a las exposiciones.

- Mapas, cuyo objetivo es ubicar el lugar de procedencia de algunos objetos en particular o bien el asentamiento geográfico de la cultura de la que se está hablando, alguna ruta comercial, etc.
- Dibujos que refuerzan la idea de lo que se está exhibiendo. Puede ser una heráldica, una reproducción de alguna imagen alusiva al tema que se está tratando, la bandera del país de donde proceden las piezas, etc.
- Esquemas que presente datos de la muestra, cuadros sinópticos, etc.
- Diagramas si la muestra los requiere.
- Fotografías que generalmente son proporcionadas por el curador y se utilizan como imágenes adicionales a la exposición. Puede ser la fotografía del artista, del sitio donde provienen las piezas, alguna imagen alusiva al tema y que se reproduzca a gran escala para ser colocada como fondo en la mampara de presentación, etc.
- La realización de un display se requiere para la presentación de los productos que publiciten a la exposición para su venta (lápices, tazas, encendedores, playeras etc.)

■ 2.4 ETAPA DE PRODUCCION

Como hemos visto, los elementos anteriores son de suma importancia para la concreción de la muestra. Es en ésta etapa de producción, donde se lleva a cabo el montaje, sin dejar de lado aspectos técnicos que a continuación analizaremos.

■ 2.4.1 ILUMINACION



La iluminación debe concordar con la permanente necesidad de conservar los objetos y las colecciones libres de posibles causas de deterioro producidos por la luz como tal o el calor que la misma desprende. Para su aplicación en el montaje de exposiciones el tipo de iluminación al que se recurre puede ser luz natural o solar y luz artificial: Incandescente (generalmente usada para grandes espacios) y fluorescente o fría

Así como sus modos de aplicación:

- Rasante Central
- Directa Difusa
- Central Frontal

Cabe mencionar que ninguna de las clases de luz a utilizar deja de producir algún daño sobre la mayoría de los objetos expuestos en las salas, por esto toda emisión de luz deberá ser manejada por medio de filtros adecuados o al menos tomar en cuenta que se deberá utilizar el tipo de iluminación idónea para resaltar aquellos detalles más importantes en los objetos a exponer.” La museografía mexicana ha hecho grandes aportaciones a la museografía internacional. La admiran por su audacia, por el empleo imaginativo del espacio y el color, por el uso llano, dramático o mágico de la luz”. ⁽¹⁰⁾

■ 2.4.2 TEMPERATURA

Otro aspecto importante es la temperatura, que en cada museo es distinta y de las circunstancias locales o disposiciones específicas que los técnicos en conservación, para cada objeto, material o colección determinen, la ideal no deberá sobrepasar los 20 grados centígrados ⁽¹¹⁾

■ 2.4.3 HUMEDAD

La humedad en museografía es uno de los elementos del medio ambiente que debe ser controlado para evitar que por exceso o defecto produzca deterioros en los materiales con los que están hechos los objetos, ya sea que se encuentren en exposiciones o en bodegas. La humedad regular o media en un museo y de acuerdo a circunstancias particulares que determinen otra señalada por los técnicos en conservación, no deberá exceder de un 50%. ⁽¹²⁾ En este caso los planos deberán acotar los espacios en donde dadas estas especificaciones deberán estar situados los higrómetros y termómetros dentro de las salas.

2.4.4 CIRCULACION

La circulación dentro de las salas; generalmente debe procurar llevar un sentido de izquierda a derecha, esta regla general de los museos, se fundamenta en que nuestra cultura se basa en el ordenamiento de los materiales de lectura y escritura cuya dirección tiene este sentido, nuestros relojes señalan las horas de izquierda a derecha. Por otro lado, si el tema que va tratarse tiene una secuencia cronológica – histórica, este tipo de recorrido es usado para su comprensión.

⁽¹⁰⁾ IBID (8) p.351

⁽¹¹⁾ CISM –UNAM Manual de mantenimiento museográfico p.108

⁽¹²⁾ CISM-UNAM op.cit. p.63

A partir de 1991 las propuestas que ofrece la museografía contemporánea, dan mayor versatilidad a la circulación permitiendo que el espectador encuentre mayor libertad en el recorrido de las exposiciones.

Una muestra de esto es un estudio realizado en Francia por Eliseo Veron y Martine Levasseur, ambos miembros de un equipo de investigación museográfica, en el que estudiaron la conducta de los visitantes en un espacio museístico..."comenzamos a trazar los recorridos de los visitantes con la ayuda de un plano de la exposición. Habiendo instalado una cámara, la imagen de video nos daba una visión más global del espacio y permitía seguir mejor la trayectoria de un visitante determinado" (13)

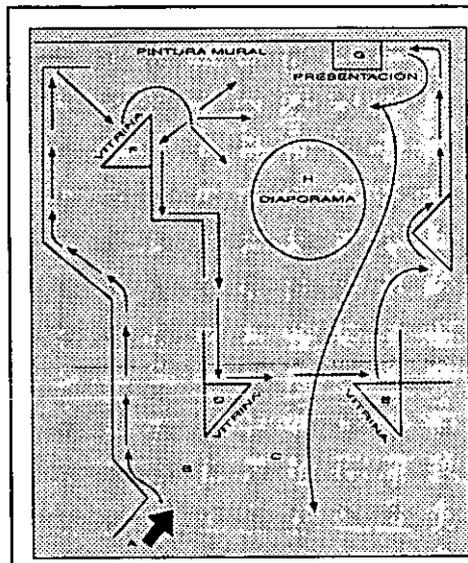
Este estudio permitió crear una tipología de los visitantes, cuyos tipos se decidió llamar metafóricamente hormiga, mariposa, pez y chapulín, dadas las características definidas para realizar una visita.

Hormiga

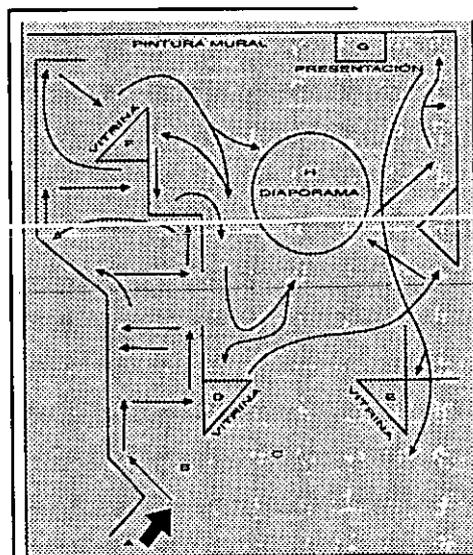
Se sitúa a una distancia reducida en comparación con los otros tipos, de los tableros frente a los que se detiene, siempre comparativamente el tiempo de visita es el más largo: alrededor de 20 minutos, evita atravesar espacios vacíos, sigue el orden cronológico propuesto por la exposición.

Mariposa

Efectúa una visita en zig-zag, con un movimiento de alternancia: izquierda-derecha-izquierda-derecha, después de observar un tablero a su izquierda, se traslada enseguida al que está enfrente a su derecha, el tiempo de visita puede calificarse como semilargo, alrededor de 15 minutos, también evita atravesar grandes espacios, también sigue el orden cronológico de la exposición y ese movimiento alternativo izquierda-derecha le permite seguir la cronología más exhaustivamente.



Circulación de hormiga.



Circulación de mariposa.

(13) VERON, ELISEO Etnografía de una exposición (traducción dentro de la revista de la ENAP No.17) p.36

DE INDUSTRIA Y TECNOLOGIA

Agricultura horticultura
Alimentos, bebidas, tabaco
Minería, canteras, petróleo
Manufactura, comercio
Ingeniería, Tecnología
Transportes
Comunicaciones
Textiles, indumentaria
Imprenta, fotografía
Relojes, Instrumentos

DE HISTORIA

Arqueología
Historia Nacional
Museo histórico de sitio
Casas históricas
Historia religiosa
Historia militar, armamento
Historia marítima y navegación

Cabe mencionar que otro tipo de instituciones que se denominan museos, no están reconocidos por el ICOM dado que solo funcionan como espacio de esparcimiento para los visitantes (p.ejemplo Museo del Papalote).

Es por esta razón que el desarrollo de cualquier proyecto museístico no solo depende de las expectativas que se persigan, también estas propuestas están supeditadas a la Institución a la que pertenezcan los museos para la realización de dichos proyectos.

En la Ciudad de México hay una diversidad de Instituciones de las cuales dependen los museos:

INAH

Museo Nacional de Antropología, Nacional de Historia del Antiguo Castillo de Chapultepec, Nacional del Virreinato de Tepotzotlán, Nacional de las Culturas, etc.

INBA / CNCA

Museo Nacional de Bellas Artes, Museo de San Carlos, Pinacoteca Virreinal, Museo de Arte Moderno, etc.

UNAM

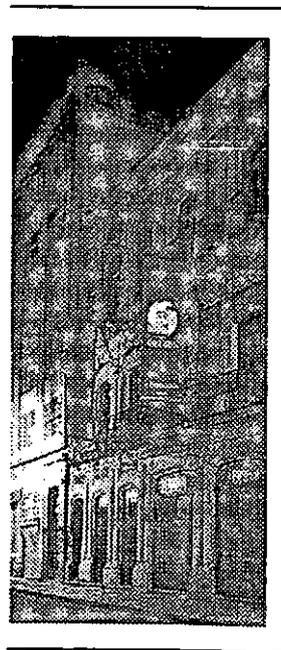
Museo Universitario de Ciencias y Artes, Museo de Geología, Museo del Chopo, Museo de la Medicina (antiguas cárceles de la perpetua), Galería Aristos, etc.

DDF

Museo de la Ciudad de México, Arqueológico de Xochimilco, Arqueológico del Cerro de la estrella, etc.

FIDEICOMISO

Museo Frida Kahlo, Museo Serfín (de la indumentaria), Museo Anahuacalli o Casa Diego Rivera, Museo Isidro Fabela, etc.



Museo Serfín

PATRONATO

Museo Franz Mayer

PARTICULARES

Museo de la Charrería, Casa León Trosky.

CONJUNCION DE INSTITUCIONES

CNCA / UNAM / Gobierno de la Ciudad de México: Antiguo Colegio de San Ildefonso

Por otro lado es importante mencionar que los museos se presentan en un 90% dentro de espacios arquitectónicos, y hay dos clases en relación con su arquitectura:

- con edificios adaptados (Antiguo Colegio de San Ildefonso)
- con edificios construidos (museo Carrillo Gil)

Otras propuestas en torno a los museos fuera del espacio arquitectónico son:

Museosbus: consiste en un sistema de transporte de exposiciones circulante o itinerante, que permite mediante ciertas modificaciones de un chasis de camión, autobús o trailer trasladar y presentar en forma activa pequeñas muestras que pueden ser visitadas por distintos grupos urbanos o rurales. ⁽²⁾. Este tipo de proyecto fue llevado a cabo por el Museo Nacional de Arte, como un intento de llevar la cultura a colonias marginadas y a los niños de la calle, sin embargo, el presupuesto destinado a esta actividad fue retirado, dejándolo inconcluso.

Ecomuseo: proyecto francés, desarrollado a partir de 1970 en Le Creusot, que conjuga el ecosistema, las actividades diarias y los edificios de una zona amplia, conservando un verdadero museo vivo que presente una forma de vida en una región dada, para su comprensión ecológica, social, económica y cultural.

Dada la variedad en cuanto a la clasificación y características de los museos, las propuestas de proyectos tienen un desarrollo distinto de acuerdo a la institución que los produce; es por eso que daremos un esbozo de como se gestan los proyectos museísticos en algunas instituciones, hecho que servirá de referente para comprender la polaridad que existe entre ellas.

Los museos están integrados por grupos de profesionales que trabajan en forma conjunta y de manera interdisciplinaria. Desde la dirección del museo hasta la gente que participa de forma voluntaria para la concreción de un proyecto, cada uno de estos elementos cubre una necesidad primordial dentro del mismo. Dentro de esta diversidad de disciplinas se encuentran investigadores, administradores, especialistas

⁽²⁾ Mexico-OEA El museo y sus funciones p.45

en curaduría, conservación y restauración, diseñadores, museógrafos, educadores, personal encargado de iluminación, carpintería y mantenimiento.

Cada uno de estos elementos juega un papel importante en la realización de cada proyecto, desde su conceptualización hasta la inauguración del mismo.

Como hemos mencionado anteriormente, todas las propuestas de proyecto tienen un desarrollo distinto de acuerdo a las condiciones que cada museo tiene con relación a la institución de la cual depende.

En algunos casos, el proyecto de una exposición lo sugiere el curador, cuya labor se orienta básicamente al estudio, clasificación y catalogación de colecciones, estableciendo sus características de materia, origen, función, procedencia, antigüedad, etc.: supervisa también el manejo de la obra que esta a su cargo. Se aboca a la recopilación de documentos e información que generalmente se presenta en una carpeta con el contenido del proyecto a la dirección del museo se realiza una junta en donde los profesionales que laboran en la institución están presentes para dar seguimiento a dicha propuesta.

En este sentido, la recopilación de documentos deberá depurarse ya que servirán de base para los textos y cédulas que proporcionarán la información al público en las salas, además de que esta investigación documental una vez seleccionada formara parte de los contenidos de material editorial, audiovisual y didáctico que acompañara a toda la exposición.

Otro punto importante en esta fase es considerar el espacio arquitectónico que albergará la exposición, es decir, hacer un análisis de las condiciones arquitectónicas funcionales, realizar una revisión de instalaciones que optimicen la realización de dicho proyecto (albañilería, pintura, carpintería, plomería, iluminación etc.) y contemplar las condiciones de seguridad que ofrezca el edificio (instalaciones contra incendio y contra robo).

Tomando en cuenta estos aspectos se procede a trabajar con el área administrativa del museo a la cual se presenta un presupuesto de las distintas fases de operación en forma global y calendarizada. Si es que se requiere que el curador se traslade a otro sitio fuera del país para la recopilación de la obra, deberá incluirse en el presupuesto.

Hay instituciones que presentan proyectos muy ambiciosos en cuanto al contenido de las colecciones, su traslado y duración de exhibición, la propuesta museográfica en ocasiones requiere de diversos materiales especiales, mobiliario, iluminación y adecuación de espacios dentro del recinto; por esto la institución se da a la tarea de buscar patrocinadores para poder llevar a cabo dicho evento. Un ejemplo de este caso es el Antiguo Colegio de San Ildefonso que dada su organización y administración, a pesar de que depende de tres instituciones, generalmente pide el apoyo financiero de grandes empresas para traer a México magnas exposiciones que han sido presentadas en el extranjero.

Otro caso distinto se da en el Museo Franz Mayer que esta dirigido por un patronato, la idea básica del museo es la colección de obras decorativas, buscar obra de personas que hayan muerto y que no cambie la esencia de lo que el museo tiene como objetivo.

Por otro lado los proyectos que este museo persigue se tratan a veces de exposiciones que estén itinerando en otros países y por lo tanto, los gastos pueden compartirse con otros museos de donde vendrá la exposición; además de que el patronato auspicia los gastos mínimos de montaje, ya que estas exposiciones fueron concebidas en otro sitio y el museo solo adecua el espacio a las necesidades de la misma. Los proyectos que surgen en el museo son autofinanciables ya que el patronato generalmente es el que cubre los gastos de realización.

No obstante debe cubrir gastos de préstamo de obra, seguros etc. que veremos mas adelante. En algunas ocasiones el Museo Franz Mayer sale del perfil tradicional que el patronato impone y presta sus instalaciones para eventos culturales en los que participan diversas instituciones como Fotoseptiembre o la Bienal de Cartel.

Muy contrastante con estos ejemplos resulta ver el desarrollo de proyectos en instituciones como el Museo Nacional de Antropología, en donde los convenios para realizar una exposición generalmente se gestan por medio de las embajadas de otros países, algunos patrocinadores y la institución de la cual depende el INAH.

Generalmente cada proyecto debe ponerse a consideración de varias personas para poder llevarse a cabo, y hay ocasiones en que una propuesta tarda un año o más tiempo en concretarse, todo depende de la magnitud de dicho evento y las facilidades que se tengan para su culminación. Una vez que la propuesta es aceptada, se procede a la presentación de los guiones que darán forma a la exposición.

■ 2.2 PRESENTACION DE GUIONES

Hablar de un guión, nos remite a un escrito en el que se especifica cierta información orientada a determinado fin.

Para dar seguimiento al tema que nos compete, hablaremos del contenido que requiere un guión en el ámbito del museo, mencionando las características que lo distinguen de otro tipo de guiones utilizados en otros medios de comunicación.

■ 2.2.1. GUION CURATORIAL

El guión curatorial, como su nombre lo indica, es realizado por el curador y es la base para el desarrollo de los proyectos museológicos. Contiene los textos que han sido producto de la investigación documental, sustentando el porqué la elección del tema y aflanzándolo con la información recopilada, bibliografía, etc.

Este guión que presenta el curador responde a las necesidades de información y datos que aparecerán posteriormente en textos y cédulas que proporcionarán información al visitante sobre el tema de la exposición y la identificación de las piezas.

En este guión también aparece el listado de obra propuesta, la localización de las colecciones y objetos a exponer. Una vez que se tiene detectado el sitio donde se encuentran dichas piezas, se procede a realizar una solicitud de préstamo a la institución que las alberga para su traslado, cabe recordar que en la propuesta del proyecto se presenta un presupuesto que en esta fase debe cubrir los gastos para asegurar la obra, a esto se conoce como "seguro de clavo a clavo", es decir desde su lugar de origen hasta el lugar que albergará la exposición, gastos de limpieza y conservación y/o restauración, embalaje y embodegamiento provisional antes del montaje definitivo.

El guión también requiere una calendarización de actividades que delimiten lo más fidedigno posible el tiempo que se requiere para llevarlas a cabo y que deben estar respaldadas por la institución a la que se le ha presentado el proyecto.

En esta fase de presentación de guiones, el diseñador participa de manera directa en el contacto con el profesional que le compete dicha tarea. En el caso del guión curatorial, la información recopilada y depurada debe estar en manos del diseñador para iniciar el proceso creativo en torno a la producción editorial que acompañe a la exposición.

La realización de catálogo, trípticos, folletos, cédulas explicativas y de sección, deberá corresponder a las características de identidad museográfica que se le otorguen a dicho montaje y cuyo proceso conoceremos más adelante.

■ 2.2.2 GUION MUSEOLOGICO

Como mencionamos en el capítulo anterior, la Museología es la ciencia que elabora los principios de organización y funcionamiento del museo, y en cuyas tareas están la investigación y conservación del patrimonio existente o bien, el que vaya acumulándose con el paso del tiempo.

En este sentido la realización de un guión museológico o científico, se refiere al estudio previo de antecedentes en torno a los objetos y colecciones para el montaje o armado de una exposición.

Básicamente este guión habla de manera profunda de los objetos a exponer, hecho que posibilitará evaluar las características de las piezas y su manejo previo al montaje.

Para control y registro de las colecciones en los museos se realiza una ficha, en la cual se inscriben, de acuerdo a normas técnicas dadas por escrito y que constituyen los instructivos de registro y catalogación, las características de los objetos o piezas que integran la colección de los museos, después que éstos a su ingreso al museo, fueron registrados en el Patrimonio del mismo.

NOMBRE DE LA PIEZA:

No. DE INVENTARIO:		ESTADO DE CONSERVACION
CODIGO DE CATALOGO:		
TIPO DE OBJETO:		PROCEDENCIA
AUTOR:		PAIS: LOCALIDAD:
MATERIALES:		ESTADO:
MEDIDAS:		OBTENCION
LARGO:	ALTO:	COSTO:
ANCHO:	DIAMETRO:	FECHA:
EPOCA:		VALUACION:
SIGLO:	MES:	OBSERVACIONES:
AÑO:		
ESTILO:		

Normalmente una ficha debe ir acompañada por una reproducción fotográfica y/o dibujo de la pieza.

La presentación de este tipo de guión es ya un antecedente para el diseñador del tipo de objetos que tendrá que manipular y distribuir de forma adecuada en los espacios asignados para su exhibición. Así como el mobiliario que requerirá para la colocación de dichos elementos y las posibilidades de ambientación en cada sala, tomando en cuenta el tipo de exposición que va a presentarse, es decir, si esta se vera sujeta a ciertas características ya sea de orden cronológico, temático, historico, etc.

■ 2.2.3 GUIÓN MUSEOGRAFICO

Tomando en cuenta que la museografía es la parte pragmática de la museología, el guión museografico o técnico deberá de reunir las características esenciales de las piezas, los accesorios y equipo técnico que se requerirá para plasmar la idea generalizada de la exposición.

Este guión deberá contener un listado de los requerimientos para realizar y proteger las piezas que conformen dicha muestra, con el fin de que estos menesteres sean adquiridos, tomados en calidad de préstamo de alguna institución en el caso de que el recinto que albergará la exposición carezca de ellos, o bien diseñados con características específicas y realizadas por el personal competente en estas áreas.

El mobiliario deberá ser específico y adecuado para su distribución en las salas de exhibición, hecho que será de vital funcionalidad en el diseño de la circulación que deberá ser esbozado en la esquematización del desarrollo del guión museografico, esto con el fin de prever posibles cambios en el momento de llevar a cabo el montaje.

El desarrollo del guión museográfico generalmente se presenta mediante un esquema o plano pequeño en donde se identifica la dimensión de las

salas, la localización de mobiliario requerido (bases, mamparas, vitrinas, etc.) ubicación de objetos y cédulas.

Es importante puntualizar que dentro de este proceso deberá de presentarse una propuesta de la iluminación que aparecerá en cada sala y las especificaciones pertinentes para cada pieza de acuerdo a las características que deberán resaltarse en cada una de ellas.

En esta fase el diseñador como parte fundamental del equipo museográfico que darán vida al proyecto, trabaja con el curador y el museógrafo en la realización de la documentación gráfica que complementa este guión:

- Mapas Fotografías
- Dibujos Diagramas
- Esquemas Display

Como hemos visto, los guiones en el ámbito museístico son de suma importancia ya que son la base para poder avanzar en el desarrollo del proyecto, por esto la adecuación de espacios está supeditada a las exigencias que cada guión presente, tomando en cuenta que puede haber modificaciones durante el desarrollo y realización del montaje. Una vez que estos guiones son aceptados se procederá a la fase de diseño museístico que trataremos a continuación.

■ 2.3. FASE DE DISEÑO

En cada proyecto de diseño que se realice es necesario contar con un amplio conocimiento del contexto en el cual se deberá basar la producción gráfica; lógico es pensar que si no manejamos un tema, necesariamente debemos investigar acerca del mismo para poder acceder a una perspectiva más amplia de los datos que se nos ofrecen y así entonces retomar ciertos elementos que refuercen la idea que quiere comunicarse.

En el discurso museográfico, el diseñador gráfico al estar presente desde la conceptualización y propuesta de un proyecto de montaje, tiene la posibilidad de empaparse del tema y comenzar a desarrollar ideas de apoyo gráfico para la exposición, tomando también como antecedente los guiones de los que hablamos en el apartado anterior en donde existe la información necesaria para poder depurarla y utilizarla en los materiales de apoyo que complementarán la exposición.

En esta etapa del proyecto deberán llevarse a cabo bosquejos preliminares de secuencialidad que manifiesten el contenido de los elementos que serán necesarios para el montaje. El uso de elementos adicionales como plataformas o rampas que den otras alternativas a la circulación en las salas, tópicos que trataremos más adelante.

Una vez que se hallan depurado estos bosquejos, se procederá a la realización de planos que muestren los elementos que vayan a requerirse para la optimización del montaje.

■ 2.3.1 PRESENTACION DE PLANOS

Un plano es un documento gráfico informativo o indicativo complementado con elementos escritos, que representa una realidad física o un proyecto determinado ⁽³⁾

En un proyecto museográfico, en las distintas etapas de su desarrollo se hace indispensable la realización de tantos planos como ámbitos materiales sea necesario modificar, adaptar o crear. Generalmente los planos que se presentan son realizados sobre la base del espacio arquitectónico que albergará la exposición, tomando en cuenta la dimensión de las salas los planos se efectúan en planta, alzado y perspectiva; Así se mostrará de forma concreta la distribución de mobiliario museográfico: muros, paneles y/o biombos, vitrinas, bases, tableros, repisas y elementos para piezas especiales. Así mismo la ubicación de instalaciones de seguridad o de difusión (TV en circuito cerrado, multimedia etc.), así como de iluminación, temperatura, humedad y circulación puntos que por su importancia en el diseño museográfico abordaremos mas adelante. Cabe mencionar que en algunos proyectos, además de la realización de planos se hace una maqueta que da una idea mas clara en volumen de cómo será el resultado final de la exposición, siempre tomando en cuenta que durante el proceso de montaje puede haber ciertas modificaciones.

■ 2.3.2. IDENTIDAD MUSEOGRAFICA

Las actividades dentro del equipo de trabajo del museo se dan en paralelo, ya que cada área desarrolla lo que le corresponde no sin estar al tanto de las actividades que realizan los equipos de profesionales de otros rubros.

Dentro de este proceso, un factor muy importante en la exposición es la Identidad museográfica, es decir, la imagen que identificará a la misma durante el periodo de vigencia, la cual será inalterable de tal suerte que esto garantice su fiel reproducción en los medios que se tengan contemplados para su difusión.

Es aquí donde el equipo de diseño participa directamente en la producción gráfica que acompañará a la exposición. Como hemos mencionado anteriormente, los proyectos museísticos varían dependiendo de la institución a la cual pertenezcan y el financiamiento con el que cuenten, en este sentido el apoyo gráfico también se verá sujeto a estas limitantes. En ocasiones, hay exposiciones que vienen itinerando de otros sitios y la imagen que la identifica es respetada y únicamente se anexan aquellas que pertenezcan al museo que las albergará, la dependencia que auspicia dicho evento y patrocinadores si los hay.

(3) LANDA HORACIO Terminología de Urbanismo p. 56

CAPITULO *DIFUSION*

3

Para que cualquier tipo de evento tenga éxito al llevarse a cabo, necesita difundirse.



En el caso de los proyectos museográficos éste proceso ha cambiado, ya que anteriormente solo por medio de los grandes museos nacionales como el de Antropología, el del Virreinato o el de Historia; se daba la divulgación de este tipo de eventos. Estas instituciones en las cuales se congregaban equipos para los servicios educativos, la investigación, la museografía, el diseño, la planeación y la producción permeaban la posibilidad de dar a conocer las distintas exposiciones que se llevaban a cabo así como las actividades paralelas a las mismas, pero esto solo llegaba a pequeños grupos asiduos a los museos, tornándose una actividad elitista y dirigida a ciertos sectores de la población.

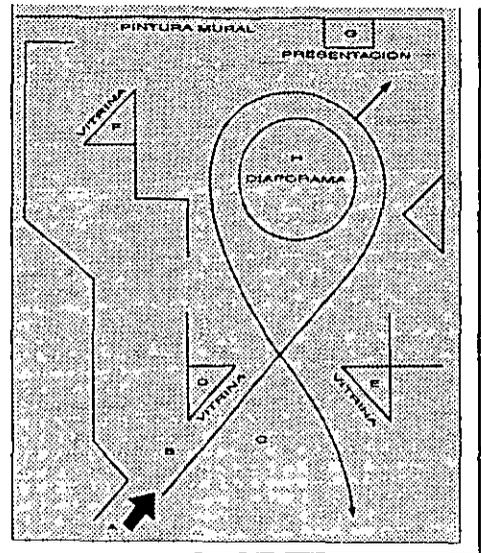
Hoy en día, la difusión en los museos se ha incrementado notablemente con la formación de departamentos que se abocan a la divulgación de cada muestra; además de que también se echa mano de los servicios especializados de compañías de publicidad y comunicación.

En este apartado, notaremos cómo la difusión está supeditada a la capacidad que tengan las distintas instituciones, para cubrir el gasto que implica la realización de diversos elementos gráficos que sirvan de apoyo para la divulgación de las exposiciones.

Conoceremos el proceso editorial en el museo y las características que ciertas publicaciones deben de tener.

Pez

Se caracteriza por una trayectoria entre dos aguas: si tiene un muro a la derecha, avanzará hacia en medio, el tiempo de visita es relativamente corto de 5 a 10 minutos, las paradas son raras, prefiere mirar de reojo y de lejos, es por eso que su visita es una suerte de paseo, no le incomoda atravesar espacios vacíos, sigue perfectamente el orden cronológico de la exposición.

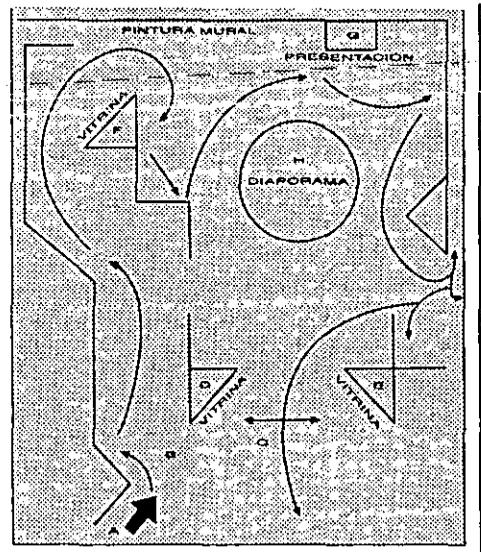


Circulación de pez.

Chapulín

Este tipo de visitante avanza por "saltos", se diría que habiendo percibido desde lejos alguna que le interese, se dirige hacia ella sin vacilar, el tiempo de visita es corto abarca 5 minutos, las paradas son numerosas, atraviesa indiferente los espacios vacíos, no sigue el orden cronológico de la exposición.

Al concluir este estudio, el equipo de investigación pudo determinar que la diversidad de visitantes y su comportamiento, puede servir para crear propuestas más versátiles en la circulación de las salas, creando así mayor interés y delecte en los recorridos museísticos.



Circulación de chapulín.

El manejo de medios como el cartel, el catálogo y el folleto, posibilitarán que la difusión abarque diversos sectores de la población, así como la utilización de otros medios como la prensa, T.V. y radio para poder alcanzar una mejor cobertura de dicho evento.

Por otro lado notaremos la importancia de los servicios educativos dentro del museo y cómo el diseñador se ve involucrado con diversos profesionales para el desarrollo de proyectos concretos en esta área del mismo.

Finalmente hablaremos del proceso que se sigue para analizar los resultados obtenidos en el proyecto museístico.

■ 3.1 EDITORIAL

A continuación hablaremos específicamente del proceso editorial en el museo.

La naturaleza de la gestión institucional del Museo vinculada al proceso de comunicación a través de las exposiciones, eventos y publicaciones, hacen indispensable la edición de publicaciones que recojan su acción. Las publicaciones se justifican en un Museo por tres razones fundamentales:

1. Por la función educativa que la institución está llamada a cumplir.
2. La función documental, registro y circulación de información en torno a los procesos, hechos, protagonistas relativos al patrimonio y su valorización.
3. La función de divulgación de las actividades del Museo como mecanismos de proyección institucional.

■ 3.1.1 PERFIL EDITORIAL DE UN MUSEO

El perfil de un museo se deriva de la razón de ser de esa institución; de sus objetivos, metas, alcances y cobertura. Dentro de este amplio marco de posibilidades, el Museo deberá publicar específicamente aquellos trabajos que se relacionen con sus colecciones, sus investigaciones, las exposiciones y eventos que realice la institución y de los trabajos técnicos que se produzcan en el curso de su actividad institucional.

■ 3.1.2 POLITICA EDITORIAL

El Museo debe definir los aspectos que deben integrar una política editorial, entendiendo por ella, un conjunto de lineamientos que regulan la planificación, ejecución y evaluación de la actividad editorial.

Esta política editorial debe contener entre otros los siguientes lineamientos:

- Objetivo de la política editorial.
- Objetivo de las publicaciones.

- Comité de Publicaciones, Coordinación de Publicaciones, funciones y actividades respectivas.
- Tipos, características y público al que van dirigidas las publicaciones que van a editarse.
- Plan periódico de publicaciones, elaborado sobre la base de las necesidades y prioridades.
- Distribución y promoción de las publicaciones.

Es importante aclarar que se entiende por PUBLICACIONES, no solo lo relacionado a la publicación de libros, catálogos, folletos, boletines, sino también, a lo relacionado con el campo editorial como son: carteles, postales, tarjetas, audiovisuales, etc.

■ 3.1.3 TIPOS DE PUBLICACIONES

El tipo de publicaciones a editar por el museo, deberá estar de acuerdo con su origen, contenido y público al que va dirigido.

Publicaciones Científicas: son aquellas que recogen el trabajo de investigación desarrollado en el museo, en sus distintas actividades. Están dirigidas a investigadores, técnicos, profesionales y estudiantes universitarios.

Publicaciones de apoyo a Exposiciones: son aquellas que se producen para hacer memoria de un hecho importante, como los catálogos de las exposiciones, de las colecciones, de los eventos.

Publicaciones Didácticas: contienen materiales que satisfacen las necesidades de formación, orientación e información sobre aspectos específicos. Sirven de apoyo a los docentes y estudiantes.

Publicaciones Divulgativas o de Circulación Masiva: están representadas por folletos, desplegados, carteles, boletines o materiales similares destinados a un amplio y diverso público, que contribuye al logro de los objetivos formativos, informativos y/o recreativos.

Publicaciones Oficiales y/o Institucionales del Museo: son aquellas que recogen la actividad y memoria de la Institución, tales como la Memoria Museográfica, Boletín Informativo, informes Anuales, Presupuestos, etc.

■ 3.1.4 PROCESO EDITORIAL

La producción de publicaciones y ponerla en manos de los lectores, requiere de un trabajo de equipo; a cada uno de ellos le corresponde el desempeño de una parte necesaria y ninguno de los miembros puede faltar.

El equipo de trabajo está conformado por:

AUTOR: como mencionamos anteriormente, el curador es la persona que realiza la investigación acerca de la colección que va a exponerse.

A él le corresponde realizar el guión curatorial, es decir, el original del

escrito que va a publicarse. Cabe mencionar que puede trabajar él solo o contar con la asesoría de investigadores, historiadores, etc.

EDITOR: es el estratega y el organizador de todas las actividades en conjunto, el que coordina las tareas de los otros miembros del equipo; además contrata los servicios de diseñadores, traductores, fotógrafos y otros especialistas del área editorial, encarga y supervisa la distribución de los libros y es el que por lo general, asume el riesgo comercial de la publicación del libro.

IMPRESOR: es el que a través de los medios mecánicos, realiza la impresión de la publicación.

DISTRIBUIDOR: es quien pone a disposición de los libreros el material impreso, en muchos casos es el editor.

LIBRERO: es el que vende los libros manufacturados.

El proceso editorial es la serie de actividades a llevar a cabo para la producción de una publicación. Dicho proceso consta de los siguientes pasos:

1. **Planeación y Programación:** se realiza sobre la base de programación y la misión del museo. Aquí se involucran el responsable de las publicaciones y el autor.
2. **Elaboración de Propuesta de Publicación:** se realiza una propuesta de la publicación, la cual debe contener: objetivo, contenido o esquema, recursos a utilizar, tanto humanos como financieros, actividades a desarrollar junto con cronograma, presupuesto de edición, impresión y plan tentativo de distribución y las características físicas de la publicación (formato, tipo de papel, número de páginas, fotografías, ilustraciones, etc.) En este apartado, el diseñador aparece como parte del equipo de trabajo para asesorar al autor acerca de los materiales que puede utilizar y sugerir la mejor forma de reproducción para la publicación, sobre la base del presupuesto destinado para dicho proyecto.
3. **Elaboración y preparación de textos originales:** una vez que se ha depurado la información que presenta el curador, se realizan los originales para presentarlos al editor y al responsable de publicaciones.
4. **Revisión y Evaluación del Manuscrito:** el texto se somete a revisión ante el comité de revisión o arbitraje el cual está conformado por especialistas en la materia.
5. **Revisión de Estilo:** una vez aprobado el original, se pasa a corrección de estilo.
6. **Diseño de la publicación:** en este apartado el equipo de diseño recibe los textos originales y el material gráfico que acompañará a la publicación (fotografías, ilustraciones, etc.) y se aboca a la formación de la publicación.

En este caso recurre a los conocimientos de diseño editorial para la diagramación, definición de tipo de letra, puntaje, áreas donde aparezcan ilustraciones y fotografías, etc.; además de que el uso de la computadora le facilita este proceso. En algunas ocasiones también se encarga de la realización de la portada de la publicación, ya sea sobre la base de la disposición del curador de la imagen de alguna pieza en específico o que el diseñador haga una propuesta en base al material gráfico que se le proporcione.

7. Impresión: es la etapa del proceso donde los originales son enviados al impresor; que da seguimiento al proceso fotomecánico, montaje de negativos, revelado de placas, corte de papel, impresión, compaginación, encuadernación y control de calidad. Todo esto supervisado por el editor.

8. Distribución: es la etapa donde la publicación se pone a disposición de los lectores. En el caso del museo esta actividad puede ser asumida por el responsable de publicaciones y/o editor. En algunas ocasiones se contrata una empresa distribuidora.

Hay instituciones que se ocupan de la actividad editorial de los museos que dependen de ellas. Por ejemplo, el departamento de publicaciones del INAH se encarga de la producción de diversos materiales del Museo Nacional de las Culturas, ya que depende de ésta institución y el presupuesto del museo per se no alcanza a cubrir este gasto. En este mismo museo, se da la situación de que si la muestra es organizada por alguna embajada en convenio con la institución, la embajada del país que solicita la muestra, se encarga de toda la producción editorial, además del montaje y difusión de la misma; es decir, solamente pide el espacio para montar su exposición.

En el caso de otras instituciones con más presupuesto como el Antiguo Colegio de San Ildefonso, se abocan a conseguir patrocinadores para poder realizar publicaciones de mayor calidad.

Museos particulares, fideicomisos y patronatos solventan los gastos de publicación por medio de asociaciones como Amigos de los Museos o cuentan con aportaciones del patronato en una cuenta bancaria.

■ 3.1.5 CARTEL

Otro de los elementos sustanciales en la producción gráfica que acompaña a las exposiciones es el cartel.

-“Se encuentra en el cartel una de las formas más típicas de comunicación visual: su mensaje, su información deben entrar visualmente, captarse al paso.”⁽¹⁾ La importancia que tiene el cartel en una exposición, es enorme ya que tiene que jalar visualmente al visitante. Es un recurso que forma parte de nuestro entorno cotidiano y que ha creado un lenguaje propio. A través de su evolución se ha hecho

⁽¹⁾ BARNICOAT, J. Los Carteles, su historia y su lenguaje. Prólogo.

Imprescindible para publicitar "algo" que llegue al público, así su fácil reproducción. Permite que penetre en diversos sectores sociales.

Es por este medio que los museos han ido ganando terreno en distintos sitios que anteriormente no abarcaba.

El diseño de los carteles de exposiciones surge de una forma muy diversa, como hemos mencionado anteriormente, esto depende del tipo de institución y presupuesto con el que cuente para cubrir los gastos de reproducción.

El diseño del cartel va de la mano con la identidad museográfica, ya que deben de respetarse algunos elementos como la tipografía; en este trabajo de diseño integral, el diseñador aporta diversas propuestas que somete a consenso ante la dirección del museo, el área de difusión y servicios educativos, ya que son las áreas que mantienen un lazo estrecho en las actividades que se realicen antes, durante y después de la exposición.

En este sentido, las posibilidades de elección surgen de distintas formas: hay museos que lanzan una convocatoria en escuelas de diseño para elegir el cartel que identifique la muestra, otro medio es que el museo pida a la gente que realiza su servicio social (sin importar de que área se trate) que proponga algunas ideas del cartel de la exposición, y en algunos casos también se involucra al voluntariado en este proceso para que las ideas sean mayores y entonces puedan elegirse una o dos propuestas para posteriormente determinar cuál cartel provoca más impacto entre la comunidad. En estos casos el curador es el que elige la imagen que deberá aparecer en dicho impreso, ya sea por su relevancia histórica, estética o simplemente de impacto visual, los demás elementos de composición como tipografía, color, distribución de logotipos, etc. Son resueltos al libre albedrío de quien realice la propuesta.

Los museos que suelen realizar muestras de talla internacional y que generalmente cuentan con el patrocinio de empresas, embajadas, líneas aéreas, etc. Son los que se aboca a contratar los servicios de alguna empresa de publicidad y comunicación o bien los servicios de algún profesional del diseño que haya colaborado anteriormente con el museo.

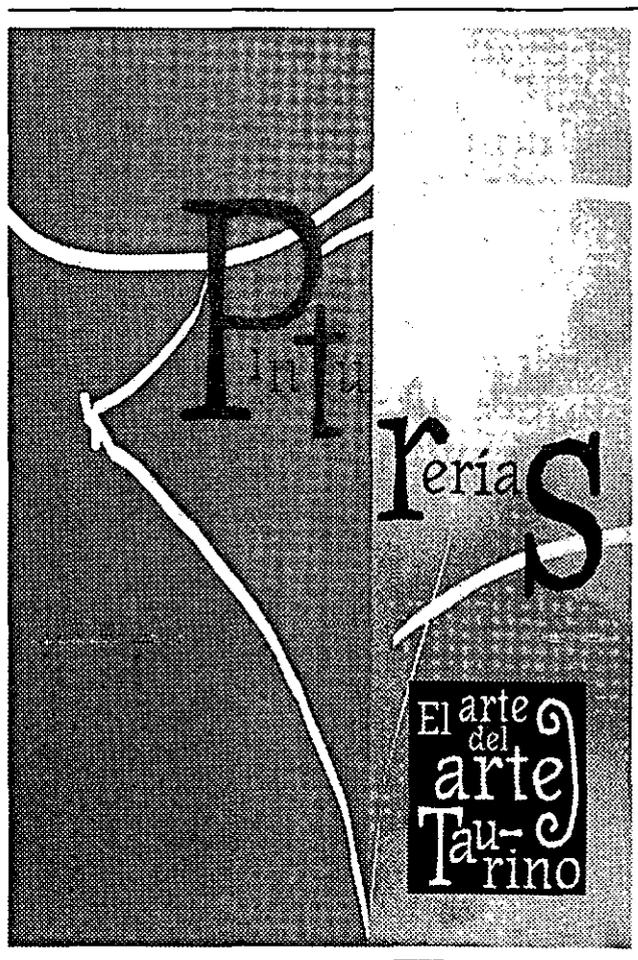


imagen utilizada para el cartel de la exposición pinturerías.

Por otro lado, si el museo cuenta con un departamento de diseño, los resultados serán igualmente satisfactorios, pero lo que aventaja al diseñador que labora en el museo, es su cercanía con el proyecto desde que surge, así la información escrita y visual al conocer las piezas. Lo dotará de mayor soltura para la realización de propuestas que satisfagan las necesidades de comunicación de dicho evento.

En otros casos, los museos manejados por patronatos, autofinancian estos menesteres. Los talleres de reproducción gráfica y difusión del INAH, INBA, CNCA y UNAM, solventan estos requerimientos gráficos de los museos que dependen de ellos; en estos talleres hay departamentos de diseño, fotomecánica, distribución, etc. lo cual facilita a estos museos la distribución de carteles en las diferentes dependencias y espacios culturales a los cuales tienen acceso.

Hay ocasiones en las que si la exposición es organizada por algún particular, embajada o empresa, la realización del cartel corre por su cuenta.

Casas de Cultura y otros espacios con menos presupuesto recurren aún a viejas técnicas de reproducción como el fotocopiado en papel de color, usan una sola tinta y el diseño en ocasiones es muy pobre ya que generalmente carecen de un diseñador que resuelva este requerimiento gráfico.

La importancia que tiene el cartel como medio de difusión en el ámbito museístico es enorme, ya que sin miedo a equivocarnos podemos afirmar que de ello depende en gran parte el éxito de la exposición, desde que lo vemos colocado en algún sitio, al entrar al museo y por qué no, adquirirlo y mantener presente esa imagen en alguna pared de nuestro espacio.

■ 3.1.6 CATALOGO

Otro medio impreso que refuerza la difusión de la exposición, es el catálogo.

En el ámbito museístico, la información recopilada por el curador y el equipo de investigación del museo, posibilita la creación de esta publicación para que pueda llegar al visitante como memoria de la muestra en cuestión.

A diferencia de otro tipo de catálogos que publicitan productos para su comercialización, venta, colección, etc., el tipo de catálogo que se realiza en el museo abarca distintas vertientes. Algunas instituciones realizan un catálogo cuyo contenido comprende la historia del espacio arquitectónico a través del tiempo y las colecciones que alberga, casos concretos se dan en los edificios que hoy en día han sido adaptados como museos: Museo José Luis Cuevas, Museo Franz Mayer, Museo Nacional de las Culturas, Antiguo Colegio de San Ildefonso, Museo de la Charrería, etc.

Por otro lado están los edificios que han sido diseñados específicamente como espacios museográficos: Museo Carrillo Gil, Museo Nacional de Antropología, MUCA, Museo de Arte Moderno, etc.

Otra vertiente en el contenido del catálogo del museo es la que contiene la información específica acerca de la exposición que se está presentando:

- Presentación, que generalmente es redactada por el director del museo.
- Datos del artista o de las personas que participan en la muestra si ésta es colectiva.
- Registro de obra por medio de fotografías, acotando las características esenciales de la misma (descripción, autor, técnica, medidas, año)
- Legales, datos de patrocinadores para la realización de dicha publicación, tiraje, etc.

Como hemos venido reiterando, la realización de dicho material gráfico, depende del presupuesto que tenga la institución, así pues el diseñador podrá llevar a cabo propuestas diversas en cuanto a materiales para la reproducción de la publicación.

Al igual que el cartel, el catálogo también puede solicitarse a alguna empresa especializada o a un diseñador independiente

SALA DE COREA

MUSEO NACIONAL DE LAS CULTURAS

MUSEO NACIONAL DE LAS CULTURAS

CONACULTA

Korea Foundation

국립민속박물관

Catálogo realizado para la sala de Corea.

En algunos casos los convenios con embajadas y otras instituciones, posibilitan la reproducción de estos materiales. Por ejemplo el IFAL o el Instituto Goethe solicitan el espacio de algún museo para la presentación de algún artista plástico que provenga del país que representan estos Institutos, y ellos financian la realización del catálogo y en algunos casos el artista lo trae del extranjero.

Finalmente, este medio que utiliza el museo, ha permitido crear un archivo en cada institución como huella de las distintas exposiciones que han pasado por los distintos espacios museográficos del país.

■ 3.1.7 FOLLETO

El folleto en el museo es quizá el medio más socorrido por el visitante, ya que su contenido es concreto y varía según las características y necesidades de cada muestra. Además de que al igual que los otros medios impresos están sujetos a presupuestos, lo que hace que sea sencillo y de distribución gratuita o realizado con mayor contenido y calidad para su venta.

Contenido del folleto que acompaña a una exposición:

- Información general de la muestra.
- Plano del museo e identificación de salas.
- Información del contenido por salas.
- Actividades paralelas a la muestra.
- Servicios que brinda el museo.
- Información general (voluntariado, vistas guiadas, servicio social, cafetería, tienda, etc.)
- Horarios y costo.
- Logotipos, identidad museográfica

Cabe mencionar que hay folletería que contiene la información específica de las actividades paralelas a la exposición:

- Ciclos de conferencias: temas, fechas, horarios, costo, cupo, ponentes, lugar, constancias (si las hay).
- Ciclos de cine: títulos, fechas, horarios, costo, lugar, títulos, mesas de debate.
- Música, danza, teatro: fechas, horarios, costo, lugar.

Por otro lado cabe mencionar que la información de la muestra que aparece en los folletos, está depurada, lo que hace que el visitante prefiera adquirir uno, ya que su costo no es tan elevado y en algunos casos es gratuito, además de que las estadísticas han comprobado que el público estudiantil se nutre de esta información para sus menesteres escolares, a diferencia del catálogo que obviamente eleva su costo por la riqueza de los textos e imágenes que contiene.

El diseño y realización del folleto se empieza a elaborar una vez que se ha concluido el montaje y la información del catálogo está totalmente determinada, para poder depurarla y vaciarla en el contenido del folleto.

Se debe pensar en un formato accesible, manejable y atractivo para la difusión tanto de la exposición como del museo y los servicios que brinda. Por otro lado el diseñador o empresa que se haga cargo de la realización de este material deberá estar en contacto con las diversas áreas del museo para obtener la información correcta de servicios, horarios, actividades, etc.

Como hemos podido percatarnos, los medios impresos son de suma importancia para contribuir a la difusión de una exposición, de la labor que desempeñe el diseñador dependerá que la actividad museística se vea enriquecida y dotada de nuevas perspectivas y propuestas para apoyar a las distintas áreas de profesionales que conforman el museo.

■ 3.2 OTROS MEDIOS

Como hemos visto anteriormente, los medios impresos son indispensables para la difusión de las exposiciones, sin embargo, hay otros medios de los que se valen las instituciones para tener una cobertura más amplia de dichos eventos y que veremos a continuación.

■ 3.2.1. PRENSA

Otros medios de comunicación impresa que llegan a todos los sectores de la sociedad son el periódico y la revista. Dentro de este tipo de publicaciones hay diversidad en contenidos y formatos, lo que permite que su elección sea vasta para todo tipo de público.

En este sentido, el museo elige ciertas publicaciones que contribuyan a la difusión de las exposiciones, ya que no todas cubren las necesidades que la institución requiere para publicar sus eventos.

Una vez concluido el montaje se determina la fecha de inauguración de la exposición al

INBA SALA DE ARTE PUBLICO SIQUEIROS



SALA DE ARTE PUBLICO SIQUEIROS

David Alfaro Siqueiros desead convertirlo que fuera su casa habitación y taller de producción artística en una Sala de Arte Público. Por lo que 25 días antes de su fallecimiento -12 de Diciembre de 1973- decidió legar el inmueble y todo lo que en él se encontraba al pueblo de México. El acervo artístico que se encuentra en esta sala consta de una serie de insignias, fotomurales, pinturas, dibujos y proyectos que nos hablan del hombre y del artista, de su vida civil, política y plástica, aspectos que se encuentran recopilados en el Archivo Siqueiros formado por documentos originales y fotografías que abarcan más de medio siglo de la vida del pintor.

Folleto de mano Sala de Arte Publico Siqueiros.

EXPOSICIÓN **DIFUSION CULTURAL UNAM**

Ubicaciones
Arte Contemporáneo de México

Diego Toledo, Adolfo Patiño, Eduardo Abaroa, Silvia Gruner, Ambra Polidori

actividades paralelas

muca C.O.U.
museo universitario de ciencia y arte
AUDITORIO • 17:30 hrs.
INFORMES
Tel: 56 22 04 04 / 56 22 02 73
www.muca.unam.mx
Circuito interior s/n, costado sur Torre de Rectoría, Cd. Universitaria, México D.F., 04510.

CICLO DE CONFERENCIAS

- 8 de mayo Amaranto Sánchez Flor Minor
- 22 de mayo Francisco Gallardo Carlos Arias
- 29 de mayo Anette Kuhn Antonio "Gritón"
- 5 de junio Andrea di Castro Miguel Ventura Diego Toledo

Los artistas abordarán temas como el proceso creativo, el uso de las imágenes y la relación del arte con otras disciplinas. Al final los participantes ofrecerán una visita guiada y una explicación de sus obras.

entrada libre

Dirección General de Artística y Plásticas

Anuncio publicado en la revista Tiempo Libre.

público, ya que previa a ésta, se realiza una inauguración a la que asisten invitados especiales: directivos y personal del museo, embajadores, patrocinadores de la muestra, representantes de diversas instituciones, gente de prensa, etc.

El departamento de prensa se encarga de realizar un boletín de prensa que distribuye a los diarios y revistas que a su juicio son los mas adecuados para difundir el evento. Generalmente la información se manda vía fax notificando los datos acerca del evento para que se haga un espacio en las páginas interiores y en la sección indicada (generalmente es la cultural), se especifica el tamaño, vigencia del anuncio y método de reproducción utilizado por la publicación.

Una vez que se ha cubierto este apartado el diseñador se aboca a realizar el original del anuncio de prensa para enviarlo al departamento de publicaciones del diario y revista para su reproducción.

La información que aparece en los anuncios de prensa generalmente es:

- Identidad museográfica (imagen de la exposición)
- Nombre del Museo
- Duración de la exposición (fecha inaugural y cierre de la muestra)
- Dirección de Museo
- Horarios
- Admisión
- Informes (teléfonos)
- Logotipos.

Hay algunas instituciones que incluyen información adicional acerca de actividades paralelas, visitas guiadas, etc. Dependiendo del tamaño que tenga el anuncio. Que obviamente se verá sujeto al presupuesto que esté destinado para este menester.

■ 3.2.2 T.V.

Hoy en día uno de los medios de comunicación masiva con mayor cobertura nacional es la televisión.

Desafortunadamente solo algunos canales de T.V. se ocupan de abarcar la vida cultural del país y es precisamente con esos con los que cuentan las instituciones para la difusión de sus actividades.

En el caso de los museos resulta aún más difícil la cobertura de exposiciones ya que hay una extensa lista de ellos que no son conocidos y por lo tanto sus actividades pasan desapercibidas.

Al igual que al periódico y la revista, se envía un boletín de prensa a las televisoras que puedan cubrir el evento, se les notifican los pormenores de la muestra, el día de la inauguración para ser cubierto o para que posteriormente se realice un reportaje especial de la exposición. Por lo general instituciones como el INAH, INBA y CNCA tienen la fortuna de contar con un espacio en televisión.

■ 3.2.3 RADIO

Hoy en día el museo solo cuentan con dos emisoras que difunden sus actividades: Radio UNAM y Radio Educación, además de que los radioescuchas de estas emisoras son la minoría, pues el alcance que tiene la radio en nuestra ciudad se orienta hacia el esparcimiento y deleite del público y no al medio cultural.

A pesar de esta situación, la radio cumple su función comunicativa y apoya al museo lanzando spots o haciendo comentarios alusivos a la muestra. Por otro lado las emisoras mantienen un lazo con las instituciones que realizan este tipo de actividades o bien, el departamento de difusión hace llegar los datos que se requieren para la divulgación de estos eventos.

■ 3.3 SERVICIOS EDUCATIVOS

Dentro de la estructura administrativa del museo, se encuentra un elemento muy importante que sirve enormemente como apoyo a las exposiciones: los servicios educativos.

“ Desde su fundación se ha asociado a los museos con la educación, pero la manera de entender a ésta última ha variado enormemente. A fines del S.XIX se les consideraban las universidades del pueblo, un lugar donde podían aprender los adultos de bajas posibilidades”⁽²⁾

Como vimos en el segundo capítulo, el museo es considerado una institución que además de conservar y presentar objetos de carácter cultural y científico, persigue fines de estudio, educación y deleite. Es por eso que la existencia en los museos de un departamento de servicios educativos con personal especializado en los contenidos del mismo, es una parte medular de la institución.

Al área educativa también se le conoce como:

- Departamento de atención al público
- Departamento de visitas guiadas
- Departamento de didáctica
- Servicios Pedagógicos
- Departamento de Museopedagogía

Esta diversidad de nombres depende de la organización en la estructura de cada institución, lo que sí tienen en común es el fin que persiguen: la educación aunada a la relación con el público. Además de que se encargan por medio de sus actividades entablar una relación sujeto-objeto / sujeto-educación dentro del contexto museístico.

⁽²⁾ HOOPER-GREENHIL Pasado, presente y futuro de la educación En los museos. (artículo dentro de la publicación El museo del Futuro, algunas perspectivas europeas) p. 49

"La política educativa deberá estar determinada por la visión del museo y esto combinado con su ubicación geográfica, el tipo de museo, su tamaño, la naturaleza de sus colecciones, sus recursos y su público potencial"⁽³⁾

Dada la diversidad de museos y temáticas que se abordan, la planeación de actividades debe ser variada acorde a la exposición a presentarse y generalmente se plantean para niños y público adulto.

Una de las principales tareas del departamento de servicios educativos es la preparación de la visita guiada, que " tiene por finalidad mostrar los objetos expuestos en el museo en forma general y deteniéndose con algunos detalles mayores ante aquellos que dentro del fondo museográfico, constituyen elementos importantes, ya sea por sus antecedentes históricos, sus cualidades estéticas o por cualquier otro significado que lo distinga dentro del conjunto de los expuestos"⁽⁴⁾

Como nos hemos ido percatando, todas las áreas del museo guardan una relación estrecha entre sí, así pues, cuando se ha presentado el guión curatorial con la información general de la exposición, el curador determina cuales son las piezas más relevantes de la muestra adjuntando los datos técnicos de cada una que aparecen en el guión museológico(véase Cap.2 punto 2.2.2) y esta información es proporcionada al departamento de servicios educativos para la elaboración de una guía que servirá de base para la capacitación del personal encargado de las visitas guiadas, que generalmente es gente que realiza su servicio social o voluntariado que colabora con el museo.

Dentro del servicio de visitas guiadas existen diversas modalidades:

- Visita a escuelas: generalmente es corta, debido a que los grupos escolares suelen ser numerosos. También depende del grado de escolaridad.
- Visita a público en general: no debe exceder de 30 minutos pues resulta ser cansado para el visitante.
- Visita a grupos especiales: generalmente se realizan fuera del horario habitual del museo: Puede durar hasta 60 minutos.
- Visita especializada: está dirigida a cierto tipo de profesionales y es llevada a cabo por invitados especiales: investigadores, historiadores, antropólogos, etc.
- Audioguía: algunos museos realizan un guión especial y se contrata el servicio de audioguía para que el visitante realice un recorrido individual con una guía personal.

Otra de las actividades que realiza este departamento, es la planeación de los diversos eventos que se llevarán a cabo durante la exposición.

(3) HOOPER-GREENHIL op.cit. p.56

(4) MADRID,MIGUEL. Glosario de términos museológicos. p.112

El personal que compone el equipo de los servicios educativos suele estar integrado por investigadores, profesores, etc.; de ellos depende que las actividades paralelas cumplan con su cometido.

Dentro de la planeación de estas actividades se encuentran los eventos de esparcimiento como música, danza, teatro, cine, literatura, etc.

Ellos se encargan de realizar las propuestas de los exponentes de cada actividad, una vez que se somete a consenso con la dirección y el departamento de difusión, se procede a contactarlos, y se hace extensa la invitación para su participación en dicho evento, calendarizar las distintas presentaciones, coordinar al equipo técnico del museo para los requerimientos de cada presentación (audio, iluminación, entarimado, etc.) y por supuesto para que el departamento de difusión pueda incluirla en los diferentes impresos que acompañarán a la exposición.

Por otro lado se encuentran los eventos educativos que comprenden seminarios, cursos, conferencias, etc.

Para llevar a cabo estas actividades, se proponen ante la dirección del museo los distintos especialistas para que participen en las mismas, una vez que se aprueban las personas idóneas, se les invita para que en base a la temática de la muestra, realicen un proyecto y pueda hacerse extensivo al público en general.

Estas actividades básicamente son dirigidas al público adulto, ya que el objetivo de estos servicios se basa en la tipología del visitante.

■ 3.3.1 TALLERES

Las actividades dirigidas al público infantil, son quizá las que más se vinculan con los servicios educativos, ya que hay una tendencia a relacionar ambas partes.

Hoy en día se ha tratado de involucrar también a los adultos en los talleres y actividades que organiza el museo, esto con miras a crear un entorno de convivencia familiar, en donde todos participen para aprender y divertirse juntos.

Para la realización de los talleres se hace un estudio previo de los elementos que conforman la exposición; las ideas surgen en un sinnúmero de reuniones en donde la aportación de cada uno de los elementos del equipo de trabajo es fundamental.

Historiadores e investigadores se ocupan de la parte histórica, anecdótica y estética; pedagogos y profesores de la parte didáctica y diseñadores y comunicadores de la parte creativa y de la concreción de los elementos a utilizar en los talleres. Además de que éstos, deben tener la cualidad de poder abarcar los distintos estadios del público infantil.

Generalmente los talleres recurren a la plástica para sus actividades, pues posibilitan el desarrollo de la creatividad de los visitantes. Para este efecto se recurre a la utilización de diversos materiales de representación gráfica como colores de madera, plumones, pinturas de

agua, óleos, etc. Además de manipular barro, telas, material reciclado, etc.

Para la realización de distintos materiales que apoyan la actividad en los talleres, el diseñador se nutre de la información que le proporcionan historiadores y pedagogos, para que en base a las ideas que le den, pueda proponer soluciones gráficas de los que se requiere.

Dentro de los recursos que se diseñan para esta área del museo se encuentran:

- Escenografías: utilizadas para recrear ambientes de distintas épocas.
- Gafetes: para la identificación de los talleristas y el público que participa en los talleres.
- Escenarios: que puedan utilizarse para representar escenas de teatro guiñol, títeres, etc. Realizados por los niños.

Otras actividades que se realizan dentro de los talleres:

- Fabricación de diversos objetos (máscaras, vasijas, papalotes, velas, etc.)
- Talleres de iniciación a la gráfica (realización de impresos por medio de materiales sencillos como verduras, corcho y linóleo)
- Elaboración de personajes y seres fantásticos (guiñoles, títeres, alebrijes)
- Técnicas de pintura textil (teñido, batik)
- Elaboración de papel reciclado (elaboración de guardas)
- Taller de libro-objeto
- Taller de literatura fantástica

Por mencionar algunos.

Otro aspecto que atrae al público infantil son los cursos de verano, en donde las posibilidades de encausar la creatividad de los niños, es rica, ya que se llevan a cabo diversas actividades en donde pueden interactuar con otros niños y aprender de manera lúdica.

También en este apartado el diseñador se involucra, ya que su labor como creativo del museo, no cesa pues las actividades del mismo requieren de un constante movimiento, necesitan renovarse y mejorar en cada proyecto que se lleva a cabo.

■ 3.3.2 DISEÑO DE MATERIAL DIDACTICO

Para el buen funcionamiento de los talleres, se requiere de material didáctico que apoye las actividades de los mismos.

Bajo la guía y el trabajo en equipo de pedagogos y diseñadores, se realizan las distintas herramientas que servirán de soporte para el buen funcionamiento de los talleres.

Debe tomarse en consideración la temática de la exposición, para la germinación de ideas que servirán para el material didáctico:

- Uso de lenguaje claro y sencillo, acorde a las distintas edades que están contempladas para el uso de talleres, ya que aparecerán en los impresos que contengan instrucciones para su uso.
- Respetar las imágenes tomadas de la exposición; es decir, no alterar de ninguna forma el original del elemento a trabajar (pintura, pieza arqueológica, etc.)

Dentro de los materiales didácticos impresos que pueden realizarse se encuentran:

- | | |
|--------------------|-----------------------|
| • Laberintos | Encontrar diferencias |
| • Unir números | Completar un texto |
| • Sopa de letras | Trasladar dibujos |
| • Unir puntos | Crucigramas |
| • Hojas de recorte | Hojas para colorear |

Cabe mencionar que su contenido incluye necesariamente información acerca de la exposición, sin dejar de lado la parte lúdica que deben tener estos materiales.

Por otro lado, algunos museos se dan a la tarea de realizar actividades que involucran a los padres, con el diseño de guías que contienen distintas pistas ocultas dentro de la exposición (piezas, cédulas, el edificio, etc.)

Para el diseño de estas guías se requiere el manejo de la información de la muestra, sus características y elementos que la conforman. Debe ser dinámica, con elementos visuales que ayuden al visitante a la fácil identificación de lo que se le pide y utilizar un lenguaje sencillo.

Finalmente, es interesante mencionar que en algunos casos el diseñador se involucra de forma tal con estas actividades, que además de diseñar los materiales, entre otras cosas, también puede impartir estos talleres.

■ 3.3.3. REALIZACION DE AUDIOVISUALES Y VIDEO

Otros de los recursos que se utilizan para reforzar las actividades en el museo, son los audiovisuales y videos que se presentan en salas destinadas a su transmisión continua.

Para la realización de estos, se recurre al equipo de diseño y comunicación, que dada su disciplina, manejan distintos elementos que se requieren para llevar a cabo estos proyectos.

Si hacemos un recuento de los elementos básicos que se necesitan para la realización de un audiovisual o video, veremos que se concretan en base al guión literario, guión técnico y story board. En este caso, el guión literario se nutre retomando parte de la valiosa información que aparece

en el gui3n curatorial, con las debidas especificaciones de las piezas que deban resaltarse en cada sala: Las consideraciones t3cnicas de realizaci3n se ver3n sujetas al estudio del espacio donde se proyectar3n dichos materiales, ya que generalmente se piensa en funci3n de las personas que puedan entrar a la sala de proyecci3n, procurando que su duraci3n no sea demasiado extensa y provoque descontento en el espectador.

Hoy en d3a se recurre mas a la realizaci3n de videos, ya que los avances de la tecnolog3a permiten que mediante el equipo de producci3n, se manipulen las im3genes de tal suerte que se resalten algunos detalles importantes de cada pieza, el espacio, la iluminaci3n, adem3s de la voz en off y la m3sica que hace del v3deo un material pleno de elementos que prometen plasmar en la memoria del espectador una idea mas clara de la exposici3n.

Adem3s de que no solamente se utiliza para su transmisi3n, sino que se realiza para fines comerciales y para la videoteca del museo.

Cabe mencionar que en algunas instituciones, este tipo de material es llevado a cabo por empresas que 3nicamente se dedican a la realizaci3n de audio y v3deo, y si el alcance financiero del museo lo permite, se puede realizar un espect3culo multimedia. Y por otro lado, hay museos que no cuentan con los medios para realizar este tipo de materiales.

As3 pues, el material audiovisual, nos lleva por un recorrido dentro de la exposici3n, en donde cada una de las salas nos devela un universo im3genes que son el resultado de un sinn3mero de horas de trabajo.

■ 3.4. ANALISIS DE RESULTADOS

Como en todos los proyectos, sin importar de qu3 3ndole sean, lo que generalmente se espera, es que sea exitoso y que cumpla con su cometido.

En los proyectos muse3sticos, lo que se espera de una muestra, es que tenga una afluencia numerosa y que la gente quede satisfecha con la exposici3n.

Como hemos visto, la variedad de museos y temas que se abordan es muy grande, el financiamiento del cual dependen las instituciones, es un factor determinante para que un proyecto se lleve a cabo 3ptimamente; por esto generalmente recurre a colocar al final de cada muestra, una libreta para que el visitante escriba sus impresiones acerca de la muestra, ya que finalmente la opini3n del p3blico es muy importante.

Hay algunos museos que recurren a la aplicaci3n de peque3as encuestas al p3blico, al salir del museo, en donde recopilan la opini3n de voz del visitante.

Ejemplo de encuesta aplicada en el Antiguo Colegio de San Ildefonso.

Fecha _____

Edad _____ Sexo _____ Escolaridad _____ Nacionalidad _____

¿Cómo se enteró de la exposición? Periódico ¿Cuál? _____
Revista ¿Cuál? _____
T.V. ¿Cuál? _____
Radio ¿Cuál? _____
Otro ¿Cuál? _____

¿Cómo le pareció la muestra? Muy buena
Buena
Regular
Mala

¿Qué opina de la iluminación en las salas?
Muy buena
Buena
Regular
Mala

¿Las cédulas eran legibles? Sí No Por qué? _____

¿Recurrió al servicio de visita guiada? Sí No Por qué? _____

¿Qué opina de la preparación del guía?
Muy buena
Buena
Regular
Mala

¿Participó en alguna de las actividades del museo? _____
Sí Cuál? _____
No Por qué? _____

¿Qué opina de los servicios que brinda el museo? _____

Este recurso resulta muy efectivo, ya que al culminar la muestra, las distintas áreas del museo se reúnen para analizar las encuestas; de ello depende que las fallas que se hayan detectado en la exposición, procuren disolverse en futuros proyectos y así optimizar las funciones del museo como vehículo de comunicación.

CONCLUSIONES

La evolución del museo con el paso del tiempo, ha permitido que este tipo de Institución se diversifique generando espacios que cuenten con el apoyo de profesionales abocados a su estudio y participación directa en la planeación de distintos proyectos.

Es por esto, que las exposiciones cuentan con una diversidad que permite abordar distintos temas, permitiendo que cada vez se cumpla mas la función de comunicación y deleite que el museo pretende dar al visitante.

El diseñador como parte de los profesionales que se desarrollan en el museo, tiene una importante participación a través de la evolución de un proyecto, su cercanía con investigadores, curadores, etc. lo dota de un bagaje enorme de información, que dada su formación es capaz de plantear diversas soluciones a los requerimientos gráficos que acompañarán a la exposición. El manejo de diversos elementos como la disposición de espacios, el color, la tipografía, las técnicas de representación gráfica, etc. nutren al trabajo del museo para complementar a las diversas áreas que lo conforman.

A lo largo de esta investigación, me pude percatar de la polaridad que existe de una institución a otra, ya que no todas cuentan con la misma infraestructura para llevar a cabo proyectos; y por lo tanto, depende mucho de los presupuestos que se destinen para llevar a cabo dichos eventos.

Otro factor que llamó mi atención, es que en muchas instituciones la presencia del diseñador es nula, entonces una de mis cuestiones era quién realizaba los carteles, cédulas, invitaciones, etc. y lo más sorprendente fue que los hacían los chicos de servicio social en el mejor de los casos y a veces los profesores, los rotulistas y hasta las secretarías tomaban parte del proceso creativo para una exposición, todo esto como consecuencia de factores como la desinformación en torno a la actividad que puede desarrollar el diseñador o simplemente la creencia, de que no hace falta ni se requieren sus servicios.

Sería imposible que una sola persona realizara la actividad museográfica, es por esto, que el trabajo multidisciplinario que se da en el ámbito del museo, necesita replantearse y tomar en cuenta que la existencia del diseñador es fundamental, pues considero que tiene la capacidad de desarrollar un sinnúmero de actividades, que los otros profesionales no pueden abarcar.

Creo que si bien el diseñador tiene cabida en las actividades del museo, esto también se debe a los intereses que el mismo tenga, ya que considero que debe haber cierta inclinación a desarrollar una actividad más cercana con el arte, la comunicación y la cultura.

Finalmente, espero que la información que contiene este trabajo, sirva como impronta para la curiosidad de conocer más acerca del museo y sus actividades, además de desacralizarlo, ya que cada vez más, se torna un lugar donde se generan diversas actividades, se interactúa con el visitante, se pretende que la idea errónea del silencio en sus salas se rompa, para el deleite completo de quienes lo visitan, y que se tome en cuenta como una opción más para el desarrollo profesional.

Bibliografía para la ampliación de material en torno a los museos.**I HISTORIA DE LOS MUSEOS**

- 1) Obra Colectiva, QUE ES UN MUSEO.
Centro de Publicaciones de Organismos Internacionales S.A. Serie Arte No.4
México, 1978.
- 2) Madrid Jaime, Miguel A.
LA VIDA DE LOS MUSEOS
Apuntes para curso de museonomía.
Asociación Amigos de los Museos Puebla, 1982.
- 3) Lacouture Fornelli, Felipe.
HISTORIA DE LOS MUSEOS DE LA SEP.
México, D.F. 1980.
- 4) Madrid Jaime, Miguel A.
LAS EXPOSICIONES: ORIGEN, DESARROLLO Y CLASES.
Centro Interamericano de Capacitación Museográfica.
México, 1985.
- 5) Arriaga, Malvido.
ATLAS CULTURAL DE MEXICO: MUSEOS SEP-INAH
Planeta. México, 1987.
- 6) Penndorf, Jutta.
DE LA CAMARA DEL TESORO AL MUSEO.
Ed. Gente Nueva.
Cuba, 1987.

II MUSEOLOGIA

- 1) Cimet, Esther "et al"
EL PUBLICO COMO PROPUESTA
Cuatro estudios sociológicos en museos de arte.
Colección Artes Plásticas.
Serie Investigación y Documentación de las Artes No.3
INBA. México, 1987.
- 2) Larrauri Prado, Iker.
POLITICA DE LOS MUSEOS DEL INAH
Colección Cuadernos de los Museos del INAH.
Dirección de Museos del INAH
México, 1976.
- 3) Madrid Jaime, Miguel a.
GLOSARIO DE TERMINOS MUSEOLOGICOS.
Centro de Investigación y Servicios Museológicos.
CISM-UNAM
México, 1986.

- 4) Souza González, Rosa María.
PROGRAMA DE MUSEOS ESCOLARES
SEP-INAH
México, 1978.
- 5) Schmilchuk, Graciela
MUSEOS, COMUNICACIÓN Y EDUCACION.
Antología. Colección Artes Plásticas.
Serie Investigación y Documentación de las Artes.
INBA. México, 1987.
- 6) Madrid Jaime, Miguel A.
LA FUNCION EDUCATIVA DE LOS MUSEOS
Centro Interamericano de Capacitación Museográfica.
México-OEA Churubusco, 1974.
- 7) SITUACION DE LOS MUSEOS Y LA MUSEOGRAFIA
EN AMERICA LATINA.
Centro Interamericano de Capacitación Museográfica.
México-OEA Churubusco, 1974.
- 8) EXAMEN Y RESOLUCION DIDACTICA DE LAS EXPOSICIONES
DE ARTE MODERNO.
Centro Interamericano de Capacitación museográfica
México-OEA Churubusco, 1974.
- 9) Vallejo Bernal, María.
EL MANEJO PEDAGOGICO DEL MUSEO.
Museo Nacional de las Culturas.
Conferencias Sabatinas s/f.
- 10) Barba de Piña, Chan.
LA POLITICA EDUCATIVA PARA LOS MUSEOS DE LOS
PAISES EN VIAS DE DESARROLLO.
Edic.del Museo Nacional de las Culturas.
INAH-SEP. México, 1975.
- 11) Ramírez Vazquez, Pedro.
EL MUSEO NACIONAL DE ANTROPOLOGIA.
Ediciones Tláloc. México, 1965.
- 12) Trejo de la Rosa, Iliana.
EL MUSEO NACIONAL DE ANTROPOLOGIA:
LA DIFUSION CULTURAL.
En revista Artes de México No.66, 67. Año XII.
México, 1965.
- 13) Carrera Lugo, Laura Estela.
REPRODUCCION DE IDEOLOGIA A TRAVES
DE LOS MUSEOS.
Tests profesional.
ENAH. México, 1978.

BIBLIOGRAFIA

ARHEIM,R.

El Pensamiento Visual Paidós, Estética. Buenos Aires, 1986

BEUYS,JOSEPH

En Torno a la muerte de Joseph Beuys. Inter Naciones.Bonn.RFA, 1986

BINNI, LAFRANCO

Museo: storia e funzioni di una macchina culturale da 1500 a oggi.
Grazanti, Milano, 1980.

BRIDE, M.

La Armonía en el color.

Nuevas tendencias.

Somohano Ediciones y Distribuciones.

S.A. de C.V. México , 1994.

COSTA, JOAN

Imagen Global

Enciclopedia de Diseño

Ediciones CEAC, Barcelona, 1987.

DE LA TORRE Y RIZO GUILLERMO

El lenguaje de los símbolos gráficos

Ed. Limusa, México, 1992.

DONDIS,D.A.

La sintáxis de la imagen

10ª. Ed. G.Gilli,Barcelona.1992.

DOROSHINSKAYA, ELENA

Leningrado y sus cercanías

Vadim Kruchina – Bogdanov

Editorial Progreso.URRS, 1979

DVINSKY,EM.

Moscú y sus alrededores

De.Ráduga. Moscú,1986.

FERNANDEZ,MIGUEL ANGEL

Historia de los Museos de México

2ª.ed. Promotora de Comercialización Directa S.A. de C. V. México,
1988.

III MUSEOGRAFIA

- 1) Lockidge, Preston.
GUIA PARA LA PREPARACION DE EXPOSICIONES
Ed. Pax.México, 1971.
- 2) Lacouture Fornelli, Felipe.
LA MUSEOGRAFIA: PROCESO DE PLANEACION DE
EXHIBICIONES, SU PRODUCCION Y SU MONTAJE.
Material para el curso de Administración y Organización
De Museos del Centro de Capacitación Museográfica.
Churubusco. México, 1974.
- 3) Soto Soria Alfonso y Velasco Carlos.
DESARROLLO DE UN SISTEMA DE SEÑALAMIENTOS
PARA MUSEOS.
Churubusco. México, 1974.
- 4) Nanni, Martha.
SISTEMA DE MONTAJE DE EXPOSICIONES PARA
ARTE MODERNO.
Churubusco. México, 1976.
- 5) Soto Soria Alfonso y Velasco Carlos.
DESARROLLO DE SISTEMAS DE EXHIBICION
MOBILIARIO PARA UN MUEO NAVAL.
Churubusco. México, 1976.
- 6) Madrid Jaime, Miguel A.
MANUAL DE EQUIPO Y HERRAMIENTAS PARA
TRABAJOS DE MUSEOGRAFIA ELEMENTAL.
Depto. De Museos Escolares.
INAH-SEEP. México, 1979.

GAMBOA, FERNANDO

Catálogo Homenaje a Fernando Gamboa Festival de Formas UAM-DDF.
México, 1994.

GARCIA SANTIBAÑEZ, HECTOR.

El Diseño Letrográfico

ENAP División de Estudios de Posgrado San Carlos, México, 1994.

GERMANI-FABRIS

Fundamentos del Proyecto Gráfico

2ª. Ed. Ediciones Don Bosco, Barcelona, 1973.

GONZALEZ TORRES, LUIS

Factores Ergonómicos en el Diseño Gráfico División de Ciencias y Artes
para el Diseño. UAM Azcapotzalco, 1988.

GONZALEZ TORRES LUIS

La Imagen como elemento de comunicación. División de Ciencias y
Artes para el Diseño UAM Azcapotzalco, 1995.

GUIRAU, PIERRE

La Semiología

8ª. ed. Ed. S.XXI México, 1979.

HERREMAN, YANI

El Arte de Comunicar y Educar

En Información Científica y Tecnológica CONACYT, vol.8 no.121, octubre
1982.

HERREMAN YANI, GONZALEZ DE LA MORA SERGIO; SMIDHUBERG
GUILLERMO

México: Museos 1972-1980

En Museum, vol XXI no.1 ICOM, México, 1979.

LANDA, HORACIO

Terminología de Urbanismo

INDECO_Civid, México, 1976.

LEON, AURORA

El Museo: teoría y paxis

Cuaderno Arte Cátedra. Madrid, 1990.

LEWIS,JOHN

Principios Básicos de Tipografía
Ed.Trillas. México, 1991

MADRID,MIGUEL A

Glosario de Términos Museológicos
Centro de Investigación y Servicios Museológicos
Coordinación de Difusión Cultural
UNAM. México, 1986

MOLES,ABRAHAM

Objeto y Comunicación en los Objetos
Tiempo Contemporáneo
2ª.ed. B. Aires, 1974

MOLES,ABRAHAM

Teoría de los Objetos
2ª ed. Ed.G.Gilli. Barcelona,1975

MUNARI,BRUNO

Diseño y Comunicación Visual
10ª ed, Ed.G.Gilli. Barcelona,1992

ORNA,ELIZABETH

Muscografía
Information handling museums
K.G. Saur, N.Y. 1990

PANERO,JULIUS,

Las Dimensiones Humanas en los Espacios Interiores
ED. G.Gilli. Barcelona, 1992

PRIETO,DANIEL

Diseño y Comunicación
UAM.México, 1982

ROGLIATI,GIANNI

Museums Period
Hamlyn. Londo, 1973

SANDU,CORINA

Museología:la ciencia del museo

En De Museos

ICOM. México,1982

SANZ,JUAN CARLOS

El Libro del Color

Allanza Editorial. Madrid,1993

SAUSMAREZ,MAURICE

Diseño Básico

Dinámica de la Forma Visual en las Artes Plásticas

G.Gilli. Barcelona 1976

SOTO,SORIA ALFONSO

Museografía Moderna en México

Revista de Artes Visuales num II

Julio-sep.México,1976

TELLO OLIVIA,DURAN CATALINA,BALLESTEROSC

Tipografía

UAM-Xochimilco,1990

VILCHIS ESQUIVEL LUZ DEL CARMEN

Análisis General de los Fundamentos de la Metodología del Diseño

Tesis de Maestría,UNAM. México,1986

WESCHER,H

La Historia del Collage

Colección Comunicación Visual

G.Gill.Barcelona,1976

WONG,WUCIUS

Fundamentos del Diseño Bi y Tridimensional

Ed.G.Gill.Barcelona,1992

WONG,WUCIUS

Principios de Diseño en Color

Ed.G.Gill. Barcelona,1990

ZAVALA, LAURO, SILVA, VILLASEÑOR
Posibilidades y Límites de la Comunicación Museográfica
DGPA ENAP. UNAM, 1993

LA RUSIA ACTUAL
Ed. Arbat-Inform Moscú, 1997

MUSEOS EN LA RFA HOY
Heinz Moss Verlag, Munich 1976

EL MUSEO COMO VEHICULO DE COMUNICACIÓN
En Museum No. 138 ICOM. México, 1983

MUSEOGRAFIA CONTEMPORANEA
Revista de la ENAP No. 17
ENAP, UNAM, 1993

El museo y sus funciones
Conferencias sobre capacitación museográfica
México-OEA, 1979

Manual de Mantenimiento Museográfico
CISM-UNAM, México, 1983.

ENTREVISTAS

Vázquez, Mario
Museógrafo
CONACULTA
Septiembre 1997
Febrero 1998

Rivero Borrell, Héctor
Director del Museo Franz Mayer
Y Presidente del ICOM, México.
Octubre 17, 2000

Pérez Alvarez, Ricardo
Jefe de Conservación y Restauración
Museo Franz Mayer
Octubre 25, 2000
Febrero 20, 2001

Andrade, Guillermo
Subdirector de Colecciones
Museo Franz Mayer
Octubre 25, 2000

Flores Chapa, María
Jefe de Promoción y Difusión
Museo Franz Mayer
Octubre 30, 2000

Soto Sorla, Jorge
Planeación y Museografía
Museo Universitario de Ciencias y Artes
UNAM
Noviembre 23, 2000
Febrero 27, 2001

Lacouture Fornelli, Felipe
Responsable del Centro de Documentación
Museológica y Coordinador de la Gaceta de
Museos.
INAH.
Diciembre 5, 2000

Trejo, Yolanda
Jefe de Curaduría
Antiguo Colegio de San Ildefonso
Enero 25, 2001

Larios, Marcia
Jefe del Departamento de Servicios Pedagógicos
Antiguo Colegio de San Ildefonso
Enero 30, 2001

Araujo, Silveria
Jefe de Difusión Cultural
Museo Nacional de las Culturas
INAH
Febrero 6, 2001

Millán López, Lilia
Jefe de Prensa y Difusión
Antiguo Colegio de San Ildefonso
Febrero 7, 2001

GLOSARIO

ACERVO : Conjunto de bienes morales o culturales acumulados por tradición op por herencia. / En el mundo de los museos son los objetos y colecciones. Pueden dividirse en: fondo público y fondo reservado. El primero es accesible a todos los usuarios del museo por medio de las exposiciones; el segundo solo es para los investigadores y no pueden salir del museo.

BASE: Figura geométrica o cuerpo tridimensional de cualquier material y/o diseño, sobre la que se asientan otros cuerpos u objetos para su mejor presentación en las exposiciones.

CAPELO: Sinónimo de fanal o campana de cristal./ En museografía todo recubrimiento de material traslúcido – vidrio o plástico- que colocado a modo de caja sobre una base cubriendo uno o varios objetos, permite su protección contra el polvo y el contacto externo, permitiendo al mismo tiempo su observación. El capelo puede tener forma de cúpula, caja, o piramidal, siendo las dos primeras las más comunes.

CIRCULACION LINEAL. Forma de recorrido que se deriva de la galería concebida como un edificio rectangular alargado, permitiendo al visitante un traslado en línea recta a lo largo de las salas.

COLECCIÓN: Conjunto de cosas, por lo común de una misma clase; de escritos, medallas, mapas, sellos postales, etc. / Reunión de objetos que tienen un interés estético, científico, histórico o un valor que proviene de su rareza. / Pueden clasificarse por su lugar de origen, materiales, tipo de objetos, épocas o períodos etc. así como también colecciones de estudio especial para los investigadores.

CONSERVACION: En la operación general de los museos y su contenido, en especial con los objetos y colecciones, se refiere a toda intervención técnica, posterior a una restauración o de una reconstrucción, o las comúnmente adoptadas al ingresar una pieza o elemento al museo, con el fin de mantener a través del tiempo y del medio ambiente, y con la posible utilización, en algunos casos, de las características originales del objeto o pieza, elemento o construcción, en este último si se trata de un edificio o monumento arquitectónico.

EMBALAJE: Caja o cubierta con la que se resguardan los objetos que han de transportarse a puntos distantes./ Algunas de las características mínimas y necesarias de un embalaje profesional son: materiales Idóneos, volumen adecuado al objeto a transportar, peso en relación con el contenido, hermeticidad total (contra aperturas, seguridad contra el clima – humedad- temperatura), finalmente, permanente identificación de contenidos y lugar de procedencia y destino.

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

EMPAQUE: En museografía, el empaque se encuentra inmediatamente en contacto con el objeto que tiene que proteger, por lo que la selección de los materiales debe ser lo más apropiada posible. De acuerdo a las circunstancias, dichos materiales pueden ser muy variados, pero siempre deben tenerse en cuenta las cualidades de los mismos: que no produzcan deterioros en las superficies de los objetos a proteger, que no se desprendan pegándose a la superficie de aquellos, que no se destiñan manchando superficies, finalmente que sean resistentes a los cambios de humedad y temperatura.

ESCENOGRAFIA: Técnica usada desde hace mucho tiempo para crear situaciones ambientales y dar perspectivas a determinados eventos de carácter teatral. Elemento retomado como complemento de las exposiciones.

FIDEICOMISO : Disposición testamentaria, que determina destinar una suma de dinero por tiempo indeterminado para el mantenimiento y conservación de un bien. En el caso de los museos, se aplica a edificios, colecciones y gastos de operación de los mismos, a cargo de un grupo de fideicomisarios: un banco y personas representativas de la Institución y confianza del fideicomitente.

HIGROMETRO : Instrumento que sirve para determinar la humedad del aire atmosférico.

ICONOTECA : Lugar donde se conservan las imágenes de los museos.

MAMPARA : Superficie rígida de materiales y dimensiones variables, armada con un bastidor, que sirve para colocar elementos gráficos y colgar cuadros. También puede colocarse de forma tal que un conjunto de ellas incite a una circulación dinámica dentro de las salas de exposición. Además de que sirve para eliminar la incidencia de luz directa que pueda filtrarse por las ventanas.

MUSEION : Voz griega que significa lugar de las musas.

MUSEISTICO : Actividad, trabajo o cosa relacionada con los museos.

PATRONATO : Fundación legal por medio de la que los integrantes de la misma y de acuerdo a los reglamentos y disposiciones que la rigen, toma parte en la colaboración extra administrativa de un museo, particularmente con el auxilio a éste en la parte económica y en la adquisición de obras para acrecentar sus colecciones.

PINACOTECA : Galería o Museo de Pintura. / Sala o recinto en los Propileos de Atenas donde se guardaban y exponían pinturas. Por extensión se denomina así, en la actualidad, a ciertos museos que también cumplen esas funciones.

RESTAURACION : En museografía, toda intervención técnica destinada a devolver el aspecto, funcionalidad o estado normal de conservación a cualquier objeto, documento, libro, etc., respetando el contexto original y teniendo como base más del 50% de la masa primitiva del elemento a restaurar. También se aplica a edificios o lugares arqueológicos, bienes muebles e inmuebles de significación cultural.

SEGURO : Se trata de una de las medidas más importantes e indispensables que todo museo, custodio de patrimonio cultural o natural, debe adoptar con el fin de disminuir los riesgos de deterioro o desaparición de dicho patrimonio, sin importar qué causa o razones. Por lo general la forma de seguro es una póliza que ampara con cierta suma de dinero u otras especificaciones expresadas en la misma, a las piezas, colecciones o al mismo edificio, ya sean por los daños tales como: robo, incendio, vandalismo, etc. La toma de una póliza debe ser respetada en cuanto a costos y riesgos a cubrir.

TIPOLOGIA : Estudio y clasificación de tipos./ Estudio de los caracteres del hombre, comunes a las diferentes razas.

VITRINA : Escaparate, armario o caja con puertas o tapas de cristales, para tener expuestos a la vista, con seguridad y sin deterioro, objetos de arte, productos naturales o artículos de comercio./ En museografía, existen numerosos tipos de vitrinas, tanto por el diseño estructural, como por los materiales con los que se confeccionan, así como por las finalidades de seguridad y visibilidad que deben tener para las distintas exposiciones que estén destinadas. Las vitrinas en el ámbito museográfico deben dejar ver los objetos que contengan, no competir con aquellos (por su valor o diseño), mantener seguros los objetos a exponer, ser funcional, es decir, permitir un fácil y cómodo acceso para cambios de piezas, limpieza o sistema de iluminación, permitir traslado en condiciones óptimas.