



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
POSGRADO EN ARTES Y DISEÑO  
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

**DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL EN LA  
JARDINERÍA DEL ROMANTICISMO.  
PROPUESTA PARA ACTIVACIÓN MUSEOGRÁFICA  
POR MEDIO DE LA EVALUACIÓN**

TESIS  
QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:  
MAESTRA EN ARTES VISUALES

PRESENTA:  
JESSICA BEATRIZ RAMÍREZ RIVERA

DIRECTORA DE TESIS  
MTRA. OFELIA MARTÍNEZ GARCÍA (ENAP)

SINODALES  
DRA. MARÍA PATRICIA VÁZQUEZ LANGLE (ENAP)  
DR. JULIO FRÍAS PEÑA (ENAP)  
DRA. MARÍA DE LAS MERCEDES SIERRA KEHOE (ENAP)  
MTRO. OMAR LEZAMA GALINDO (ENAP)

Septiembre 2013





Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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.



ndice

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	10
<b>CAPÍTULO I. Marco de referencia: antecedentes contextuales y conceptuales</b> .....	17
1.1 El movimiento artístico del Romanticismo: jardinería.....	18
1.1.1 El origen del jardín romántico.....	25
1.1.2 El diseño del jardín y sus implicaciones visuales.....	27
1.1.3 Ejemplos de artistas paisajistas y jardines.....	33
1.1.4 Jardines históricos. Concepto e importancia patrimonial.....	38
1.1.5 Jardinería en México.....	43
1.2 Las Casas-Museo: contexto y construcción.....	50
1.2.1 Concepto, historia y su contexto social.....	51
1.2.2 Las casas museo de México.....	54
1.2.3 Tacubaya: sus casas y jardines privados. Breve descripción histórica.....	57
1.2.4 El Museo Casa de la Bola, su jardín y su concepción estética.....	66
1.3 Habitar el museo. Diseño, evaluación y estudios de público.....	72
1.3.1 Concepción espacial del museo. El diseño y la comunicación visual en la construcción de ambientes museales.....	74
1.3.2 Estudios de público y evaluación en los museos.....	81
1.3.3 Evaluación previa.....	85
1.3.4 Estudios de público y evaluación en México.....	88
1.3.5 Hacia el diseño de ambientes habitables en el museo. El papel del Diseño en estudios evaluativos para su aplicación práctica.....	95

<b>CAPÍTULO II. Metodología para el diseño de ambientes museográficos incluyentes.....</b>	105
2.1 El método holístico en el museo.....	106
2.2 La evaluación previa desde el diseño y comunicación visual....	111
2.3 Construcción y configuración.....	117
2.4 Evaluación en museos desde el diseño en el Museo Casa de la Bola.....	125
<b>CAPÍTULO III. Resultados de la investigación.....</b>	135
3.1 Resultados de encuesta inicial. Interpretación con base estadística.....	136
3.2 Resultados de seguimiento de público. Interpretación con base en observación.....	154
<b>CAPÍTULO IV. Evaluación y discusión con los resultados obtenidos.....</b>	159
4.1 Análisis.....	160
4.2 Aplicación.....	167
4.3 Confrontación.....	209
<b>CONCLUSIONES.....</b>	220
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y HEMEROGRÁFICAS.....</b>	230
<b>CRÉDITO DE IMÁGENES.....</b>	233
<b>GLOSARIO.....</b>	234
<b>SIGLARIO.....</b>	235



## Introducción

El diseño es una disciplina inmersa en todos los ámbitos del quehacer humano, desde la indumentaria hasta los dispositivos más complejos como los transbordadores espaciales. Es así como, los entornos y los ambientes deben determinarse bajo un esquema de diseño óptimamente estructurado, ya que de eso depende la convivencia y el bienestar social.

Dentro de los múltiples espacios en los que se desenvuelve la vida del hombre, el museo constituye un campo de experimentación mayoritariamente visual y de construcción de entornos en constante transformación. A través del tiempo, se ha establecido como una institución con las más variadas posibilidades de desarrollo teórico y práctico. Como espacio físico, no sólo alberga la capacidad de la exhibición de objetos, sino de ser contenedor de discursos específicos con objetivos expresamente determinados (ideas, conceptos, contextos y hechos históricos).

Suponiendo que la museología y la museografía conviven en un círculo estrecho, abogando por términos específicos del espacio, el diseño resultaría ser el catalizador entre el visitante con su imaginario personal y estos discursos generados a través de la institución. En este sentido, la práctica del diseño en el museo estaría encaminada a cimentar puentes entre el discurso de la exposición y el público, generar un lenguaje gráfico para enfatizar aspectos comunicativos y sobretodo entender la mecánica de la interacción visitante-museo, a partir de metodologías aplicadas a un contexto específico. Como lo asevera Norma Alonso en su libro “Un museo para todos” cuando comenta:

*3 En un análisis acerca de la historia de los museos podemos concluir que lo más valioso de su labor es el proceso de comunicación que establece con su público, para lo cual el museo debe ser accesible en términos de contenido y formas de transmitirlo.<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Alonso, N. (2011) *Un museo para todos*. México: Plaza y Valdes editores, p25.

A través de las reflexiones anteriores se construye la **Hipótesis** de la presente investigación: Si el Diseño y la Comunicación Visual se introdujera dentro de los procesos museológicos en todas sus fases, entonces se logrará una simbiosis entre el visitante y la legitimidad del espacio en su habitabilidad, es decir, la inclusión del público en estos mismos procesos. Por otra parte y en sentido inverso, por medio de la metodología museológica el diseño se vería enriquecido en su proceso creativo abriéndose a panoramas multidisciplinarios. De esta forma, el objetivo principal se centra en potencializar el sentido patrimonial y habitable del espacio museal a través de los procesos creativos del diseño y su apoyo en metodologías museológicas.

El estudio de caso específico se llevó a cabo en el Museo Casa de la Bola, -a cargo de la Fundación Cultural Antonio Hagenbeck y de la Lama-, espacio donde se denota una parte de la historia aristocrática de la Ciudad de México de mediados del siglo pasado. Cuenta con una vasta colección de piezas decorativas del siglo XIX y XX como pocas en el país, un edificio emblemático e histórico, el cual también (dentro de la esquemática del último habitante del inmueble y fundador de la institución) y un magnífico jardín, sitio ideal para el desarrollo del proyecto.

Este organismo se fundó como una Institución de Asistencia Privada donde los parámetros conferidos, con especial cuidado en distintas actividades de administración y dirección, se rigen por la Junta de Asistencia Privada. Es por ello que el inmueble debe de cumplir ciertas exigencias hacia un perfil específico dentro de la misión que dejó el fundador. Por lo tanto, el mensaje inmediato que deben de cubrir estos espacios es un referente institucional, cultural e histórico; sin embargo no posee ningún apoyo gubernamental y debe de sostenerse con la renta de sus áreas, lo cual implica una imagen que con el paso del tiempo no ha ayudado a difundir su carácter de museo.

La situación económica que atraviesa la fundación no ha sido favorable para el desarrollo de programas museológicos en todas sus áreas a largo plazo, así como otras circunstancias como el poco personal con el que se cuenta, la apertura restringida del inmueble, escasa difusión y el nulo diseño de museografía para el aprovechamiento de la exposición permanente. En

este sentido, el jardín es el principal afectado por esta carencia de servicios, pues al ser un sitio que gusta a la gran mayoría de los visitantes y de su exitosa remodelación, no se ha acertado en realizar trabajos de servicios educativos o museografía como tal. Por lo tanto, el desarrollo de nuevos programas, que se enfrenten a la competencia de entretenimiento cultural y de otro tipo de oferta, es reducido en comparación con el gran potencial que guarda tanto el acervo como el inmueble.

Sin embargo, es pertinente decir que, en los últimos cuatro años la administración ha llevado a cabo tareas para que cada uno de estos problemas a los que se enfrenta el museo y la Fundación en general sean atacados poco a poco y conforme la situación lo permita. Es por ello que se ha consentido la entrada a investigaciones ajenas a la institución que diluciden en nuevas perspectivas de estudio e impulso de nuevas soluciones.

Teniendo en cuenta esto, se pretende explotar el amplio potencial que guarda, en primer lugar el museo en el imaginario de su público a través de un estudio histórico y estético, de la disciplina *Evaluación en museos* y aplicarla a procesos diseñísticos. Con ello se busca generar una propuesta de activación museográfica, -término que se le acuñe al proyecto del caso específico al referirse a un espacio de museo que ya es parte de él pero que busca musealizarse- por medio de la metodología holística, que aproveche la interesante capacidad de transformarlo en un espacio de recreación y disfrute, pero también de educación ambiental, artística e histórica.

En cuanto a la estructura capitular, el primer capítulo está conformado por dos marcos de referencia. El primero desarrolla la investigación de gabinete la cual comprende el marco contextual, histórico y estilístico del caso específico (el jardín romántico inglés, la jardinería mexicana, las Casas-Museo en México y Tacubaya). El segundo abarca el campo conceptual museológico, museográfico y diseñístico, (configuración espacial del museo, la evaluación y los estudios de público) para culminar en una propuesta de paradigma de diseño de espacios habitables y en el concepto del *diseño museográfico*.

Por otra parte, en el segundo capítulo se busca exponer como se desenvuelve la metodología holística del museo para su aplicación en las técnicas específicas, tanto del estudio evaluativo como su inserción en el diseño, dando como resultado un *Modelo de diseño y comunicación visual para espacios habitables*. Para concluir el capítulo se describen las especificidades de su aplicación en el estudio de caso.

Referente al tercer capítulo, se despliegan los resultados de los estudios realizados a través de gráficas y su interpretación, los cuales son los principales aportadores de información para la propuesta de *Activación Museográfica* que se pretende proyectar.

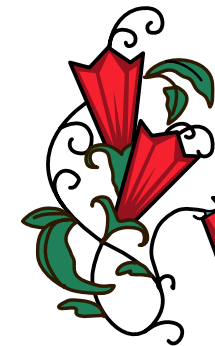
En el cuarto capítulo se analiza y confrontan los resultados encontrados los cuales desembocan en el desarrollo de un proyecto específico a dos instancias, el público cautivo y el potencial, por tres temporalidades distintas, corto, mediano y largo plazo. De esta forma, también se busca la transversalidad de la *Actividad Museográfica del estudio de caso*.

La aportación y pertinencia principal de este trabajo se basa en la experimentación y mezcla de los aparatos metodológicos del diseño aunados a la museología y a la curaduría, con sus dimensiones metodológicas de igual forma, para que con ello se genere una reflexión central en cuanto a la construcción de ambientes habitables del museo. Esta idea, que se pretende desarrollar al concluir, tiene como objetivo concientizar la disciplina del diseño tanto como creadora de vínculos entre las disciplinas museales, como configuradora de necesidades y soluciones a problemas de comunicación. De esta forma, el profesional del diseño está obligado a conocer todos los pormenores donde se desarrolla para dar resultados integrales a las insuficiencias primordiales de la sociedad.

La adaptación tanto de las teorías configuradas dentro del museo como las técnicas desarrolladas desde la comunicación visual y el diseño es fundamental para este cometido, por lo que se tratará de determinar los

factores que definen al *diseño museográfico* el cual no sólo se verá como una disciplina de orden técnico aunada a soluciones visuales sino como gestora de acciones proyectuales dentro del museo.

Para enfrentar los retos de atraer nuevos públicos y generar recursos, se debe reconceptualizar la función de los museos como instituciones incorporadas al desarrollo económico y cultural de la sociedad, algunos museos han intentado volverse lugares más amables y atractivos, desarrollando sistemas interactivos, espacios lúdicos y otros artificios (Rosas, A. 2008). Sin embargo, esta investigación pretende ir un poco más allá de sólo incrementar elementos compositivos al espacio sino ponderar el carácter diferenciador del mismo como espacio de memoria y ambiente histórico afectivo.







Acaritidos de Tzo en Rügen, Caspar David Friedrich, 1818, óleo sobre tela.



apítulo I

**Marco de referencia: antecedentes contextuales y conceptuales**





Dido construye Cartago, también conocido como Alzamiento del Imperio Cartaginés, J. M. W. Turner, 1815, óleo sobre tela.

## 1.1 El movimiento artístico del Romanticismo: jardinería

El arte contemporáneo como se conoce ahora, ha pasado por un largo proceso de introspección, no sólo de parte de los artistas, sino por teóricos, críticos y la preponderante necesidad humana de la expresión. De esta forma, las manifestaciones sociales, en todos sus ámbitos, se transforman por medio de hechos que cambian de forma significativa el sistema imperante en el momento. Sin embargo, dichas metamorfosis se deben a cambios sistemáticos que deparan nuevos paradigmas.

Actualmente el arte y su concepción se deben a ciertos mecanismos que detonaron desde el siglo XVII, en el despertar del Siglo de las Luces. El comercio, el mercado, la autenticidad, el mismo proceso creativo y el artista como ente social, son parte de la herencia de esta época y de donde se enmarcan los fenómenos estilísticos de los objetos a tratar en esta investigación. En este sentido, se iniciará con una breve semblanza del contexto del siglo XVIII y XIX para abordar la idea del Romanticismo y concluir con la construcción de los jardines, principal materia de interés.

La sociedad europea y su economía, permanecieron estables durante casi todo el siglo XVIII ya que contaba con una estructura social tradicionalista y conservadora, principalmente agrícola, dividida en pequeños grupos. Sin embargo, a mediados de siglo se empezaron a dar cambios significativos. El primero fue en la agricultura, donde gracias a los adelantos en las técnicas de cultivo hubo una mayor producción de alimentos que rompió el ciclo de las hambrunas, favoreció el crecimiento demográfico y el abastecimiento de alimentos en las ciudades. En algunas de ellas se encontraban las universidades, en las cuales se empezó a desarrollar la clase media comercial, industrial y profesional.

El avance en los conocimientos científicos, principalmente en la física, la química y las matemáticas y los relacionados con la tecnología, permitieron grandes adelantos en la Industria. La combinación de la nueva organización del trabajo, la caída del sistema económico feudal y el surgimiento de la burguesía llevó a configuración de un nuevo sistema económico: el Capitalismo.

Por otro lado, al final de éste siglo se dieron las grandes revoluciones sociales como la Independencia de Estados Unidos (1776), la Revolución Francesa (1789) y la era Napoleónica. Estos hechos históricos dieron difusión a las ideas de libertad, las cuales provocaron que las estructuras políticas de las monarquías y los reinos se transformaran. De esta manera, paulatinamente se fueron convirtiendo en lo que llamamos ahora Estados Nación.

Es así como, durante el siglo XVIII el renacer del arte Clásico fue la materia prima de la creación artística por casi toda Europa, el cual se dio principalmente gracias a que la clase imperante era la burguesía, la cual apoyó este movimiento en contraposición a los excesos propios de la aristocracia que se reflejaban en el Barroco. Al nuevo movimiento artístico se le llamó Neoclasicismo.

Una de las grandes influencias estéticas viene del hallazgo de las ruinas de Pompeya y Herculano entre 1738 y 1748 (Tollinchi, E, 1989). La historia como eje fundamental de la inspiración artística se hace presente, pues se consideró al arte griego como un símbolo de *belleza y perfección*, las cuales debían ser imitadas en sus formas puras y austeras.

Éste ingrediente histórico de formación creativa al proceso artístico se permea conllevado el pensamiento reflexivo. Sin embargo, el gran estallido lo provoca un hecho social sin precedentes y de alcance social-global, como ya se había comentado anteriormente: la Revolución Francesa. “A penas ha existido otro acontecimiento capaz de transmitir, como este, el gran impulso a la vida intelectual [...] La primera irrupción del primer Romanticismo es tormenta e impulso (*Sturm und Drang*), y trascurrió a través de la experiencia de la Revolución.”<sup>2</sup> Así, el devenir del arte romántico estaba por romper sus cadenas en Alemania desde las trincheras de los acontecimientos históricos, políticos, sociales y estilísticos.

El filósofo, el crítico y el historiador comienzan a preguntarse su quehacer en el ambiente artístico y los artistas comienzan a cuestionar el papel del arte en la sociedad. De esta misma forma Safranski argumenta, “se demostraba que el pensamiento y la escritura no sólo interpretaban al mundo, sino que además lo cambian, y estos, quizás, hasta tal punto que en general la idea y el espíritu rigen el mundo, y así trata de encontrar los pensamientos adecuados para tocar el nervio del tiempo”<sup>3</sup>. En este sentido, las diferentes corrientes artísticas entran en una etapa de cambios desde su perspectiva teórica, en donde ya no se esperaba el proceso del encargo o el mecenazgo para configuración de la idea, sino que desde el punto de vista personal se crearon tanto nuevos tópicos de análisis y propuesta visual como nuevas asociaciones filosóficas y tendencias sociales.

Como lo demarca D’Angelo, conocido historiador del arte, cuando afirma: “el Romanticismo no fue tanto ni solamente, el nacimiento de una nueva sensibilidad, atención a nuevas formas de expresión, la aceptación y difusión de una gama de sentimientos distinta de la tradicional, sino también una filosofía”<sup>4</sup> Es por ello que se abren las posibilidades a nuevas manifestaciones estilísticas, intelectuales y culturales por medio de la investigación histórica.

La preocupación por darle forma a una mejor comprensión teórica y elaboración conceptual al arte repercutió en la forma misma de hacer arte. Desde ese punto de vista, el desarrollo de nuevos paradigmas también devino en la comprensión de la libertad como motivo de otras exaltaciones: “Por primera vez el juego del arte, dice Schiller, puede hacer a los hombres totalmente libres.”<sup>5</sup> En esa libertad preponderantemente interior se encuentra el refinamiento de la sociedad, puesto que el inicio de un movimiento o cambio social se refleja en uno artístico, en la expresión plástica de los pensadores visuales, así como también en la estructuración filosófica de nuevos conceptos o formas de pensamiento que en estética pueden llamarse *Fenómenos del gusto*<sup>6</sup>.

Alrededor de éste contexto se surcaron los cimientos del Romanticismo y, como anteriormente se comentó, se extendió por gran parte de Europa para posteriormente permearse en América. Pese a que fue una manifestación que floreció en pocos países y no tuvo gran apogeo temporal, la mayor implicación consiste en la influencia para los consecuentes fenómenos culturales y el estudio de las artes a partir de ese momento. “Desde hace poco más de quince años la historiografía y la crítica han aludido repetidamente al Romanticismo como lugar de origen de los comportamientos típicos del arte contemporáneo.”<sup>7</sup> Y es precisamente, ya sea por su permanencia léxica o por su concepción general, que se ha confundido el verdadero significado y origen del término, pero más aún se pierde el sentido del movimiento como tal.

En Alemania el movimiento romántico empezó con la teorización literaria y las formas plásticas en el sentido de la crítica. En la revista *Athenaeum*<sup>8</sup> del círculo de Jena ocuparon el término para referirse a la poesía con un referente histórico medieval-renacentista que aún está por ser crea-

2 Safransky, R. (2009) *Romanticismo. Una odisea del espíritu alemán*. México: Tusquets. pp 30.

3 Safransky, R. (2009) *Idem*, pp. 32

4 D’Angelo, P.(1999) *Estética del Romanticismo*, España: Visor, pp. 15

5 Safransky, R. (2009) *Ibidem* pp. 41

6 D’Angelo, P.(1999) pp. 56

7 Arnaldo, J. (1989) *El movimiento Romántico*, España: Grupo 16. pp 73

8 “Concretando, parece razonable señalar como núcleo generador de las ideas románticas al conjunto de estudiosos que se reúne en Jena, a partir del 1796, en torno a los hermanos August Wilhelm y Friedrich Schegel en Alemania, que funda la revista *Athenaeum*.” Op cit D’Angelo P. (1999) *Idem* pp 19

da, es decir, un tipo de poesía que estaba por llegar. “El término, por otra parte, se emplea frecuentemente para referirse al contenido de tales obras, y por esta vía, asume los significados de *maravilloso, fantástico, irreal*”<sup>9</sup>. Se aplicaba a obras, especialmente épicas, que alimentaban y a su vez eran alimentadas por la mente y la fantasía del espectador, dándoles vida ante imágenes que hacían de soporte visual de una *memoria poética* (Arnaldo: 1989:8).

El acercarse a una satisfactoria conceptualización del término es una ardua tarea: “lo romántico se constituyó como una noción dinámica, de significado inestable, capaz de nombrar las novedades de un devenir cultural inmediato.”<sup>10</sup> Aunado a esta ambigüedad, está la dificultad de profundizar en el tema puesto que muchos de los escritos que se hicieron al respecto fueron publicados mucho después de que el movimiento diera su mayor esplendor y los que pudieron ser desarrollados durante esta época no fueron descubiertos hasta a penas algunos años por investigadores interesados por el tema. Es por ello que apenas se puede acercarse al verdadero significado e importancia social y cultural que posee.

Una de las aproximaciones más pertinentes al significado del término, puede realizarse mediante conceptos clave, como lo sublime, lo pintoresco, la libertad creativa, el desarrollo de un nuevo agente artístico, como lo expone D’Angelo:

3 Piénsese, por ejemplo, en la insistencia del genio, como fuerza capaz de creación original, desvinculada de las reglas codificadas, en contraste con ellas más bien, y ligada a la insistencia, el culto a Shakespeare y la pasión por lo desordenado, lo agitado, lo natural, por oposición a lo artificial...<sup>11</sup>

Puede decirse que, el fenómeno romántico se desarrolló en torno, entre otros motivos, al reconocimiento de las viejas culturas y la búsqueda de la identidad. Ya que se empezaron a valorar manifestaciones populares como las canciones tradicionales, arquitectura gótica, mitología y leyendas locales.

9 D’Angelo P. (1999) *Idem* pp. 29

10 Arnaldo J. (1989) *Idem* pp. 8

11 D’Angelo (1997) *Ibidem* pp. 39

De esta forma se reorientan los cánones del gusto, llegando a la noción de lo sublime convirtiéndolo en la forma de *Belleza* propia de la época como lo terrible, lo violento, lo tenebroso. En consecuencia y bajo este esquema, se funda en lo nuevo, lo excesivo, la pasión ofuscada en busca de la originalidad fundamentada en lo exótico identitario, según Víctor Hugo el *principio de libertad*.



Popocatepetl e Iztaccihuatl vistos desde Atlixco, José María Velasco, 1877, Oleo sobre tela

Dentro de los detonantes característicos que se han mencionado, este último –el *principio de libertad*– consolidó el movimiento en diferentes lugares del mundo. En el caso de México, ocurrió precisamente en torno a la Independencia alrededor del arte neoclásico y el retrato costumbrista, donde Claudio Linati fue un gran representante, principalmente estableciendo la litografía en nuestro país y con ello el nacimiento de la caricatura política, estandarte del pensamiento mexicano por excelencia.

Por otra parte, a partir de estas manifestaciones la Academia, tomando como referencia el desarrollo artístico internacional, se vio fortalecida



por “una distinguida planta de maestros”<sup>12</sup> como Pelegrín Clavé que realizó grandes aportaciones a la pintura paisajista, reflejo más importante del movimiento romántico plástico mexicano.

“A medida que avanzó el siglo [XIX] el Romanticismo en la pintura académica se hizo más agudo y sentimental”<sup>13</sup>, donde el naturalismo es parte medular de la obra al retratar las costumbres y la tipología nacional propia de temas recurrentes: religiosos, fantásticos, filosóficos, históricos, costumbristas y simbólicos.

De esta manera, no hay que dejar de lado al artista paisajista más reconocido de esta época: José María Velasco, pues él logró sintetizar dos conceptos clave al “dar expresión no sólo al paisaje propio si no a la historia, así, con intuición genial y sutilezas expresivas [...]”<sup>14</sup>. Finalmente no hay que olvidar que dentro de las artes gráficas y aplicadas un importante representante es Julio Ruelas que con su trabajo en diferentes soportes dio voz a distintos discursos tanto estéticos como políticos-históricos.

Es así como a través de estas manifestaciones, se suscita la arquitectura paisajista y con ello los parámetros del jardín romántico, los cuales se describirán en un apartado subsecuente. Inglaterra dio lugar al desarrollo de la arquitectura “como incidente natural o histórico de un ambiente.”<sup>15</sup> Su objetivo radicaba en la construcción de lugares de paseo, reflexión, descanso, el trabajo que de la ahora denominada arquitectura paisajista. Con estas referencias, a continuación, se ampliará la visión del tema puntualizando su concepción artística y manifestaciones principales.



12 Fernández, J. (1989) *Arte Mexicano. De sus orígenes a nuestros días*. México: Porrúa, pp. 122

13 Fernández, J. (1989) *Ibidem* pp. 124

14 Fernández, J. (1989) *Ibidem* pp. 126

15 Arnaldo, J. (1989) *Idem* pp. 18

### 1.1.1 El origen del jardín romántico

Tal vez uno de los motivos más trascendentales para considerar a la naturaleza como eje fundamental del arte Romántico es la inspiración que provoca, su poder de evocación, los vínculos que ayuda a crear para que el hombre se concilie con el mundo. Se puede afirmar que todas las civilizaciones han tenido dicha conexión con la naturaleza. Desde este punto de vista Fariello comenta: “El jardín en su origen, tiene un significado mágico y religioso (...) pues lleva asociada la idea del Paraíso.”<sup>16</sup> Es así como a través del misticismo el paisaje adquirió su importancia hacia un objeto de goce visual y en esta evolución a convertirse en un medio de expresión que satisface necesidades intelectuales y estéticas.

En palabras de Battle (reconocido arquitecto español) “La relación de los distintos pueblos con el paisaje es una de las expresiones más significativas de la cultura, y resulta una de las muestras más claras de los pensamientos del hombre sobre la naturaleza que lo rodea.”<sup>17</sup> La condición impredecible del jardín y su delicada conservación lo hacen diferente a otras artes perdurables como los edificios, las esculturas o las pinturas, es por ello que está en un constante estado entre el arte y la naturaleza; el intento de poder definirlo en la historia dependerá mucho de su formalidad estructural y los elementos que lo conforman.

En el siglo XVIII el jardín ocupa un lugar preponderante en la arquitectura, definido propiamente desde la disposición del edificio hasta los trazos urbanísticos, considerando parques y áreas verdes específicas. “El jardín paisajístico inglés se articulaba desde una serie de recorridos, en general bien trazados pero voluntariamente tortuosos, por los que el paseante era inducido a experimentar una serie de sensaciones visuales y emotivas, similares a las que suscitaba un cuadro o una escenografía teatral [...]”<sup>18</sup> Gracias a la escuela paisajista inglesa, se configuran espacios arquitectónicos que buscan, ante todo, un contacto íntimo y equilibrado con la naturaleza.

16 Fariello, F. (2004) *La arquitectura de los jardines*, España: Reverté, pp. 9

17 Battle E. (2011) *El jardín de la metrópoli. Del paisaje romántico al espacio libre para una ciudad sostenible*, España: Gustavo Gili, pp. 101

18 Battle E. (2011) *Ibidem* pp. 31

Una característica diferenciadora deriva en que el jardín romántico se opone a todo tipo de estilización; se inclina por reflejar un tipo de belleza ideal donde los elementos vivos: prados, árboles, agua y cielo se dejan libres de una configuración exacta, dando un sentido de colaboración “amiga” con la naturaleza; en él, la voluntad formativa y la vitalidad de la naturaleza orgánica se expresan conscientemente, donde su visión figurativa contempla el crecimiento y la vitalidad de las plantas, los valores lumínicos de la atmósfera y los cromáticos de los cambios estacionales.

Históricamente, se ve al jardín paisajista inglés como una contradicción a la tradición clásica que imperaba en el ámbito artístico. En la época esto se consideraba una forma política de manifestar el rechazo a las formas rígidas francesas, reflejo del absolutismo que imperaba en ese país. También este nuevo estilo de diseño, recibió influencias en el terreno literario, de los clásicos Virgilio y Ovidio, así como en la pintura, de la escuela romana de paisajistas del siglo XVII, que representaban paisajes de la Antigüedad, ricos en incidentes pintorescos.



*El hombre y la naturaleza, en adelante nada ajenos ni contrapuestos el uno con respecto a la otra, se identifican en una misma unidad espiritual; Dios es el artista soberano de la naturaleza y todo lo que es natural se considera perfecto y bello.<sup>19</sup>*

El origen del jardín inglés romántico tuvo influencia especial con tres escritores: John Milton, Francis Bacon y Joseph Addison. Sus atribuciones literarias permitieron difundir una severa crítica al tan afamado jardín clásico y dio entrada, poco a poco, al nuevo estilo. Los ejemplos externos, principalmente los de Oriente- en específico China- también sirvieron de inspiración pues aunque siendo muy antiguos fue hasta principios del siglo XVIII llegaron descripciones de los mismos por viajeros y misioneros, con la proliferación de la moda por lo exótico.

<sup>19</sup> Fariello, F.(2004) *Ibidem* pp. 210

En lo que se refiere a las características del jardín como producto plástico, se encuentra a su profundo rechazo a la simetría e igualdades. El todo debe ser diverso, sorprendente y en un *placentero abandono*. El principal objetivo es poder conferirle al espacio un sentido especial de ausencia de control y de aspecto agradable, construyendo un nuevo sitio adecuado a las condiciones de manera que todo parezca que está dispuesto por la propia naturaleza.

Principalmente, como atributo de suma importancia, es la significación imaginativa, su ponderación en la ambientación excitando los sentidos y las emociones de placer, alegría, melancolía, solemnidad, meditación y aventura. “El arte consiste en emplear aquellos medios, ya sean naturales o artificiales, que mejor puedan actuar en este sentido, de manera que su eficacia se acrecenté mutuamente.”<sup>20</sup>

La manifestación y los postulados que fueron propuestos para llevarse a cabo por la jardinería inglesa romántica, fueron clave en la reflexión del movimiento y su reflejo material de la excitación de la expresión, la libertad de las formas, el misticismo natural y la preponderancia de las figuras estéticas como lo sublime, lo tenebroso y lo violento. Es por ello que es un producto plástico por excelencia no sólo para contemplar el estetismo del fenómeno Romántico per se, sino para darle su justa dimensión visual y cultural.



### 1.1.2 El diseño del jardín y sus implicaciones visuales

El jardín paisajista del siglo XVIII tiene características visuales enraizadas no solamente en la arquitectura, escultura y pintura, sino también en referentes históricos y literarios específicos retomados en la época, principalmente medievales y algunos escritos recientes. Uno de sus principales objetivos es la alteración de los sentidos por medio de la disposición de elementos en el espacio.

<sup>20</sup> Fariello, F. (2004) *ibidem*, pp. 251

“Al jardín se le exige también un significado que trascienda su aspecto puramente formal y que pretenda excitar la imaginación mediante una armoniosa cadena de emociones y de sensaciones: de placer, melancolía, de solemnidad, de meditación y de aventura”<sup>21</sup> El artista que logre inducir en este proceso al espectador, lo hará a través de los diferentes recursos que le confiera la naturaleza, principalmente en el manejo que éste realice mediante el uso de recursos narrativos a lo largo del recorrido.

Tales recursos se valen de detalles singulares que potencialicen mutuamente sus características, a pesar de lo sencillo que estos puedan ser. Uno de los textos que definieron la forma de disponer estos elementos fue *Observations on Modern Gardening*<sup>22</sup> de Thomas Whately, político y escritor miembro del Parlamento inglés y fanático de la jardinería.

El autor concreta: “la naturaleza en su sencillez sólo emplea cuatro elementos en la composición de sus escenarios: el terreno, el arbolado, el agua y las rocas. El hombre ha introducido un quinto elemento, los edificios, destinados a servir de cobijo.” Teniendo en cuenta estas anotaciones se desarrollarán cada uno de estos componentes, los cuales transformarán su forma, tamaño, cromacidad y disposición para construir un escenario con distintos matices con carácter de paisaje.

### El terreno

La vitalidad del jardín se encuentra en su composición irregular, en la cual la mano del hombre no sea percibida, los cambios en el terreno deberán ubicarse de manera cuidadosa para poder lograr variaciones convincentes que no solamente parezcan naturales sino que logren una forma narrativa dentro del recorrido.

En primer lugar, se toman en cuenta las formas del terreno: cóncavas, convexas, rectas; y en la combinación de las mismas se encuentra exaltar la belleza según los preceptos de este tipo de jardín, como lo apunta Fariello a través del libro de Whately:

<sup>21</sup> Fariello, F. (2004) *Ibidem*, pp. 251

<sup>22</sup> Whately, T. (1777) *Observations on Modern Gardening* Londres: T. Payne.

3 En un terreno bellamente dispuesto la forma cóncava debe dominar; con respecto a la forma convexa, tiene la ventaja de ofrecer una mayor superficie visible, dota además de mayor profundidad a las perspectivas y resulta siempre ligera y elegante<sup>23</sup>

En estas líneas es posible constatar la importancia de controlar ciertos aspectos de la naturaleza. Es necesario introducir grandes cambios no concatenados, en donde la exuberancia radique en la sutileza de ellos. Por otra parte, la confrontación de dichos elementos se realiza como si se tratase de una pintura, para lo cual se deben tener en cuenta los elementos básicos como la perspectiva, composición, color, entre otros.

La observación fundamental que Whately precisa es la versatilidad en contraste, con la condición de que ellos no desemboquen en desconcierto o contradicción. Consecuentemente, la configuración está determinada por la maestría en la que el artista puede describir el terreno de una forma estilizada: reconociendo la importancia de los accidentes naturales pero manejándolos para remarcar su idea.

### El arbolado

Al igual que el terreno, el arbolado presenta diferenciaciones que serán consideradas para demarcar la composición general. En este caso, la tipología está determinada por tres formas: superficiales (cubren el suelo y también el agua, como el musgo), intermedias (no se dividen del fondo del paisaje, tales como los arbustos) y completas (tienen carácter por sí solos: los árboles) Estas variaciones también se deben a los detalles –las ramas, el follaje y el tronco. -

Dentro de los componentes más interesantes, propios del arbolado, se halla el color ya que este se transforma de acuerdo a las estaciones del año y a la especie. Este rasgo define en gran medida la cromacidad general del paisaje. Por ello, suele ser un rasgo que el jardín romántico aprovecha en un sentido delicado pero contundente, para marcar los contrastes esperados dentro de la historia que se desea contar del mismo.

<sup>23</sup> Fariello, F. (2004) *Ibidem*, pp. 252



En lo que respecta a la forma y el tamaño, son propiedades que por sí solas se diferencian con mayor determinación dentro de la composición en general. Con el propósito de lograr un arreglo abundante y variado es necesario contrarrestar las debilidades visuales entre un árbol y arbusto mutuamente con los demás componentes del espacio. En este sentido, el terreno es de mucha ayuda cuando se encuentra desigual, pues demarca las transiciones que reflejen naturalidad, pero a la vez dramatismo y continuidad dentro de una misma demarcación.

De acuerdo a lo expuesto, Whately finaliza su concepción general de la arboleda con las siguientes opiniones al trazar el bosque:

3

*Un bosque resulta agradable cuando cubre colinas y ondulaciones a lo largo de superficies de hierba o cursos de agua; es noble cuando se eleva sobre una altura; atrevido, cuando se enfrenta a escarpaduras rocosas e impracticables; y romántico, cuando arroja un curso de agua impetuoso.<sup>24</sup>*

### El agua y las rocas

El elemento agua en muchos arreglos paisajistas tanto urbanos como particulares no es muy socorrido por los diferentes estilos. Sin embargo, puede llegar a ser una pieza determinante en la concepción general del espacio. Para el jardín inglés, este componente contribuye a influir en el visitante emociones tanto de tranquilidad y alegría como de fuerza e ímpetu. La sencillez con que puede conferir vivacidad al paisaje es una de sus particularidades.

Al igual que en pintura, el agua crea sombras, efectos lumínicos, movimiento, motiva emociones como la melancolía en un estanque o la tenacidad en una cascada. Por otro lado, existen muchas sensaciones desencadenadas a partir del sonido producido por su agitación dependiendo de la rapidez y la cantidad exaltando desde alegría hasta terror.

Con las configuraciones pertinentes, el jardín romántico se basa en el agua no sólo para contrastar formas, colores y tamaños, sino para conferir

contrastes emocionales en una narrativa natural en el paseo, complementándose con los demás elementos. Uno de estos elementos son las rocas, los cuales guardan especial relación en cuanto a su localización, tamaño y forma. No son componentes limitantes de espacio, son elementos atmosféricos de solidez y diversidad, los cuales logran tanto conferir arreglos naturales llenos de carácter como demarcación libre de los recorridos, acentos visuales agradables y/o espectaculares.

### Los edificios y los paseos

Los siguientes componentes esenciales en el jardín romántico son los únicos que pertenecen a la producción humana. Ellos cambian el arreglo del espacio natural; sin embargo confieren un carácter literario en la narrativa y una historia en el camino. De esta forma, a pesar de que el objetivo inicial de los edificios es el resguardo, también tienen la característica de inspirar soledad, intimidad y aislamiento. Son escenarios que reproducen ciertas imágenes artificiales para el deleite estético.



*Paisaje con la ruina de un templo, Caspar David Friedrich, 1797, óleo sobre tela.*

24 Fariello, F. (2004) *Ibidem*, pp. 255

El carácter ornamental de los edificios es inherente, siendo la expresividad del mismo la exaltación arquitectónica de un sitio enriquecido por una historia mítica. De esta manera, como los elementos antes mencionados, la arquitectura también asigna valores de claroscuro, equilibrio, luminosidad, cadencia, entre otros efectos. Whaterly define estas ideas cuando menciona:

*Su cometido consiste en producir en el espectador un sentimiento de pesadumbre y veneración, y en llevar su imaginación hasta tiempos remotos, gracias al contraste que presentan entre su estado actual y el que podrían haber tenido en el pasado.*<sup>25</sup>

Para este tipo de arquitectura, el balance entre la naturaleza y el hombre se ve cimentada por la idea de una convivencia entre las dos entidades, con el fin de producir un paisaje lleno de misticismo, donde el espectador se vea inmerso en una historia ajena en la cual se ve de pronto enfrascado, es donde los parajes y veredas toman un papel vital.

La continuidad irregular de los paseos es importante para el estilo paisajista, siendo el criterio orgánico, entre las necesidades humanas del recorrido, la determinación natural del sendero. Concluyendo estas preferencias, su principal propósito consiste en guiar al visitante por los escenarios de manera armónica conforme al movimiento humano, la forma del terreno y la singularidad del lugar, tratando de buscar el equilibrio.

Finalizando este apartado, conviene agregar que tales elementos orgánicos y producidos por el hombre son los básicos para construir un jardín paisajista; su visualidad es el complemento esencial de los mismos. Sin embargo, los efectos que liberan a través de los sentidos son los verdaderos detonantes para la creación del jardín.



25 Fariello, F. (2004) *Ibidem*, pp. 29

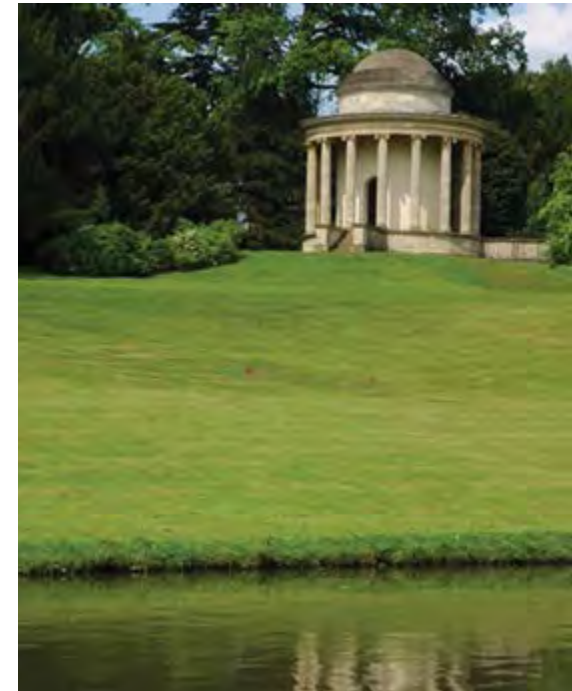
### 1.1.3 Ejemplos de artistas paisajistas y jardines

Si bien el jardín paisajista-romántico tuvo orígenes e influencias en diversos rincones de Europa, fue en Inglaterra donde se llevaron a cabo los primeros experimentos plásticos que se consideraron como reflejos de este estilo desde el punto de vista arquitectónico y donde nació el tipo de jardinería occidental que se conoce actualmente. A continuación se describirán brevemente algunos de los principales artistas paisajistas de éste país y sus trabajos más sobresalientes.

#### Charles Bridgeman

El arquitecto Bridgeman emprendió el estilo paisajista desde una perspectiva poco alejada de las formas clásicas imperantes en su tiempo. Pero logró introducir ciertos cambios definitorios para lo que se conoce hoy como jardín romántico. Uno de ellos fue la eliminación de muros de delimitación y la construcción de un componente característico de la época: los fosos *ha-ha*<sup>26</sup>.

El parque Stowe es uno de los diseños representativos de Bridgeman por encargo del aristócrata Lord Cobham, gran impulsor de este arte. La forma principal del parque es la pentagonal, rodeada de árboles y con glorietas semicirculares. Uno de los detalles destacados es un gran estanque octogonal que direcciona hacia un paseo arbolado. La inclusión de elementos claramente paisajistas a pesar de la temprana época: cursos



Templo en el parque Stowe, Inglaterra

26 Ha-ha es un tipo de foso, el cual se usa en el diseño de paisaje del jardín para mantener el ganado de pastoreo del espacio al tiempo que proporciona una vista ininterrumpida desde dentro.

de agua discontinuos, ondulaciones en la hierba y agrupaciones de árboles libremente dispuestas, fue una de sus aportaciones más significativas en la época.

A pesar de que el estilo de este paisajista se basó en una combinación entre la tradición y las nuevas propuestas románticas, sus aportaciones fueron relevantes para las composiciones posteriores. Su flexibilidad en el arreglo y respeto por las formas orgánicas le valió considerársele como uno de los iniciadores de las piezas paisajistas donde se naturalizó la formalidad del jardín británico público.

### William Kent

Este prolífico arquitecto inglés hizo una labor de difusión sobre los preceptos paisajistas por medio de un grupo que formó con el literato Alexander Pope y el mecenas lord Burlington, del cual tomaron el nombre para designar dicho grupo. Gracias a Kent se impulsó tanto la producción como la influencia literaria convirtiéndose en el principal expositor del jardín estilo romántico de la época.

En cuanto a su trabajo en jardines, el más representativo se trata precisamente en la transformación del parque Stowe, anteriormente diseñado por Bridgeman, en donde su principal propuesta se basó en sus “campos elíseos”. En el siguiente párrafo se resume una descripción de los cambios construidos por Kent:

*Cada una de las escenas se distinguía por una o más construcciones y por los elementos que evocaban tanto las visiones de los pintores paisajistas románticos como por el propio Romanticismo literario: grutas, ruinas, ermitas, templos, puentes, así como inscripciones con versos latinos y griegos.<sup>27</sup>*

Kent logró llevar al máximo sus propuestas por medio de la utilización de los recursos que el mismo terreno le confería y dándole un toque sutil a través de plantaciones, construcciones acuáticas sinuosas, creación de escenas delimitadas por edificaciones y detalles artificiales.

El desarrollo que realizó este artista del jardín, se debió principalmente por la inspiración de Pope y su poesía, donde la naturaleza era una sucesión de ricos contrastes en un intento por crear paisajes como lo haría un pintor. En ello se concentró su creatividad, disponiendo de materiales tales como el terreno, los árboles y el espacio en sí; todo para lograr los efectos de luz, sombra y perspectiva propios de una escena determinada.

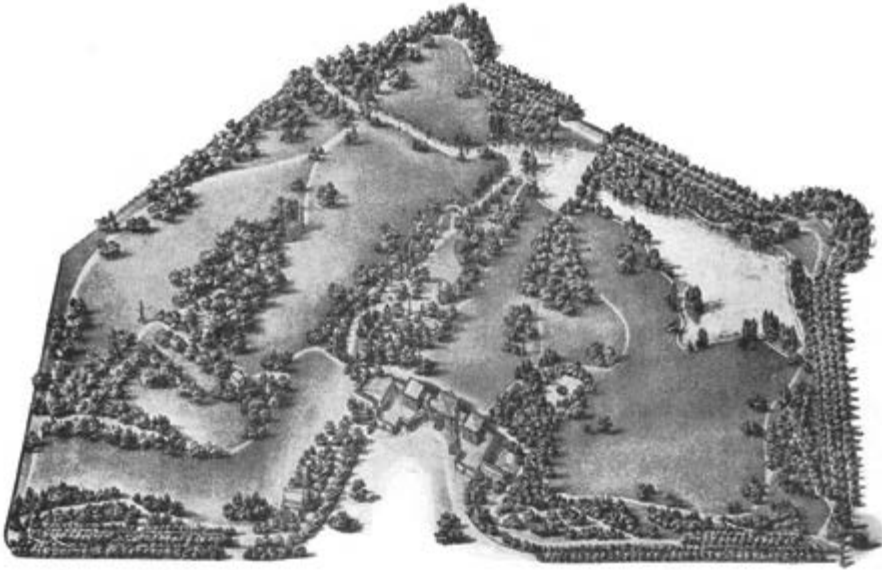
Definitivamente, Kent marca una fase importante en la construcción de jardines para dar comienzo formal al estilo romántico, el cual quiere expresar conscientemente una completa entrega del hombre a la naturaleza. Con él, el jardín se transforma en el portador de la llamada “estética del sentimiento” que aproximó esta forma de arte, como en ningún otro periodo de la historia, a la literatura y el pensamiento filosófico en un arreglo tridimensional vivo.

### “Capability” Brown

Tras los trabajos de Kent sobre la filosofía del Romanticismo dedicada al jardín y sus técnicas de aplicación, surgieron distintos seguidores; uno de ellos se convirtió en uno de los exponentes más reconocidos del estilo paisajista en el mundo: Lancelot Brown, llamado por su gran capacidad como “Capability” Brown.

Su contribución medular es la eliminación completa de toda regularidad, así como dotar, en la composición del jardín paisajista, naturalidad en lugar de la preponderancia de elementos culturalistas (tales como ruinas y esculturas sin sentido) ya que el propósito era mantenerse al margen de la ola de los pintores de la época y ganar independencia en el género. La búsqueda estilística que inició, se resume en la adecuación y la transformación de las fastuosidades en ligeras intervenciones; tales como la creación de cursos de agua anchos y sinuosos, plantación de hayas extensas con superficies de hierba y paseos delimitados por arbustos.

27 Fariello, F. (2004) *Ibidem*, pp. 221



Plano parque Stowe

La intervención en el palacio de Blenheim por parte de “Capability” fue una de las más grandes y famosas en su tiempo. El cambio significativo consistió en la alteración de todos los canales acuíferos para introducir un solo elemento dominante, el cual se convirtió en un “lago de amplias curvas con un puente que levantaba una presa para elevar el nivel del agua, con el propósito de formar islas”.

Brown construyó así muchos paisajes naturales con las mismas características y siguiendo sus principios de sutileza, haciendo lo posible por no abusar de las edificaciones artificiales como lo comenta Fariello en este párrafo:

*3 La composición general resulta grandiosa, serena y, al mismo tiempo, noble y elegante; los encuadres que forman parte de ella están diseñados con libertad y naturalidad. Con esta creación, Brown fue el primero en demostrar cómo se puede tratar un paisaje completo con la eficacia de un jardín y dedicarlo a fines puramente estéticos*

Repton hizo muchas aportaciones en el área conceptual de este arte; se le consideró a su trabajo como el justo medio entre los extremos del formalismo y el estilo paisajista. Fue el primero en adjudicarse el término de *Landscape gardening*, explicando su significado: “[...] mejorar el escenario de un paraje, a fin de mostrar su belleza espontánea con el mayor provecho, constituye un arte que tiene su origen en Inglaterra y que por eso se ha denominado jardinería inglesa, este arte sólo puede perfeccionarse asociando la obra del pintor paisajista, la del jardinero experto y la de arboricultor”<sup>28</sup>

Estableciendo esta definición en dicho arte, Repton logró dar seguimiento a distintos conceptos para la jardinería en general, lo cual fue de gran importancia en la Gran Bretaña puesto que lograron dar el impulso a la campaña inglesa de ese típico y característico aspecto de parque rural que presenta todavía en la actualidad.

Posteriormente a Repton, la influencia paisajista pierde fuerza en su significado artístico y expresivo. Sin embargo queda constatado el espíritu romántico de su configuración al querer: “[...] reflejar la multiplicidad del cosmos, y este deseo se manifiesta con la introducción de especies exóticas.”<sup>29</sup> Situación que compromete el origen del jardín pero que sin duda le otorga sentidos más amplios.

Como se ha podido apreciar, el estilo paisajista estuvo inmerso entre los distintos artistas como una suerte de representatividad personal, pero siempre con la constancia en la perspectiva intelectual, estética y filosófica. Mientras unos se influenciaban en las corrientes artísticas de la época, otros imprimieron su estilo buscando la independencia. A pesar de que no existen las obras tal y como ellos las constituyeron, algunos de los detalles más interesantes aún se conservan; ahora ellos son testigos esas geniales construcciones, lo que los convierte en documentos significativos que cuentan una parte de la historia del hombre: jardines históricos.



28 Fariello, F. (2004) *Ibidem*, pp. 234

29 Fariello, F. (2004) *Ibidem*, pp. 235



### 1.1.4 Jardines históricos. Concepto e importancia patrimonial

La visión del jardín como un componente importante dentro de la cosmovisión humana, como se ha mencionado, se conoce desde la antigüedad, tanto como reflejo del vínculo entre el hombre y su entorno, como la representación de sus más elevados conocimientos científicos, filosóficos y religiosos.



Jardín Surrealista de Sir Edward James,  
Las Pozas, Xilitla, Mexico

En la actualidad el valor de estos espacios deriva en la construcción de un ambiente recreativo, de apreciación artística-histórica y de lazo con los elementos de la naturaleza.

Dentro del ámbito del patrimonial es medular la convergencia del reflejo de las épocas en distintas dimensiones y su validación social para lograr claridad en la apreciación estética. Es el discurso que conlleva la trasportación de ideales para el goce de la obra, monumento, atmósfera y evento particular desde el conocimiento.

Desde este punto de vista, el jardín también debe de cumplir ciertos parámetros para el reconocimiento de su importancia histórica, artística y por lo tanto patrimonial. En este sentido, la concepción del jardín como lugar estético y pieza artística se suscribe la Carta de Florencia, realizada por ICOMOS (Comité Internacional de Monumentos y Sitios Históricos) para la salvaguarda de jardines históricos en Florencia, el 31 de mayo de 1981, la cual establece:

*Un jardín histórico es una composición arquitectónica y vegetal que, desde el punto de vista de la historia o del arte, tiene un interés público. Como tal está considerado como un monumento.*

3 *El jardín histórico es una composición de arquitectura cuyo material es esencialmente vegetal y, por tanto, vivo, perecedero y renovable.*

*Su aspecto resulta así como un perpetuo equilibrio entre el movimiento cíclico de las estaciones, el desarrollo y el deterioro de la naturaleza, y la voluntad artística y de artificio que tiende a perpetuar su estado.<sup>30</sup>*

Por otra parte la Dra. Ramona I. Pérez (2010) —especialista en el tema— lo define como:

3 *Una composición arquitectónica y vegetal que presenta un interés público desde cualquier punto de vista, sobre todo de la historia y el arte. Ambos elementos forman una unidad inseparable de gran valor estético, más su comprensión y su interpretación cambian según la época de su creación y funcionamiento. En este sentido, es indudable que un jardín histórico documenta el proceso de vida de una comunidad determinada [...] (pp. 7)*

Con las definiciones anteriores se puede concluir que un jardín histórico no sólo preserva una parte importante de la flora y en algunos casos la fauna de una región; sino que pondera la identidad pública de ella por medio de su enriquecimiento cultural dentro de la sociedad. Este tipo de vínculos y lazos de reconocimiento no se logran sólo con el paso del tiempo; su inserción en el imaginario de una sociedad va más allá de una concepción estilística o nombramiento político.

Determinar la concepción de un espacio público para su salvaguarda patrimonial no sólo deben preponderar los determinismos institucionales. Es por ello que, en este apartado, se propone una perspectiva desde la comunicación, donde la importancia del vínculo histórico se equipara al afectivo por

30 ICOMOS, (1981) *Carta de Venecia* [www.icomos.org](http://www.icomos.org)



Museo Bisai de Historia y Folklore, Ichinomiya, Aichi, Japón

medio del estilismo y el conocimiento, con el propósito de vislumbrar el valor de un espacio reconocible, habitable y parte del patrimonio a partir de la comunicación.

En la actualidad los lazos estéticos que unen al arte derivan en una multiplicidad de fenómenos abiertos a ámbitos, que en el pasado, resultaban inimaginables. Por otro lado, los términos de belleza generados en distintas épocas a la nuestra desembocan en frustraciones en el arte contemporáneo.

Para una perspectiva definida de lo anterior Beuchot nos comenta:

3 *Había esta discusión de si se le identificaba con el bien; sin embargo el bien agrada al apetito, a la voluntad; pero la belleza agrada a la contemplación. En la belleza predomina el aspecto intelectual, y los sentidos sólo le ayudan como ministros.*<sup>31</sup>

31 Beuchot, M. (2012) *Belleza y Analogía, Una introducción a la estética*, México: San Pablo, pp. 87

Un giro generalizado a la idea de belleza en cuanto a la satisfacción intelectual de cada ciclo artístico y estético. Lo interesante es como confrontar las ideas estéticas en ámbitos contemporáneos para generar puentes entre las muestras de arte antiguo o pasado. El reconocimiento lo da el tiempo, pero los vínculos de identidad deben de ir más allá de él; si no por la premisa de Beuchot: “lo bello es lo que complace al conocimiento; por eso lo bello se distingue; pertenece a la inteligencia. Por lo tanto, el placer estético es una captación intelectual de la belleza.”<sup>32</sup> Y al darle crédito a estas palabras se encontrará la vertiente para conectar las tendencias estéticas.

Como comentario final a estas reflexiones, se propone analizar al museo y en particular al jardín histórico como espacio donde confluyen ideas estéticas, históricas, pero sobre todo donde se recrea un ambiente artístico determinado por las percepciones de los visitantes, los cuales convierten la pieza dependiendo del momento de apreciación y de su conocimiento. Además de estos referentes, la evocación histórica tiene un papel muy importante para desencadenar la experiencia museal.

A partir de esta concepción, se deben de adecuar los mecanismos para poder ofrecer a los visitantes experiencias que enriquezcan su conocimiento y de esta forma alimentar su goce estético; siendo la apertura a ellos y los mensajes que se desean manejar en torno a él cuidadosos al mismo espacio, ya que la fragilidad que lo caracteriza es latente, no sólo de forma natural sino también de manera discursiva.

Tal como se describe en las recomendaciones de la Carta de Florencia antes citada, es conveniente pormenorizar las posibilidades a desarrollar en un jardín histórico; sin embargo también es una obligación divulgar los contenidos vertidos en él de manera óptima a la sociedad:

3 *Se deben organizar y preparar exposiciones con su correspondiente material pedagógico que ofrezcan una información lo más exacta posible sobre el origen del jardín y de todas las modificaciones sufridas a lo largo del paso del tiempo, dando*

32 Beuchot, M. (2012) *Idem*, pp. 89



*a conocer todos los documentos gráficos, literarios, artísticos, representaciones antiguas, acompañadas de maquetas que representen el jardín desde su origen hasta la actualidad, así como la historia de las especies que se han ido introduciendo y su evolución.*<sup>33</sup>

En este sentido, la premisa de reflexionar la tarea del Diseño y la Comunicación Visual dentro de los espacios patrimoniales incidirá en los procesos museológicos para lograr una simbiosis entre el visitante y la legitimidad del espacio, tanto desde su aspecto histórico, artístico y biológico como su habitabilidad, es decir, la inclusión de los visitantes como habitantes del jardín, temática central en esta investigación.

Finalmente, el jardín histórico, en el caso particular de la presente investigación, es parte de un entorno actualmente musealizado, del cual se toma sólo su carácter ornamental. Es por ello, que se inscribe la reflexión anterior con el objetivo de enlazar las características evocadoras de los dos sitios. Por un lado, la Casa Museo participa de contenedor de una atmósfera íntima donde las piezas generan una ambientación histórica y artística. Por lo que concierne el jardín, este no se trata de un elemento más dentro de la Casa, si no que recupera parte del discurso que en ella se deriva, el cual tiene el potencial artístico-histórico-afectivo, para ser un catalizador de significados que se adhieren desde la intimidad del espacio al imaginario colectivo de los visitantes. De esta forma, se le da la categoría de un Jardín Histórico dentro de una Casa Museo que merece la activación museográfica para ser apreciado como tal.



### 1.1.5 Jardinería en México

Tal como en otras partes del mundo, la tradición del jardín en México tiene raíces muy antiguas, sobre todo, por la gran biodiversidad que aprovecharon las culturas precolombinas tanto en la construcción de grandes y exuberantes jardines como en el ingenioso diseño que vinculaba al habitante con la naturaleza de su entorno, que incluso maravilló a los primeros europeos a su llegada.

En este apartado se pretende describir brevemente las principales características de la jardinería en México a través de la historia, los cuales han tenido influencia, tanto en el entorno urbano como en el privado, en la vida diaria del habitante mexicano. De esta forma, se busca contextualizar el papel que representan estas áreas dentro del espacio patrimonial desde su conformación estilística e histórica para convertirse en parte del tejido urbano y social.

La Gran Tenochtitlán es un ejemplo importante de construcción que armonizaba con su medio ambiente. “Esta ciudad se edificó en una laguna trazada, con una estructura de incomparable orden a través de canales”<sup>34</sup>. Las chinampas constituyeron un sistema de jardinería, cultivo y expansión territorial muy inteligente, inventado por estos pueblos, que consiste en un tipo de balsa la cual se cubre de tierra vegetal con una forma de composta. Esto permitía no sólo el cultivo de diferentes especies vegetales sino el aprovechamiento del territorio acuoso del valle.

Por otra parte, para los antiguos mexicanos el jardín semejaba “el cosmos celestial”<sup>35</sup> paisajes rituales, por lo que sólo tenían acceso a ellos las clases altas de la sociedad. Algunas de estas maravillosas construcciones fueron: el bosque de Texcoco de Netzahualcoyotl, Iztapalapa del señor Cuitlahuac, Atlixco, Oaxtepec y Chapultepec. A pesar de que no se tienen vestigios significativos de estos espacios, los registros documentan que se cultivaban hortalizas, árboles frutales, plantas medicinales y flores, entre otras particularidades como cotos de caza y estanques de agua para bañarse.

<sup>34</sup> Iglesia, R. (1972), *Cronistas e Historiadores de la Conquista de México*, México: Sep/Setentas, pp.73  
<sup>35</sup> Sá, A. & Pérez, R., coord. (2010) *Jardines Históricos Brasileños y Mexicanos*. México: UAM, pp. 8.

Si bien este fue un rico pasado de arquitectura del paisaje, su disposición desapareció casi por completo con la colonización, es por ello que las nuevas construcciones se definieron a partir de modelos europeos de diversa índole. Es así como en la etapa virreinal enumera distintos tipos de jardinería dependiendo de la actividad que se le daba al inmueble.

La jardinería especialmente la realizada en recintos religiosos cobró auge, como el Convento de los Carmelitas Descalzos en San Ángel, donde las huertas ocupaban una extensión considerable pues su importancia derivaba en ser el abastecimiento y medio de subsistencia de los religiosos. “En este contexto, en los conventos virreinales proliferaron huertos y jardines que revisten gran importancia no sólo en su aspecto artístico y económico, sino también dentro de la historia de la arquitectura civil y religiosa”<sup>36</sup> ya que ellos cuentan la historia de los primeros establecimientos construidos en la Nueva España.

Como aportaciones generales están los huertos, los cuales contribuyeron a la adaptación tanto de las especies vegetales europeas así como del conocimiento de las nativas americanas, “[...] otro de los legados de Occidente fue la introducción de nuevos paisajes y especies (cítricos) a los claustros y patios conventuales, de clara inspiración hispanoárabe”<sup>37</sup>.

En las áreas públicas se construyeron alamedas para el disfrute y recreo de los habitantes, con una marcada inclinación a las clases más altas de la época. La importancia de estos lugares deriva en la fuerte influencia del jardín clásico que prevaleció en México los siglos XVII a XIX. En este sentido, el desarrollo de los jardines botánicos aumento con el advenimiento del Siglo de las Luces ya que estos no sólo cubrían la necesidad científica imperante, sino un sentido mercantilista de experimentación agropecuaria.

Desde la perspectiva de la vida privada, las casas de ciudad, a diferencia de los conventos, no contaban generalmente con jardines. “En los palacios novohispanos, el patio con su fuente en el centro y los corredores que lo rodeaban, generalmente adornados con macetas, hacían las veces del



La Alameda Central de la Ciudad de México, N. Currier, 1848

jardín.”<sup>38</sup> Este tipo de jardín es el antecedente de los patios de hogares en la actualidad. Sin embargo, en esa época, los jardines eran más frecuentes en las casas de campo a las afueras de la ciudad y pueblos aledaños.

Pasada la guerra de Independencia, el jardín se fue convirtiendo no sólo en el espacio de recreo y convivencia comunitaria sino en un verdadero receptáculo de servicios públicos para todos. “En este contexto, trascendieron [...] los paseos, las avenidas barrocas, además de los jardines botánicos ilustrados [...] como una moda impuesta a las artes por el propio eclecticismo.”<sup>39</sup> Lo que también dio paso a la evolución de los estilos y las representaciones paisajistas a lo largo del país predominando el discurso del recién introducido del Capitalismo *civilización y progreso*. Es por ello que el desarrollo del jardín del Palacio Nacional es un claro ejemplo de ello:

36 Sá, A. & Pérez, R. (2010) *Ibidem*, pp. 9

37 Sá, A. & Pérez, R. (2010) *Ibidem*, pp. 10

38 Cortina, L. (2012) *Jardín del Museo Casa de la Bola en Las Quintas de Tacubaya*. Reynoso, A. (Coord.) México: Ediciones de la Delegación Miguel Hidalgo, pp. 141

39 Sá, A. & Pérez, R. (2010) *Ibidem*, pp. 11



Con una visión completamente modernista ilustrada, la Corona española transformó el Jardín Botánico en un lugar de estudio de la botánica en la Nueva España. A partir de finales de aquella centuria se aclimataron plantas llegadas de distintas zonas novohispanas, algunas de las cuales se enviaron a la metrópoli española para difundir su conocimiento y estudio. Respetando su tránsito histórico se ubicó en la zona suroriente, y tanto la vivienda del jardinero real como la del maestro se instalaron en el Palacio Virreinal. Fue en esta época cuando el Jardín Botánico de la Nueva España tuvo una gran relevancia. La Universidad Pontificia de México instaló una cátedra de botánica en el mismo, y los estudios se realizaron básicamente con plantas netamente mexicanas.<sup>40</sup>

Sin lugar a dudas, el predominio del estilismo europeo contribuyó a la construcción de nuevas áreas verdes, como lo fue el Paseo de la Reforma, creado en el Segundo Imperio por Maximiliano de Habsburgo. Muchos autores sostienen que este personaje buscó desarrollar proyectos desde el punto de vista naturalista, científico, humanista y sobre todo de diseño urbano de primer nivel. Otros ejemplos importantes a mencionar son los jardines del Alcázar de Chapultepec, los arreglos emprendidos en el Jardín Borda y la creación de la Casa Olindo.

El amplio interés que Maximiliano mostró por el desarrollo urbano, derivó en muchos proyectos paisajísticos y de estrategia para insertar a México en la modernidad del siglo XIX. Felix Martínez y Saúl Alcántara en su escrito *Maximiliano de Habsburgo: Paisaje y Jardín en México* afirman: “todas estas ideas y proyectos respondían a un planteamiento global para mejorar las condiciones de vida en su conjunto y a una nueva concepción de la ciudad y su paisaje, y de haberse llevado a cabo en su totalidad, habrían modificado sustancialmente la fisonomía del paisaje urbano, [...] pero también hubiesen provocado la destrucción de edificios con valor histórico.”<sup>41</sup> De esta forma

40 <http://www.palacionacional.gob.mx/visita-informativa/virreinato-finales/espacios/67-el-jardin-botanico.html>, información obtenida el 20 de septiembre de 2011

41 Martínez, F. & Alcántara, S. (2010) *Maximiliano de Habsburgo: Paisaje y Jardín en México (1864-1867)* en *Jardines Históricos Brasileños y Mexicanos*, Sá, A. & Pérez R. (Coord.) México: UAM, pp. 200

se puede dar cuenta de la envergadura del proyecto de nación, en el sentido urbanístico, de la época siendo uno de los más importantes a lo largo de la historia en México.

Posteriormente, a partir de la tendencia decimonónica desarrollada como consecuencia de la transformación política y social del país, el eclecticismo participó de manera sobresaliente en los arreglos de los jardines nacionales privados y públicos. Uno de los estilos más característicos de la República Restaurada fue el afrancesado con una combinación simétrica y escultura neoclásica. Desde este momento se introdujeron detalles románticos definidos por el diseño mobiliario. “Así, convivían dos estilos encontrados; uno que se basaba en la reinterpretación de las reglas clásicas del arte, mientras que el otro ponía el acento en el predominio del sentimiento sobre la razón.”<sup>42</sup>

Con la llegada de la etapa porfiriana en México, floreció el programa de expansión del verde urbano desde una perspectiva modernista y cosmopolita, la cual propiciaría también la inversión extranjera y la construcción de amplias y refinadas residencias. Por ende, el reflejo de los avances científicos, tecnológicos y artísticos residían en el crecimiento de las áreas públicas de México como parques y jardines. Tal fue su impacto que hoy en día, estas construcciones, son el cimiento de la infraestructura sanitaria y material.

Como se mencionó con anterioridad, los arreglos imperantes se derivaron del paisajismo francés y el inglés. Siendo el primero el que obtuvo más auge en extensiones importantes dentro de la Ciudad de México. Sin embargo como preferencia a esta investigación, enfocándose en la adaptación del estilo inglés, se encuentran ejemplos sobre salientes como el Bosque de Chapultepec, en donde confluyeron todas las idealizaciones del estilo de vida de las clases altas.

*Además de sus propias instalaciones y su aspecto rústico y agreste daban la sensación de una idea romántica del espacio, con sus esculturas mitológicas y alegóricas, un lago artificial, un invernadero*

42 Pérez, R. (2010) *El eclecticismo histórico en la arquitectura de jardines de la ciudad de México: 1866-1929*. en *Jardines Históricos Brasileños y Mexicanos*, Sá, A. & Pérez R. (Coord.) México: UAM, pp. 233

3

de viguetas metálicas y vidrio, un café restaurant de fierro fundido a la manera neogótica, un zoológico a la manera rústica con sus corrales y jaulas de madera, además de otras instalaciones que se establecieron en el siglo XX, como un prado para juegos y clubes deportivos.<sup>43</sup>

Con lo anterior, se puede constatar que la arquitectura de parques y jardines en el Porfiriato respondió al crecimiento de una gran urbe moderna vinculada a la industrialización y al aumento de población exponencial demandante de servicios públicos. En este sentido, la amalgama de estilos confería una atmósfera ecléctica, en donde no sólo se encontraban piezas de arte, sino también centros educativos, recreativos y de servicios básicos.

Al surgir la Revolución Mexicana en los inicios del siglo XX, la evolución urbanística tuvo un severo declive. A pesar de este retroceso, poco a poco se recuperaron algunos proyectos, muchos de ellos siguiendo los detalles franceses de su etapa predecesora. Por otro lado, aparece uno de los personajes más importantes en lo que desarrollo de parques y jardines en México se trata, Ing. Miguel Ángel de Quevedo. Pese a que durante el mandato de Porfirio Díaz no fue notoria su participación, pero sus ideas desarrolladas después aún persisten hoy en día.

El Ing. Miguel Ángel de Quevedo, conocido como el “Apóstol del árbol” por su ardua labor protectora de la flora mexicana, llevó a cabo proyectos de jardines infantiles basados en la enseñanza y en la protección de áreas verdes, una de sus contribuciones más importantes fueron los Viveros de Coyoacán. Su carácter era funcionalista y parteaguas para el diseño de jardines con un sentido recreativo mayormente en detrimento al arte de la jardinería, como se puede apreciar en la actualidad.

Hablando ahora de los espacios privados del siglo XIX y XX la influencia se reflejó en el jardín de ornato. En las casas de campo, existe alberca en el centro o a un lado y grandes áreas despejadas cubiertas de pasto y en las orillas macizos de flores y agrupamientos irregulares de árboles, como

aspecto decorativo y recreativo. Mientras que en la ciudad, cada vez más sucumbida por los problemas de espacio, es más difícil encontrar este tipo de configuraciones a menos que sea un espacio común o bien preservado, como los jardines musealizados en Casas históricas, como se verá en la sección subsecuente.

Finalmente, se suscribe los últimos sistemas urbanos en los que la jardinería se basa para su desarrollo. Uno de los ejemplos más significativos es el Parque Polanco, en el cual prevalece el *art deco* y colonial californiano. Si bien fue una forma de introducir los nuevos diseños de los años 40 del siglo XX, también se trató de integrar elementos nacionales como parte de la identidad mexicana.

Es cierto que, la arquitectura del paisaje dentro de la Ciudad de México se ha construido con base a los más altos estándares y desde las más variadas perspectivas; sin embargo, no hay que dejar de lado la desprolija mancha urbana producto de la sobre población y de la falta de planificación de asentamientos para la sociedad con pocos recursos. Es así como también prosperan los sitios públicos como los mercados y tianguis junto con lo coloquial, el misticismo, el colorido que se mezcla con las edificaciones modernistas. Con ello se busca fortalecer la identidad ecléctica, histórica, patrimonial y artística de los jardines y parques que han ido transformando no sólo su papel dentro del tejido urbano, si no su vínculo con la sociedad.



43 Pérez, R. (2010), *Ibidem*, pp. 242





## 1.2 Las Casas-Museo: contexto y construcción

Si se hablara de la historia de las instituciones museísticas, indudablemente las casas históricas o casas museo encabezarían la lista de ejemplos como sus aproximaciones más antiguas. La historia del espacio museal tuvo sus orígenes en el coleccionismo privado. Una vez que el museo empezó a ser concebido para un público mayoritario, es cuando la construcción de los discursos se realizó alrededor de un mensaje; sin embargo el coleccionismo nunca se dejó de lado y la proliferación de la exposición objetual ha ido en aumento.

Es así como, siendo el espacio museal diverso, los factores que determinan su misión dentro de la sociedad están establecidos por su historia. “para algunas sociedades y en algunos momentos ha sido una institución tradicional, estática, formadora y fortalecedora de la ideología de cierta clase en el poder. Para otras, el museo se ha desarrollado en ciertos momentos como institución renovadora y vanguardista” (Martínez O., Portillo G., López M.: 2001-21) El carácter diferenciador entre un museo estático y uno vanguardista, está en la forma en que se diseña su discurso y los canales de los cuales se sirve para cumplir su misión.

En este tenor, las Casas Museo tienen, entre muchos, dos atributos primordiales:

- 1) Un carácter histórico tanto de la cotidianidad de una época en particular como la forma de vida algún personaje importante.
- 2) Un sentido de pertenencia y/o identidad propio de la región o país en donde se encuentra.

Según Pinna —importante arqueólogo impulsor de estos inmuebles— “El énfasis está en el hecho de que las casas históricas, cuando son abiertas al público están conservadas en su condición original (ej. con el mobiliario y la colección hecha por la gente que solía vivir ahí) y no han sido transformadas para acomodar colecciones de diferentes recursos”<sup>44</sup>. Es como, en este tipo de espacios, los procesos de museística – ya sea de gestión o museografía- se llevan a cabo de manera diferente. Siendo su principal importancia ser testimonio y herencia de la vida de otros tiempos.



### 1.2.1 Concepto, historia y su contexto social

Como muchas ramas de la museística, la definición y los conceptos formales que encierran dichos museos están por formalizarse. A pesar de ser sitios con mucha antigüedad, su concepción museológica y sus aplicaciones técnicas apenas están siendo desarrolladas y teorizadas.

El ICOM (International Council of Museums), organización de la UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), participa en estos trabajos de investigación a través del comité de DEMHIST (International Committee for Historic House Museums) —establecido en 1997— el cual se centra en “la conservación y gestión de las Casas-Museo, desde la gama de castillos hasta las casas de campo, de todas las épocas. En

<sup>44</sup> Pinna, G. (2001) *Introduction to historic house museums* en Museum International, París: UNESCO. No. 210, pp.4

la interpretación de estos inmuebles de corte histórico, arquitectónico, cultural, artístico y su contexto social.”<sup>45</sup> Con poco más de una década, este comité está sentando las bases de una política de conservación y gestión de Casas Museo alrededor del mundo, así como sus implicaciones teóricas y técnicas.

Según esta organización, “la categoría de casa museo incluye desde castillos hasta cabañas, de todos los períodos históricos. La interpretación de las casas museo abarca el aspecto histórico, arquitectónico, cultural, artístico y social”.<sup>46</sup> Mientras que Rossana Pavoni, teórica de este tipo de institución comenta “Una casa museo es aquella que captura las cualidades didácticas y de conservación de un museo, también comunica connotaciones emotivas y cognitivas de la casa”<sup>47</sup> De esta forma se puede vislumbrar la dificultad implícita para definir este tipo de lugares; siendo los principales ingredientes el edificio y las piezas, pero el catalizador el ambiente y la evocación del personaje que habitó en ella.

La colección que está al resguardo de las Casas Museo es uno de sus componentes más significativos para ellas, ya que no solamente forman parte importante del acervo, sino que le dan sentido a toda la exhibición y permiten recrear atmósferas históricas. Es así como, la naturaleza de las mismas complica la manipulación y la administración tanto del inmueble como de las exposiciones y la actualización del espacio en todos sus ámbitos. La problemática deriva en la conservación, restauración, seguridad de los objetos, la muestra de dichos objetos y el discurso.

En este sentido, la complejidad del mensaje y propósito, que encarna el espacio, corresponde con encontrar la forma de vincular el espíritu de las personas que vivieron en el inmueble con el público. Este atributo es vital en relación con otros espacios de la misma índole, pues evocan la historia y la ponen en contacto con el espectador.

45 International Committee of historic house museums (DEMHIST). Referencia electrónica. <http://demhist.icom.museum/shop/shop.php?detail=1255432597> Recuperado el 23 de noviembre de 2010

46 DEMHIST, *Idem* Recuperado el 5 de diciembre 2012

47 Pavoni, R. (2001) *Towards a definition and typology of historic house museums* en *Museum International: Historic House Museums* Vol III. E.U.: Blackwell Publishers, pp. 16



*Este aspecto, toma una especial importancia contra el antecedente de otra característica exclusiva de las casas históricas, que es su significado inmutable y la posibilidad de manipular ese sentido con la misma facilidad que con la que otros objetos pueden hacer para contar historias diferentes en otros museos.”<sup>48</sup>*

Se puede decir que, estos testimonios vivos de la historia se encuentran, como un mosquito de la prehistoria: en ámbar, no pueden ser modificados o alterados sin falsificar la historia. Como se comentó anteriormente, este tipo de instituciones museísticas tienen mucho tiempo de establecerse; pero en realidad poco tiempo en ser reconocidas. En la actualidad se están volviendo muy populares para el público.

Pinna plantea este nuevo interés al expresar, “ellos reflejan la comunidad de la nación, hay lugares en los cuales la memoria colectiva es creada y preservada, lugares donde los miembros de estas comunidades y naciones encuentran su propia identidad”. Esto, en años recientes, cobra trascendencia pues la globalización y fenómenos sociales hacen necesario, dentro de la sociedad, la búsqueda de identidad. Es así como las Casas-Museo conforman refugios los cuales simbolizan su idiosincrasia, su especificidad y diversidad.

De esta forma, las Casas-museo cobran mayor importancia en la creación de vínculos, tanto entre la comunidad propia del sitio, como de foráneos por su naturaleza evocadora. En especial y a diferencia de otros museos, el verdadero potencial de las Casas Museo no radica en sus objetos per se si no por su significado puesto que “encarnan la imaginación creativa de las personas que vivían y se movían dentro de sus muros, que hizo uso diario de los objetos.”<sup>49</sup>

El reto principal que enfrentan las Casas-museo es la sustentabilidad pues “podrían y deberían inspirar un sentido de asombro basado en sus escalas, así como la decoración interior; por ser símbolos de poder y privilegios; por mostrar estilos de vida diferentes, por producir asombro e inspiración

48 Pinna, G. (2001) *Idem*

49 Pinna, G. *Idem*, pp. 23



para entender las artesanías que crearon el edificio y las destrezas modernas de conservación.” (DEM HIST 2008).

Visto desde esta perspectiva estos edificios son los símbolos de eventos y épocas de carácter positivo o negativo, así pueden ser totalmente aceptados o totalmente negados. Sin embargo, la identificación de los temas y problemas inherentes a la museología de las Casas Museo sólo es posible si son definidos su naturaleza y funciones en su entorno socio-cultural.



### 1.2.2 Las casas museo de México

Tal vez una de las características más ricas de nuestro país es su diversidad en todos los sentidos: biológica, etnológica, arqueológica, cultural, entre otras. Esta particularidad hace que México sea un país prolífero en espacios museales de distinta índole. Las Casas Museo son buena cuenta de ello, tanto por los ejemplos arquitectónicos y artísticos que perduran (la gran mayoría originados por la tradición coleccionista de México) como por los personajes que han habitado estos escenarios.

México es uno de los países con mayor afluencia turística de América, uno de sus grandes atractivos es su gran diversidad en patrimonio tangible e intangible, de los cuales el museo es su resguardo de primera mano. Las Casas-Museo son un tipo de espacio muy característico en el país y muy especialmente en la Ciudad de México.

Sin embargo y a causa de muchos motivos, como políticas culturales poco favorecedoras a ellos, —puesto que algunos suelen ser pequeños sitios y de particulares— es que su difusión y conservación es precaria. De esta forma, los esfuerzos conjuntos, que se llevan a cabo para el fortalecimiento de las Casas Museo, son reducidos en comparación con otros espacios que existen alrededor de la nación.



Casa Estudio Luis Barragán , Ciudad de México

En definitiva, estos espacios museales no carecen de características patrimoniales, por el contrario se potencian de manera especial; esto se debe a los pormenores geográficos y los detalles sociales que los envuelven, es decir, la atmósfera del lugar donde se localiza, pueblo o ciudad. Por otro lado, los propietarios y/o encargados de estos sitios, en la gran mayoría de los casos, cuentan con un lazo afectivo y profesional que los hacen partícipes activos en la creación del ambiente particular en la Casa Museo.

Como sucede en este tipo específico de museo en el mundo, las organizaciones existentes para su difusión y salvaguarda son recientemente creadas y aunque sus acciones son por demás importantes, no dejan de ser contadas. Entre las más importantes que se pueden mencionar están el CONACULTA (Consejo Nacional para la Cultura y las Artes), el INAH (Instituto Nacional de Antropología e Historia) —ambos con carácter gubernamental— y el ICOM. Por parte de este último, la Mesa de Trabajo Mexicana de Casas-Museo (DEM HIST-México) empezó sus actividades hace apenas cinco años gracias al esfuerzo y apoyo de la mesa directiva de dicho comité. Entre algunas de las gestiones que se han ido realizando en esta mesa de trabajo, en primera instancia, es la reunión y organización de las Casas-Museo de la

Ciudad de México, las cuales son:

- Museo Casa de la Bola
- Capilla Alfonsina. Centro de Estudios Literarios “Alfonso Reyes”
- Instituto del Derecho de Asilo, Museo Casa de León Trotsky A.C
- Museo Frida Kahlo, Casa Azul
- Museo Casa Estudio Diego Rivera y Frida Kahlo
- Museo Dolores Olmedo
- Museo Casa del Poeta Ramón López Velarde
- Casa Estudio Luis Barragán
- Museo Casa de Carranza
- Centro Cultural Isidro Fabela, M
- Museo Casa del Risco
- Museo Nacional de Historia, Castillo de Chapultepec

Hasta ahora las Casas-Museo del Distrito Federal, que suman once en total, han tenido varias reuniones donde el principal objetivo que se han propuesto es la difusión y fortalecimiento de estos sitios como patrimonio de la nación y divulgador de la cultura.

Cabe mencionar que no se cuenta con una base de datos oficial de las Casas-Museo a nivel nacional. Pero si existen esfuerzos diversos para espacios museísticos en general, uno de los ejemplos más importantes es el Sistema de Información Cultural (SIC) del CONACULTA<sup>50</sup>, el cual cuenta con registros de diversas características como de instituciones culturales, convocatorias, festivales, creadores e intérpretes, producción editorial, medios, entre otros.

En cuanto a espacios, el SIC los catalogan de acuerdo el estado, el municipio y localidad; sin embargo también toman en cuenta publicaciones, festivales, artesanías y otro tipo de fenómenos culturales. Específicamente en museos, este sistema ha registrado 1218 espacios (en 2010) en México tanto de carácter gubernamental como privado, pero no existe una delimitación de la especificidad de dichos espacios.

DEMIST está en la investigación y creación de una base de datos nacional de Casas Museo, la cual va creciendo conforme los esfuerzos se van sumando. Hasta ahora se han encontrado datos de aproximadamente 55 sitios; siendo la dificultad principal en la estructuración de la misma que un gran porcentaje son lugares privados en accesos remotos y pocos son los datos que se tienen de los mismos<sup>51</sup>.

México no sólo tiene las herramientas concretas para convertirse en una potencia en cuanto a Casas Museo se refiere. Existen, además, a su alrededor, actividades y patrimonio intangible que enriquecen tanto la historia y ambiente del espacio, como la experiencia del visitante. Es por ello que, es necesario voltear la mirada a todos estos lugares entrañables que posee nuestro país para lograr su reconocimiento dentro de la sociedad y convertirlos en catalizadores de identidad e imaginario colectivo.



### 1.2.3 Tacubaya: sus casas y jardines privados. Breve descripción histórica

Muchos son los atributos que se pueden describir de Tacubaya, desde su posición territorial estratégica hasta su conformación lacustre. Bernardo Pérez Fernández del Castillo, reconocido historiador, comenta en su libro “Tacubaya. Historia, leyendas y personajes” que este sitio fue testigo, desde remotos tiempos, de asentamientos humanos, ya que en él se encontraron antequisimos vestigios de herramientas prehistóricas.

Uno de los detalles más sobresalientes se encuentra en el origen del nombre. ‘Atlacuihuayan’, ‘Atlacihuyan’, ‘Tlacubaya’, ‘Tlacuiuaia’, ‘Tlacabuye’<sup>52</sup>, son algunas de las distintas denominaciones conocidas de Tacubaya. Posterior a la Conquista se le llamó San José de Tacubaya y después de la matanza de

50 <http://sic.conaculta.gob.mx>, información recuperada el 23 de junio 2010

51 Información recabada por DEMIST-México hasta octubre de 2011 (Lourdes Monges S. y Ma. Inés Madinaveitia Ramírez) se anexan datos.

52 Pérez, B. (2004) *Tacubaya. Historias, leyendas y personajes*. México: Porrúa, segunda edición. pp 57



Arco de Parque Lira

los mártires, Tacubaya de los mártires. De estas acepciones la más aceptada es Tlatlacuiuyan “lugar donde se toma el agua ó lugar del atlat”; el atlat fue un arma prehispánica en forma de ballesta, la cual se presume fue perfeccionada en esta zona.

El elemento más representativo en la historia de Tacubaya es el agua. No sólo por el origen de su nombre, sino por lo que ha significado como medio de comunicación, abastecimiento y facilitador de cultivo. Así como su clima “uno de los mejores del mundo, y, prueba perfectamente para la curación de algunas enfermedades y convalecencia de casi todas...<sup>53</sup>” del cual se sirvieron

algunos pueblos prehispánicos como refugio, pues sus barrancas y ríos fueron sitio seguro para guarecerse de enemigos. Esta región también se ha distinguido por su altura- la cual se beneficiaba por no ser alcanzada por las inundaciones- y localización estratégica, así que para antes de la llegada de los españoles a América tenía amplia importancia urbana.

*Sin duda alguna, éste no era uno más de los poblados en los alrededores de la laguna, pues abría la puerta de entrada a Toluca y Morelia, era aduana de mercaderes y viajeros, lugar de paso hacia Azcapotzalco, Tacuba y Coyoacán, centro de comercio de madera y leña, espacio para rituales religiosos y además un sitio hermoso aún sin el esplendor arquitectónico de las épocas posteriores.<sup>54</sup>*

53 Manuel Payno, 1856, citado por García, A. & Bustamante, M. (1999) *Tacubaya en la memoria*. México: Gobierno de la Ciudad de México, pp. 11

54 García, A. & Bustamante, M. (1999). *Idem*, pp. 18

En este sentido, las edificaciones que se realizaron en la época Virreinal corresponden a un desarrollo, inicialmente religioso y consecutivamente aristocrático. Contaba con numerosos barrios que se fueron formando a través de distintas motivaciones como enclaves de batalla y parcelas para cosecha. A pesar de que se resistía a ser totalmente urbanizada, esta región prontamente se convirtió en un sitio muy poblado, atestado de comercio, pero organizado por múltiples calles, plazas y sitios públicos.

Con el paso del tiempo, la transformación de esta zona se vio concretada con la construcción de villas de lujo, producto del asentamiento de familias de estirpe que se vieron atraídas por el magnífico clima, la altura y la disposición del terreno para construir casas con jardines. De esta forma, existieron calles caracterizadas por las múltiples construcciones aristócratas y otros sitios de recreo, como por ejemplo la calle Real la cual remataba con la hermosa Plaza Cartagena con un bello jardín.

Tacubaya, al convertirse en un paso para distintas zonas del país a la ciudad y viceversa, sufrió deterioro severo en las calles. Por ello, en el periodo de 1852 a 1856, gracias a la “Sociedad de Mejoras Materiales de Tacubaya” se llevaron a cabo muchas mejoras urbanas, con lo que el aspecto en general se vio favorecido, con lo cual se empezó a caracterizar por su estética europea, como lo comenta Payno.

*Con un poco de aseo y de gasto por parte del gobierno para componer las calles, sería muy semejante a esos tranquilos y bellísimos pueblecitos de las cercanías de Londres, donde la aristocracia del comercio tiene sus casas de campo.<sup>55</sup>*

Continuando con el desarrollo urbano de Tacubaya, se tiene que era rica en plazas, portales y alamedas, por su gran auge comercial. La Ermita de Tacubaya fue la primera plaza que se circunscribía en esta zona. Cerca de ella, existió el famoso portal de Cartagena (actualmente destruido) donde se abastecía la comunidad de todo lo necesario, desde alimentos hasta vesti-

55 Manuel Payno, 1856, citado por García, A. & Bustamante, M. (1999). México: Gobierno de la Ciudad de México, pp. 67

menta. Más adelante se encontraba el corazón de Tacubaya, el cual se coronaba con la Plaza de Cartagena, albergaba un bello jardín, con una calzada de fresnos, fuente central, flores y arbustos, todo con un toque diverso, ya que la población ayudó a su restauración.

Otro sitio importante fue la llamada Alameda de Tacubaya (situada a un costado del cementerio del Convento de Santo Domingo), un parque con fuente del cual partían los tranvías a San Ángel. Se consideraba un punto de encuentro común para los habitantes ya que frente de este lugar se encuentra la Parroquia de la Candelaria.

Llegado el siglo XIX el desbordamiento de la ciudad afecta a Tacubaya de forma decisiva. Este crecimiento urbano se debió a situaciones acontecidas desde la Guerra de Independencia, pues la inseguridad del centro de la ciudad forzó la migración de muchos pobladores; así en 1826, esta zona contaba con más de 3528 habitantes. Posteriormente, con la Reforma y la desamortización de los bienes eclesiásticos, la propiedad privada se incrementó y con ello la población también; consecuentemente en 1863 a Tacubaya se le consideró ciudad.

Sin lugar a dudas, tanto el Imperio de Maximiliano como la época Porfiriana fueron determinantes para la modificación completa de la Ciudad de México y también de Tacubaya. Uno de estos cambios significativos derivó en la construcción de Paseo de la Reforma, puesto que cambió la traza completa de las calles y rompía con los vínculos de acceso hacia Tacubaya. Sin embargo durante los 30 años de gobierno de Porfirio Díaz, tanto los avances en transporte y comunicación como de cultura y ciencia fueron bastantes. Con ello, la importación ideológica y estética (mayoritariamente francesa) culminó con construcciones impresionantes y la población aumento para 1898 a 12000 habitantes.

3 *La mayor influencia de Díaz en Tacubaya fue la puesta en marcha del ferrocarril y los tranvía; a estos les siguieron el establecimiento del Observatorio Astronómico y Meteorológico y la Comisión Geodésica en el ex Arzobispado, la estación sismológica, el fomento de la fabricación de pólvora en Santa Fe, el establecimiento de un cuartel en el ex convento de San Diego, la construcción de la estación de bombeo de agua de la Condesa*

*y de tanques de almacenamiento de Dolores, las escuelas Justo Sierra y Guillermo Prieto, el Palacio del Ayuntamiento, el mercado y el rastro.*<sup>56</sup>

Después de la Revolución y otros acontecimientos históricos, la Ciudad de México se convirtió en una zona densamente poblada en el centro y toda su periferia. Por este motivo, muchos de los espacios públicos y algunas edificaciones expropiadas empezaron a formar parte del fraccionamiento de la Ciudad en pequeños predios, con ello Tacubaya perdió aquella fisonomía de villa campestre.

Pronto, Tacubaya en el siglo XX se convirtió de ser una villa aislada a una zona para la clase media capitalina; los barrios, los callejones y las plazas se insertaron en un “México moderno incrustado en el antiguo.”<sup>57</sup> Tanto las nuevas construcciones de dimensiones moderadas, como los restablecidos espacios públicos buscaron una identidad dentro de los viejos estilos porfirianos.

En este tenor y aún antes de la Revolución, surgieron la colonia Roma, Condesa, San Pedro de los Pinos e Hipódromo Condesa –ya en los años 30 de ese mismo siglo-, con residencias destinadas para la burguesía actual. A través de la popularidad de estas colonias, se dio paso a nuevas colonias para habitantes con pretensiones económicas cada vez más altas a zonas más allá de Tacubaya como las Lomas de Chapultepec, Polanco, entre otras.

Como se ha podido describir, la región de Tacubaya es un cúmulo de historias, personajes y metamorfosis urbanas que definen a la Ciudad de México. A pesar de ser un “ecosistema” por si misma, Tacubaya representa no sólo la modernización de asentamientos mexicanos, sino que también fue testigo de trasformaciones ideológicas y tecnológicas a lo largo de toda su historia, cuenta de ello son sus edificaciones (muchas de las cuales están desaparecidas en la actualidad) algunas presentes aún.

Buena parte de estas construcciones fueron de carácter privado y son ejemplo de una estética rica en ostentación. Ellas cuentan una historia

56 García, A. & Bustamante, M. (1999). *Ibidem*, pp. 100

57 García, A. & Bustamante, M. (1999). *Ibidem*, pp. 103



poco vista de esta ciudad, por lo que se le dedicará un apartado a continuación, puesto que el sitio específico de la investigación se centra en una de ellas. Tacubaya es un sitio que encierra bellos parajes de la historia mexicana, la cual forma parte de la delegación Miguel Hidalgo, con sus más de 3500 colonias, sigue contando con una belleza enigmática que puede sorprender a cualquier habitante ciudadano.

### *Las casas y los jardines privados de Tacubaya*

La región de Tacubaya se caracterizaba por el estilo arquitectónico europeo, sobre todo el francés, de las construcciones: techos inclinados con tejas de pizarra y mansardas, columnas y escalinatas de mármol, aplicaciones de bronce forjado y muchos otros detalles.

En general las casas aristocráticas de campo conservaban la misma estructura, es decir, dos niveles con un gran patio; la planta baja se utilizaba como área pública y para el servicio y en la planta superior se encontraba la parte privada. Este tipo de construcciones son las que prosperaron en Tacubaya. Ahondando más en sus características peculiares, se puede decir que contaban con huertas extensas, inmensos jardines, caballerizas, oratorios y capillas propios, cocheras, zaguanes, patios y corredores de cantera.

La proliferación de estos asentamientos hizo que a Tacubaya se le conociera por sus “villas italianas” ya que contaban con jardines, hortalizas y huertos suficientemente grandes como para subsistir por ellas mismas. De esta forma la configuración tradicional de chozas de adobe fue reemplazada por quintas ostentosas de familias pudientes que venían de la ciudad.

*El lujo y el refinamiento del mobiliario y de la decoración era la expresión del savoir vivre de los propietarios: piezas hermosamente talladas, muebles de maderas preciosas con incrustaciones de bronce, marfil o concha; así como alfombras orientales, plafones, candiles franceses, tibores, relojes, cajas de música, bibelots, vajillas y mantelería con el monograma de familia. Todo llevaba el sello de elegancia que correspondía al estilo de vida de esos prominentes personajes.<sup>58</sup>*

Ejemplos memorables de estas casas son las de los Mier y Celis, Escandón, Barrón, Jamison, Bardet, Yturbe, Carranza, Béistegui, Algara, Laforgue, Torres Adalid, Posada, Zamora y Duque, por donde desfilaron personajes tales como Santa Anna, Ignacio Comonfort, la marquesa Calderón de la Barca y el Poeta José Zorrilla. La mayoría de ellas ha sido destruida.

El inicio del recorrido por las Quintas de Tacubaya principia con la imponente casa de los Mier y Celis. Su portón aún es recordado como uno de los más impresionantes, inspirado en el de Constantino, fue una clara muestra del estilo neoclásico. No sólo contaba con los jardines, fuentes y quioscos característicos, sino que su capilla era una reconstrucción en escala menor a la del panteón de Agripa en Roma.

Siguiendo el paseo, por la antes llamada calle Real, se encuentran las casas más lujosas. Una de ellas es la que perteneció a la familia Escandón que tenía en su interior una calzada con altísimos árboles, los cuales conducían a la fachada de la casa asentada en forma circular.

Tal vez uno de los aspectos más sobresalientes de la Casa Escandón se encuentra en sus detalles monumentales, tales como la cúpula de cristal que cubría el patio y las columnas labradas; sus habitaciones semejabán el



Casa Escandón, Tacubaya

estilo inglés. La extensión de su área verde era considerable, así que proporcionaba una vista inigualable a las habitaciones de la planta alta.

En la visita histórica de estas quintas, se encuentra la casa de la familia Barrón. Su estilo inglés y la forma de aprovechar el terreno fueron atributos que llamaban, de primera mano, la atención. “La entrada principal a esta propiedad era a través de un arco que daba acceso a la calzada que conducía a un jardín maravilloso.”<sup>59</sup> Su magnificencia se entendía con su vista hacia los volcanes Popocatepetl e Iztaccihuatl, Chapultepec y el Valle, así como sus caballerizas y demás atractivos. Más adelante, en lo que hoy es Parque Lira, se encuentra la Casa Amarilla, construcción del siglo XVIII, que se caracterizaba por poseer una pequeña plaza de toros y una capilla a la Virgen de Guadalupe en su jardín. Actualmente está alberga la biblioteca y la Delegación Miguel Hidalgo.

### Jardines privados

Los jardines que aparecieron en la zona contaban con una desbordante vegetación, entre ellos huertos de olivos y frutales con hermosas fuentes coronadas por magníficas esculturas; los lagos, estanques, verandas, invernaderos de flores exóticas, los kioscos y terrazas de vitrales emplomados conformaban el paisaje de esas opulentas quintas para deleite y admiración de moradores y visitantes.

Para mediados del siglo XIX Tacubaya se había convertido en un inmenso y bello jardín. Gracias a las Quintas que habían traído árboles europeos de gran tamaño como los encinos, madroños y pinos, la vegetación se desbordaba por los gruesos muros de ellas, logrando hacer de la vista exterior un hermoso paraje que inundaba el ambiente de olores florales.

Las edificaciones campestres eran visitadas mayoritariamente por sus propietarios los fines de semana y en temporadas largas durante el verano a disfrutar las bondades del clima, la vegetación y las diversas actividades al aire libre. Para construir esas fincas se habían elegido sitios que distaran pocos kilómetros de la ciudad con el fin de poderse trasladar a ellas con relativa facilidad. Los más favorecidos eran Tacubaya, San Agustín de las Cuevas o Tlal-

pan —como hoy se le conoce—, Coyoacán y San Jerónimo, cuyas generosas huertas producían abundantes frutos para delicia de sus habitantes y los de la ciudad de México.

3 *Especialmente en Tacubaya se levantaron poco a poco enormes y majestuosas [...] Cuando la familia llegaba a pasar unos días, si lo permitía la tibieza de una tarde estival, podía detenerse unos momentos en el invernadero para contemplar alguna exótica flor. Las bancas a lo largo de los senderos invitaban al descanso y el té los recibía en uno de los cenadores. Los invitados llegaban en carruajes y podían bajar con facilidad frente a la puerta principal de la mansión, seguir la rampa y dar vuelta a la rotonda primorosamente decorada con macizos de flores. Huertas, canchas de tenis, plantas y árboles por doquier se conjugaban para el disfrute de dueños e invitados de la “casa de Tacubaya”.<sup>60</sup>*

Estos espacios verdes no sólo eran grandes extensiones de árboles y flores, si no que trataban de emular el estilo europeo inglés. En este sentido, sus arboledas y sus camas de exóticas flores se complementaban con fuentes, lagos, espejos de agua, baños, pabellones y kioscos. De esta forma, este territorio se convirtió en un sitio de desarrollo de la horticultura. Los principales cultivos que se llevaron a cabo eran de pera, duraznos, manzanas, ciruelas, chabacanos, granadas, membrillos y naranjas, todo ello también gracias al clima que favorecía a su crecimiento.

La Casa del señor Bardet contaba con uno de los más destacados jardines de la época. “Sin duda alguna era uno de los más hermosos y bien cultivados de Tacubaya... todo ese jardín, que tiene sus bosques, sus grutas y montecillos artificiales, sus palmeros, sus árboles de monte y sus flores y sus arbustos europeos”<sup>61</sup> En él se podían distinguir no sólo la afortunada disposición de los elementos vegetales, si no que buscaba una marcada ambientación romántica.

59 García, A. & Bustamante, M. (1999). *Ibidem*, pp. 90

60 (2011) *Quintas de Tacuba. Ibidem*, pp. 20

61 Spreiregen, P. (1973) citadode Bustamante pp92



El gran acierto de estas edificaciones se encuentra en la herencia vegetal y arquitectónica que han dejado. Muchas de ellas han sido destruidas, como ya se mencionó, en pos el rendimiento urbano; sin embargo aún se conservan sitios que siguen embelleciendo la ciudad, como el Parque Lira que aún resplandece en su configuración. Justamente a su costado se encuentra una casa que se conserva casi intacta a esta época de oro en Tacubaya. Se habla del Museo Casa de la Bola, del cual enseguida se abordará una breve descripción.



#### 1.2.4 El Museo Casa de la Bola, su jardín y su concepción estética

Bajo la custodia de la Fundación Cultural Antonio Hagenbeck y de la Lama se encuentran tres inmuebles por demás interesantes, lo cuales se clasifican como Casas Museo. El origen de esta institución se debe a Antonio Hagenbeck, último propietario de los tres edificios, cuyo propósito era tanto compartir con la sociedad mexicana su colección como vincular actividades culturales y talleres, a la comunidad de Tacubaya y a las personas con bajos recursos.

El Museo Casa de la Bola, una de estas tres edificaciones, se encuentra en lo que anteriormente era una zona campestre, como ya se comentó, a las afueras de la Ciudad de México: la antigua Villa de San José de Tacubaya. En palabras de Concepción Amerlinck (1998: 102) –investigadora y miembro del patronato de la Fundación.-



*El carácter de la Casa de la Bola es único. Destacará del resto de los museos de la Ciudad de México por que mantendrá su propia identidad de residencia particular y perpetuará el modo de vida de su dueño, quien perteneció a un destacado grupo social mexicano de mucho postín, del que políticamente se ha hablado mucho en México, aunque en realidad se él conoce muy poco desde el punto de vista cultural y social, sobre todo en lo referente a la vida cotidiana y a las costumbres.*



Fachada de la Casa de la Bola antes de su restauración en 1914

Construida en el siglo XVII por Francisco Bazán y Albornoz, inquisidor apostólico del Santo Oficio, quien es el primero del que se tiene noticia como propietario de los 18 que le siguieron. Muchas son las teorías que hablan sobre el origen de su nombre, como la posible revuelta que se desarrolló, un detalle arquitectónico en la fachada o la fuente con una esfera de piedra como principal ornamento; sin embargo aún no se ha encontrado un documento histórico que certifique dichas explicaciones.

Por la Casa de la Bola pasaron muchos personajes de la aristocracia mexicana, como Mateo Sagade Bugueiro, Sebastián Guzmán y Córdoba, Miguel Francisco gambarte, Antonio Torres Torija, Rodrigo Rincón Gallardo y Rosso, Manuel Cortina García, entre muchos otros. Es así como también la casa sufrió de incontables cambios; sin embargo su esencia ha perdurado. La fachada de ladrillo es simétrica y cuenta con amplias ventanas labradas con cantera. En el centro, a modo de remate, existe un medallón dentro del cual hay un personaje que se presume es don Juan Suárez de Peralta. En un principio la casa estaba rodeada de un amplio cultivo de olivos, magueyes y árboles frutales. En lo general, el patio principal, las escaleras y los corredores son los detalles arquitectónicos que se conservan intactos a lo largo de los siglos.



Fachada de la Casa de la Bola en la actualidad

El último dueño de la casa, don Antonio Haghenbeck y de la Lama (México 14 de febrero de 1902 - 8 de septiembre de 1991), vivió la mayoría de su vida en este edificio, en donde también falleció de causas naturales. Las principales aportaciones de don Antonio fueron modificaciones, como cerrar el corredor sur en la planta alta para tener mayor espacio y comodidad. Construyó una terraza cubierta que da al poniente, con vista al jardín y acceso desde éste o del comedor, donde al igual que en otras habitaciones de sus casas construyó una chimenea ecléctica, en la que aprovechó materiales de demolición, los cuales provienen de la Casa Escandón, donde pasó su infancia, y otros edificios heredados.

3 Tapizó los muros de cada una de las habitaciones con brocado y las amuebló con objetos y muebles de todas partes del mundo. Algunos los heredó y otros los adquirió de diferentes anticuarios e incluso de particulares, con quienes a veces tuvo amistad. Por ejemplo, compró a los descendientes de don Sebastián Camacho y Zuleta (1822-1915) los muebles de Aubusson y el tapete de la sala principal de la Casa de la Bola, que en su momento fueron de ese destacado personaje, con fama de haber sido el hombre más rico de su tiempo.<sup>62</sup>

62 Amerlink, C. (2011) *Casa de la Bola en Quintas de Tacubaya*, México: Delegación Miguel Hidalgo, pp. 160

La Casa de la Bola se caracteriza no sólo por su historia, sino también por sus aspectos arquitectónicos, como su comunicación directa con el jardín tanto visual como física. Anteriormente este podía ser apreciado por los ocho balcones con los que contaba la casa y una escalera que bajaba por uno de ellos. También contaba con instalaciones para la fabricación de aceite de oliva y pulque para venta, es decir, que además de haber árboles frutales, existían grandes superficies con olivos y magueyes.

Una vez que don Antonio Haghenbeck adquirió la propiedad en 1942 ya no poseía estos árboles, olivos y magueyes pues la extensión del jardín se había reducido de cuatro hectáreas y media a 10,700 metros cuadrados. Es así como don Antonio Haghenbeck buscó transformar este sitio cubriendo sus necesidades sobre todo estéticas. Una de sus primeras intervenciones fue la introducción de diferentes esculturas y una fuente de mármol. Tal vez, la modificación más importante fue una terraza cubierta, “reconstrucción de la terraza que adornaba la antigua casa de la familia Haghenbeck y de la Lama situada frente a la Alameda en avenida Juárez, donde don Antonio pasó su niñez y juventud”<sup>63</sup>.

3 La mayor parte de la vegetación es de siembra reciente, de aproximadamente hace unos cincuenta u ochenta años. La variedad de plantas y árboles es mucha: tepozanes, acacias, truenos, cipreses, fresnos, aralias, yucas, árboles de sangre, jacarandas, eugenias, magnolias; frutales como chirimoyas, nísperos, higos y moras; plantas como el acanto, helechos, plátano abisinia, palma camedor, malamadre, y variedad de flores como agapandos, clivias, floripondios, plúmbago, abutilón, mastuerzo y otras muchas especies.<sup>64</sup>

En cuanto a la influencia romántica que se puede apreciar, este sitio tiene características básicas de los jardines ingleses, como por ejemplo: la introducción del concepto y las formas naturales antes de haber sido deformadas por

63 Cortina, L. (2011) *Jardín del Museo Casa de la Bola en Quintas de Tacubaya*, México: Delegación Miguel Hidalgo, pp. 187

64 Cortina, L. (2011) *Idem*, pp. 190





Fuente de Neptuno, Jardín Museo Casa de la Bola, c.a. 1992

la fuerza humana, las laderas, colinas, árboles y arbustos adoptaban sus propias formas con total libertad sin constricción a ninguna norma geométrica.

Aunque es una extensión relativamente pequeña, en comparación a los jardines de aquella época y también en comparación de las demás Casas Museo de la Fundación, es el que más guarda armonía y que se ha restaurado, conservado y mantenido con este concepto único. Cuenta con aproximadamente 47 especies vegetales distintas. En la actualidad también cuenta con ocho estatuas, dos fuentes y más de cuatro mecedones como elementos escultóricos importantes, además de dos construcciones para descanso.

Descubrir el Museo Casa de la Bola es adentrarse al mundo del coleccionismo de arte decorativo, en donde otra época se difumina delante del visitante a través de sus innumerables piezas, la exuberancia de las habitaciones y recreación de ambientes eclécticos. Basta mencionar que no sólo se cuenta con la riqueza de un inmueble histórico y una amplia colección de arte decimonónico, sino que la característica particular y el broche de oro del espacio es el amplio jardín, recientemente remodelado, estilo inglés con una colección vegetal tropical.



Fuente de Neptuno, Jardín Museo Casa de la Bola, 2010

Por su historia, la configuración espacial, la variedad de su colección natural, pero sobretodo el ambiente y entorno que evoca, el jardín del Museo Casa de la Bola es un sitio capaz de enriquecer el imaginario del visitante, el conocimiento de la naturaleza y de la historia artística del país y de occidente, ponderando una experiencia de convivencia museal diferente.





### 1.3 Habitar el museo. Evaluación y estudios de público.

Los espacios con los que el ser humano cuenta para su recreación y disfrute tienen características muy distintas y la oferta crece día con día; sin embargo esto no significa que la calidad de los mismos aumente de manera directamente proporcional a su número. Es por ello que el trabajo del espacio museal es aún más intenso, por la preocupación tanto de proporcionar un servicio de calidad como de competir ante estos otros espacios.

En la actualidad, la búsqueda de nuevos procesos compositivos dentro de la gráfica y el diseño de exposiciones se centran en la capacidad de poder comunicar no sólo un tema en específico si no de poder provocar la reflexión mediante estímulos perceptuales como la memoria, la imaginación y el sentido de pertenencia. La participación de la sociedad en el museo es vital para que estos aspectos se potencialicen y pueda llevarse a cabo un ciclo comunicativo en donde la retroalimentación es lo más importante.

El reto de convertir a un museo en un espacio incluyente depende de cómo el público lo concibe, visualiza y reconoce; asimismo buscar eliminar las barreras de intelectualismo que tradicionalmente se le acuña. Para poder

lograr tales propósitos se debe de contar con objetivos concretos que vayan desde la concepción de la imagen institucional hasta la programación de actividades educativas y culturales accesibles.

Dentro del campo del diseño y la comunicación visual, la ambientación juega un papel de suma importancia en la configuración de un espacio de las características antes mencionadas. La museografía utiliza muchos medios comunicativos como la multimedia y el diseño editorial, pero el problema medular consiste en llevarlos a su justa medida y crear un contexto en donde el visitante se transporte a un momento histórico al igual que a una pintura impresionista, a la anatomía humana o al proceso de combustión interna.

Con base en el concepto de museo según el ICOM como “una institución de carácter permanente y no lucrativo al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierta al público que exhibe, conserva, investiga, comunica y adquiere, con fines de estudio, educación y disfrute, la evidencia material de la gente y su medio ambiente.”<sup>65</sup> se puede identificar al objeto como punto de partida para vincular al ser humano con un contexto y de ello se sirve el diseño museográfico para su elaboración discursiva: el objeto contextualizado.

Dependiendo de lo que un objeto evoque y de la forma de exponerlo será el potencial para entrar en el sistema de creencias y el imaginario del visitante. Es por eso que, en este proceso es importante aludir a eventos significativos y a lugares comunes como el hogar si se toma en cuenta lo que señala Baichelard (2006:25) en su libro *La poética del espacio* “... todo espacio realmente habitado lleva como esencia la noción de casa[...]La imaginación trabaja en este sentido cuando el ser ha encontrado el menor albergue[...]La casa, nos permitirá evocar fulgores de ensoñación que iluminan la síntesis de lo inmemorial y del recuerdo” y como tal el museo debe de ser ante todo un espacio habitable que lleve de la mano el sentido de pertenencia hacia sus habitantes.

La ambientación museográfica es el vínculo entre el objeto con el visitante y este con el museo. Tales vínculos pueden llevar a la construcción de

65 Internacional Council of Museums, ICOM, (2011) Definición de museo. <http://icom.museum/la-vision/definicion-del-museo/L/11>, recuperado el 12 de octubre de 2011.



museografía incluyente donde el objetivo primordial es lograr la apropiación del espacio por parte del público mediante el respeto de sus necesidades intelectuales y perceptivas. Diseñar discursos museográficos que estimulen la imaginación y la reflexión es primordial para que el museo se convierta en albergue del imaginario de la sociedad.

En este sentido, la disciplina que tiene las herramientas para lograr lo anteriormente expuesto son los estudios de público y la evaluación en museos. Las evaluaciones pueden permitir al diseñador obtener un espectro de los aspectos, las técnicas y las áreas de oportunidad en que se requiere configurar el discurso museográfico, ya que se desarrolla en torno a instrumentos que han sido desarrollados en estudios tanto sociológicos como mercadológicos y que en conjunto con la planeación y el diseño pueden dar luz a estas cuestiones.



### 1.3.1 Concepción espacial del museo. El diseño y la comunicación visual en la construcción de ambientes museales

Conociendo de antemano que, el museo es un espacio expositivo por excelencia, es por sí sólo lugar de experiencias en común, medio para comunicar y forma de conocimiento, se identifican los elementos para el diseño de la activación museográfica hacia una ambientación incluyente. Según Alonso (1999: 40) se debe "... tratar de hacer de la exposición el medio o procedimiento más cuidado para comunicar al público el contenido de los saberes de su colección [del museo] o el mensaje de sus intenciones programáticas" esto deriva en las políticas de la institución y su discurso público, pero la concepción de la naturaleza comunicativa del espacio infiere la acción del diseño.

Por otra parte, el espacio forma parte de un momento en la experiencia del visitante; se convierte en un sitio de múltiples interpretaciones que busca la conceptualización, organización y referencia: una representación dada por los elementos que conforman la exposición, es un sistema de comunicación participativa.

En este sentido, el diseño museográfico se convierte en una disciplina, la cual busca establecer vínculos dentro del proceso de comunicación poniendo los contenidos de la colección al alcance del público. "Es así como los términos público-espacio-colección siempre estarán presentes en cualquier proyecto museográfico cuya complejidad radica en establecer interrelaciones que armonicen con todos."<sup>66</sup> Es decir que, todos los elementos que intervienen en la concepción del espacio expositivo se entrelazan a través de los canales que crea la museografía (Figura 1).



Figura 1. Acción del diseño museográfico en el espacio museal. Diseño propio.

Por lo tanto, la acción del diseño en el espacio expositivo se define por el equilibrio que logra entre las condiciones en que se encuentren tanto los objetos de la colección como la exhibición en sí y la construcción del puente comunicativo con el público. Pues es él quien da forma al discurso con base en su propia experiencia y sin él no existiría.

Como en todos los procesos en donde interviene la multi, inter y transdisciplina, existen muchas posturas y contraposiciones en la creación de las exposiciones. En las últimas décadas ha sido necesario que el museo se transforme en una instalación que dé cabida a la teatralidad y la escenificación, así como los avances tecnológicos que se diversifican a través de los dispositivos electrónicos y la sofisticación de orden científico.

Es por ello que los museos de arte y ciencia se confrontan, en muchas ocasiones, al realizar la composición de las exposiciones; existen des-

66 Alonso, N. (2011) *Un museo para todos*. México: Plaza y Valdés Editores, pp. 61

de propuestas muy atrevidas artística y/o interactivamente hablando y otras que prefieren concretar información siguiendo los cánones que el estudio de público marca. Sin embargo la representación, escenificación y el sentido de espectacularidad han adquirido mucha importancia para el museo, por ser un vínculo con la sociedad que asiste a sus salas con mayor regularidad: causa también de la modernización museográfica.

Estos ingredientes y la constante búsqueda de nuevas formas de exhibición, que justifique el quehacer del museo, son las que se entran en la intervención del diseño de espacios museales habitables, los cuales se sirven de ambientación como representación y escenificación con el objetivo de intensificar el mensaje. Es aquí donde el espacio cobra su importancia fundamental persistiendo en su conceptualización no material si no en su conceptualización desde la comunicación visual.

En retrospectiva, México ha sido vanguardia latinoamericana y mundial, en muchos aspectos museográficos y museológicos; sin embargo estos esfuerzos son producto de un arduo camino que se ha ido forjando a través de la experiencia empírica, sobre todo gracias a la gran riqueza de patrimonio que guarda nuestro país.

La museografía mexicana tuvo como antecedentes las grandes galerías de los castillos europeos, donde las exhibiciones, de carácter permanente, eran suntuosas y llenas de esplendor tanto por las obras como por el recinto, pero con un carácter restrictivo y elitista preponderante. En este sentido, señala Norma Alonso “no existía el carácter del museógrafo o diseñador de exposiciones, porque su participación sólo se limitaba al diseño de la exposición, la cual una vez instalada no era modificada, por lo menos durante décadas. Por el contrario la figura del conservador de colecciones era habitual en el museo [...]”<sup>67</sup>

Por otro lado, se tiene la concepción de que “el espacio como receptáculo es un concepto propio de la filosofía de la Ilustración, que ya ha sido desbordado por el mayor conocimiento de la realidad del cosmos en

nuestro tiempo” (Alonso: 1999:89) fijándose en la perspectiva de la ubicación y la preponderancia de la disposición del ser humano en él el tiempo es determinante importante, en donde se verifica en un *sistema experiencial*. Tal como Rosrnberg (1996:6) define, “los museólogos saben que ver una exposición es, por lo menos, un proceso dual: percepción visual y duración” entonces el espacio acompaña el ritmo y la vivencia objetual pero también temporal del museo, componente significativo para habitar el espacio y enraizamiento de la memoria.

Un aspecto vital para el diseño no tiene que ver precisamente con los objetos, el territorio o la información; sino con el aspecto vivencial que comparte con el individuo y el poder evocador de los lugares de vida, el espíritu que los define y su aceptación-rechazo. Las sensaciones que se perciben por esta evocación son las mediadoras de los objetos, pues “la museografía (lugar físico reordenado, diseñado) abre la puerta a un nuevo ritual de transmisión que reconoce la multimediación del espacio, el lugar y el sitio como componentes actuales de la *puesta en escena* de la exposición.”<sup>68</sup>

La cuestión que atañe en estas reflexiones, es cómo el diseño logra que la institución museística y después la museología aborden su espacio como *territorios de experimentación e investigación museográficos* que emerjan de y para los visitantes que buscan un sitio diferente donde pasar su tiempo y alimentar su mente. El diseño, en este caso, es un detonante eminentemente práctico que utiliza sus herramientas, pero sobre todo, sus métodos y teorías para creativamente encontrar la visión para que el usuario confluya con la obra, el concepto, la idea o patrimonio expuesto.

De esta forma, al pensar en el público y sus necesidades se debe revisar lo concerniente a la ergonomía. Esta disciplina, producto de la fabricación en masa de artículos y herramientas para la vida humana, tiene un campo de aplicación muy extenso pues en ella intervienen todos los factores del medio ambiente cotidiano. Cecilia Flores la define como: “disciplina que estudia las relaciones que se establecen recíprocamente entre el usuario y

67 Alonso, N. (2011) *Ibidem*, pp. 54

68 Alonso, L & García, I (2010) *Diseño de exposiciones. Concepto, instalación y montaje*. España: Alianza Forma, pp. 92

los objetos de uso a desempeñar una actividad cualquiera en un entorno definido”<sup>69</sup> Es por ello que el museo al ser un espacio donde intervienen estos elementos se servirá de la ergonomía en un análisis usuario-objeto-entorno.

El enfoque ergonómico para el museo puede tener dos vertientes importantes: desde los trabajadores y de los visitantes. Estas dos vertientes son medulares y se complementan entre sí; sin embargo, este estudio dará relevancia a la situación de los visitantes, sin dejar de lado el hecho de que la generación de una exposición exitosa se debe a la participación de los trabajadores. De este modo, los tres aspectos vitales a considerar son: seguridad, comodidad y eficiencia, ya que con base en ellos se podrá evaluar el desempeño de cualquier exposición.

A través de los parámetros antes descritos se debe tomar en cuenta que:

3 El proyecto museográfico es un sistema el que cada uno de los elementos que lo conforman: espacio, colección, investigación y público, tienen sus propias características y, que al conjuntarse dan lugar a una organización en donde los objetivos y prioridades de cada uno se deben compensar con el resto.<sup>70</sup>

El equilibrio que busca la ergonomía para la museografía, entre las pautas de conservación y los de la exposición, confiere al espectador las herramientas para una óptima interacción entre estos dos elementos y su desenvolvimiento con el espacio. Además de adentrarse en la analogía público-exposición para proponer criterios en la exhibición de las piezas.

En este análisis, el conocimiento del público es preciso, ya que así el museo podrá comunicarse con él, tener un lenguaje en común, con el objetivo de abordar sus intereses, observar su relación con los servicios que ofrece y la interacción con el espacio en general. El primer acercamiento a estas cuestiones es de acuerdo a la edad del visitante, su nivel educativo,

Clasificación por edad	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Infantil: 0 a 12 años</li> <li>● Adolescente: 13 a 18 años</li> <li>● Juvenil: 19 a 30 años</li> <li>● Adulto: 30 a 60 años</li> <li>● Adulto mayor: 61 años en adelante</li> </ul>
Clasificación por nivel educativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Preescolar</li> <li>● Primaria</li> <li>● Secundaria</li> <li>● Formación técnica</li> <li>● Medio Superior</li> <li>● Superior</li> <li>● Posgrados</li> </ul>
Clasificación por necesidades especiales	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Personas con discapacidad física: invidentes, débiles visuales, hipoacústicos, sordociegos o sordomudos.</li> <li>● Personas con discapacidad intelectual: Síndrome de Down, retraso mental y autistas</li> <li>● Personas con discapacidad psicomotrices y parálisis permanentes o temporales</li> </ul>
Clasificación por nacionalidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Nacionales</li> <li>● Extranjeros</li> </ul>

Cuadro 1. Tipología del Público<sup>71</sup>

necesidades espaciales y procedencia (ver cuadro 1) porque estas características ayudarán a concebir un análisis integral.

La injerencia del diseño en el conocimiento de estas características, se encuentra en la exploración de los factores humanos, ambientales y objetuales para determinar cuáles de ellos definirán el proyecto museográfico. Su estudio otorga facilidades para comprender su interacción dentro del espacio y así obtener soluciones integrales.

Dentro de los factores humanos se encuentran el anatomofisiológico, antropométrico, psicológico y sociocultural. Todos ellos determinan la experiencia que tendrá el visitante en el museo ya que son cualidades físicas y sociales que los definen antes de su entrada al espacio. Por otro lado, los factores objetuales están de la mano de la colección y/o de los dispositivos que intervendrán directamente con el público, en ello deriva tanto su con-

69 Alonso, N. (2011) *Ibidem*, pp. 87

70 Alonso, N. (2011) *Ibidem*, pp. 89

71 Hooper-Greenhill, E. (1998) *Los museos y sus visitantes*. España: Trea, pp. 128

servación como su seguridad. Finalmente los factores ambientales son los determinados por el espacio.

En el espacio, como se ha comentado, el diseño confronta el equilibrio, tanto del mensaje como del medio. Es decir del espacio y la obra, el discurso y los dispositivos y las relaciones entre ellas donde se distinguen dos tipos de espacio: del sentido y de la percepción. Diada entre lo que se evoca y lo que se comunica directamente, es decir, la connotación y la denotación.

Es por ello que, conocer todos los elementos que participan de la configuración del discurso museográfico es de gran importancia, como lo son la circulación, iluminación, color, organización espacial, disposición objetual, y la accesibilidad. Cada uno de ellos, con su grado de dificultad, puntualizan el desarrollo propuesto por el museo para el público en su experiencia dentro de él, es por ello que su dirección matiza, remarca, difunde y centra su discurso.

Es preciso, para finalizar, hacer una breve exploración de los aspectos a discurrir que pueden ser contraproducentes. Uno de estos aspectos es la consideración del espacio arquitectónico, la influencia del lugar, —en su situación geográfica y visual exterior— puesto que es determinante y no se debe dejar de lado al introducirse en un ámbito vivencial del espacio. En relación con el equilibrio, debe bastar soluciones que compartan con el espectador, más que sólo confabular una reacción o fascinación que aunque pueda ser espectacular también sea pasajera.

Así como el lugar es de suma importancia, también está el vacío y los espacios comunes donde la obra y el concepto se dejan descansar para que se pueda hacer esta retrospectiva de lo vivido en ella. Puede ser tan simple como lograr un espacio personal del hogar, donde no exista más que la reflexión, la importancia de la individualidad sin máscaras o imprevistos: el vacío. Son elementos que están presentes y que deben de ser delineados para no caer en desarticulaciones.



### 1.3.2 Estudios de público y evaluación de museos

Desde finales del siglo XX, la importancia de los estudios de público a lo largo del proceso de un proyecto museológico ha tomado fuerza. Estos estudios pretenden acercarse a las necesidades de los visitantes, sean físicas, afectivas o cognitivas. El origen de la disciplina se remonta desde la época victoriana, sin embargo formalmente se le acuña a Benjamin Ives Gilman, en los inicios del siglo XX, ser de los primeros investigadores del público de los museos (Santos, 2000). Es así como en Estados Unidos se llevan con rigor las primeras investigaciones sobre visitantes, principalmente impulsadas por la Asociación Americana de Museos (The American Alliance of Museums) en los años 20 del siglo pasado.

La consolidación de los estudios de público se llevó a cabo de 1970 a 1990 y con el paso del tiempo ha logrado que este tipo de investigación crezca rápidamente y con ello la evaluación también forma parte importante de los trabajos museológicos de la actualidad; sin embargo es necesario advertir que “siempre es erróneo tratar una evaluación como una parte de la investigación, pero no lo es necesariamente tratar una parte de la investigación como una evaluación”<sup>72</sup> Es por ello que se definirá a continuación el término, las diferencias entre los estudios de público y la evaluación, para culminar con la tipología.

Según Eloísa Pérez (2000), investigadora de los estudios de público, el concepto *Visitor Studies* hace referencia a:



*Todos los estudios e investigaciones relacionadas con los visitantes, no sólo de museos y exposiciones tradicionales, sino de otros centros de divulgación científica y cultural como son los zoológicos, los centros de exposiciones científicas, los parques naturales, los acuarios, etc. (p. 48)*

En este sentido, se puede entender que la evaluación de exposiciones es una forma de estudio de público, sin embargo ésta se dio de manera indepen-

72 Pérez, E. (2000) *Estudio de visitantes en museos. Metodología y aplicaciones*. España: Trea, pp. 44



diente aunque para efectos de la disciplina se ha ido adhiriendo a la dinámica de éstos. Es así que la evaluación de exposiciones la define Ascencio (1995) como:

3 Todas las consideraciones que tienen como objetivo la valoración de una exposición, que debe incluir estudios sobre valoraciones del público, pero también del equipo emisor de la exposición, de los agentes de desarrollo de la misma, de los expertos, de los media, etc.

De esta manera, la distinción primordial entre los dos términos deriva en la profundidad del estudio, ya que por un lado la evaluación se concentra en todo el proceso de la exposición, en el personal involucrado y el visitante; mientras que los estudios de público se especializan en estos últimos, sin hacer referencia a los objetivos de la exhibición y/o sus alcances dentro del espacio.

Ampliando el concepto, se le adjudica a la evaluación el denominativo de disciplina aplicada, – se define ante todo por unos objetivos a alcanzar en relación con ese objeto de estudio Silva (1998)- puesto que sus objetivos son concretos y están encaminados a orientar, describir, controlar, cambiar, entre otras actividades, la exposición en el museo. H. Shettel (1973) da una descripción más acertada al respecto:

3 Evaluación es el intento de medida de los niveles de funcionamiento de exposiciones, programas y otras actividades del museo, usando datos de visitantes reales y potenciales, con el objetivo de aumentar la capacidad de esas actividades para satisfacer las necesidades propuestas por su público<sup>73</sup>

Teniendo en cuenta lo anterior, se denota que existen distintos acercamientos, por lo tanto también hay variadas técnicas y teorías al respecto las cuales son desarrolladas de acuerdo a los parámetros que se desean manejar. Para propósitos de esta investigación, se determinará la *Evaluación centrada en los objetivos* configurada por Shettel y Screven (1990). En este enfoque evaluativo se estudia de acuerdo a los objetivos de la exposición

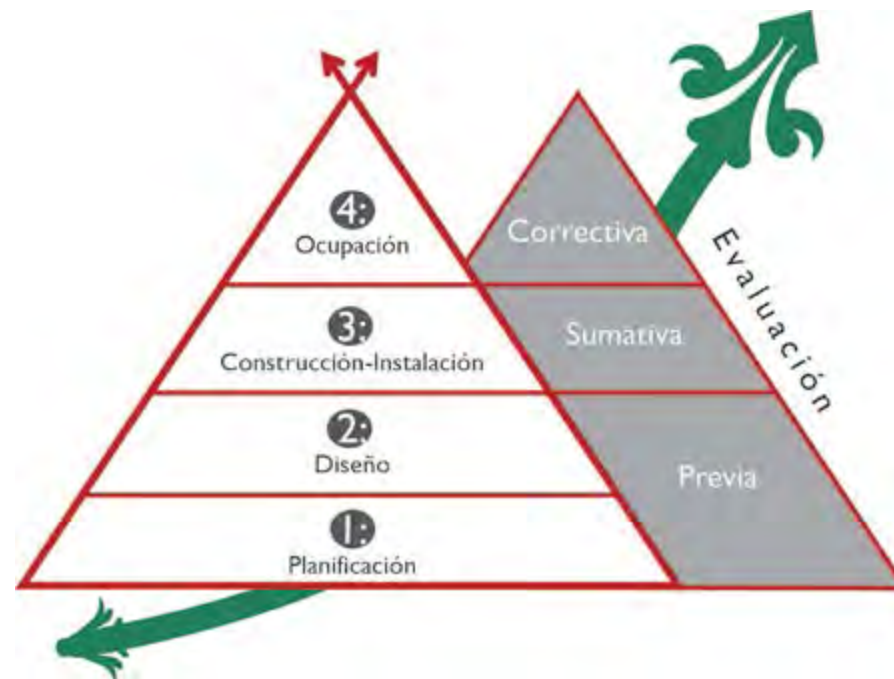


Figura 2. Fases del desarrollo de la evaluación según Screven

donde el diseño se van a justando conforme a las necesidades del proyecto. En la siguiente gráfica se describen las fases del desarrollo y evaluación de exposiciones de Screven.

Este tipo de estudio entiende la evaluación como parte integral del desarrollo y construcción de una exposición, es por ello que cada una merece un tipo distinto de evaluación, puesto que las necesidades y problemáticas son de diferente índole dependiendo de la etapa. En este tenor, se buscará adentrarse a la *Evaluación previa* y *formativa* para efectos de este proyecto, el cual se describirá más adelante.

Dentro del contexto real del museo, el incremento en el costo de la exposición y el interés por el pronto diseño e instalación de la exposición, complican llevar a cabo estos estudios previos. Aun así, muchos museos empiezan a realizar este tipo de evaluación ya que ha mostrado detectar y evitar cambios de último momento y/o errores evitables.

Cabe señalar que, tanto los estudios de público como las evaluaciones suelen requerir la asesoría de diversos expertos; sin embargo, es posible

73 Citado por Pérez, E. (2000) *Ibidem*, pp. 50

contar con algunas técnicas básicas que pueden ponerse en marcha de manera rápida y sencilla en cualquier tipo de espacio expositivo y que de esta manera se optimicen no solo los costos si no la eficacia de la misma.

El Diseño como actividad multidisciplinaria, enfocada a la comunicación de mensajes y portadora del vínculo entre dos entidades, enfrenta en la práctica las bondades y limitaciones de éstas metodologías para definir las necesidades de los públicos desde el lado afectivo y cognitivo. Es por ello que, analizar desde éste punto de vista en específico, persigue involucrar los procesos propios de la configuración museográfica y del diseño con las nuevas formas de creaciones discursivas del museo; así como la difusión de estos en el quehacer de la comunicación visual.

Ahora bien, al ser el museo una institución comprometida, —por su carácter político, social, mediático, patrimonial, entre otros— adaptar las particularidades de los estudios de público al desarrollo del diseño museográfico, radica en el interés de conjeturar un discurso más acercado a él y al que no lo visita para poder integrarlo en el espacio.

Obtener información acerca del visitante es fundamental para el diseñador, ya que puede conseguir los fines comunicativos y formativos que se desean. Las técnicas y métodos se desarrollan dependiendo de lo que se busca, así que pueden combinarse o utilizarse por separado; sin embargo generar demasiada expectativa a estos estudios podría ser engañoso pues “garantizar que los espectadores estudiados sean una muestra representativa de la población en general es mucho más difícil de lo que parece” Belcher (1991:215).

Cualquiera que sea el esquema o combinación de las técnicas empleadas, lo importante es que se atiendan todos los factores y variables de la investigación sobre el público en el museo. A propósito de esta conjetura, es interesante referirse a los aspectos que comprende la evaluación según Alonso en su libro *Diseño de exposiciones. Concepto, instalación y montaje*.<sup>74</sup>

- La visión del museo en conjunto.
- Cuál es la percepción del objetivo de la exposición.
- Los conceptos presentados y la apreciación de los objetivos que se muestran
- Que aspectos han gustado y, por el contrario, cuales son los que necesitan mejorarse.

El tener en claro los aspectos informativos que se desean encontrar, es la base para que un estudio de público ó una evaluación merezca ser realizado y de esta manera también el diseño se vea beneficiado, por ello es necesario que la disciplina acompañe estos procesos desde un inicio hasta el resultado final.



### I.3.3 Evaluación previa

Anteriormente se demarcó el alcance y la definición tanto de los estudios de público como de la evaluación. En ese sentido, en este apartado se busca especificar el tipo de estudio que se llevará a cabo y como se insertará dentro de la metodología del diseño, puesto que la información obtenida está orientada a las exigencias de la hipótesis sugerida, es decir, la inclusión del diseño a las metodologías museales en el entramado de las necesidades del público.

Como se ha descrito, estas técnicas tienen la posibilidad de obtener la información para desarrollar estrategias de comunicación, crear programas educativos, de promoción y culturales dirigidos a diferentes públicos. De esta forma, es posible consolidar una base amplia de visitantes y estrechar relaciones con un público asiduo fortaleciendo el *trabajo de identidad* (Rounds, J. 2006). Este concepto se enfoca, dentro del trabajo museal como, “El proceso a través del cual se construye, mantiene y adapta el sentido de identidad personal y se

74 Alonso, L & García, I (2010) *Ibidem*, pp. 219

persuade a otras personas a creer en ella”<sup>75</sup> por lo que la evaluación y en general los estudios de público se concentran como objetivo principal convertir al museo en uno de los actores principales de este trabajo.

La evaluación previa fue usada por primera vez por J.H. Harless en 1970, la cual utiliza información sobre los visitantes durante la etapa de planeación. Se utilizó para describir el análisis inicial (previo a las soluciones de diseño), de las posibles causas en las deficiencias del desempeño laboral y aplicado a la planeación de exhibiciones.

El proceso de evaluación de exposiciones, al que se referirá esta investigación, es el elaborado por Screven (1990) que “integra la evaluación dentro del proceso general del desarrollo de exposiciones, a través de su implicación en cada una de las tres etapas básicas que lo conforman: planificación, diseño o elaboración y post-instalación.”<sup>76</sup> Siendo de principal interés la planeación y la elaboración previa.

El inicio de la etapa de planificación está definido por la temática y los objetivos que se consideran para una exposición. Por lo tanto, la evaluación se entiende como una herramienta de toma de decisiones previa al proceso de diseño. Su principal objetivo el conocer el rango de conocimiento de los visitantes y su comprensión a un tema particular, identificar las preguntas que los visitantes quieren se les responda sobre el tema, conocer los niveles de información manejados por diferentes audiencias, las técnicas interpretativas en las que se basarán los diseñadores y posiblemente, modificar todos los objetivos de aprendizaje de acuerdo a lo anterior (Sánchez, C. 2011).

Uno de los aspectos más importantes a considerar es el momento en que se realiza la evaluación previa y también la formativa. Las instituciones culturales exitosas tienden a realizarla mucho antes de la investigación con el fin de obtener ideas de todo el equipo de trabajo. En algunas ocasiones se convierten en puntos que la población esperaba desde un inicio.

En el siguiente recuadro (Figura 3) se detalla dicho proceso de evaluación y desarrollo de exposición, donde el *input visitante* son los datos directos obtenidos de él y el *input profesionales* son las propuesta del personal involucrado en el desarrollo.

A través de esta descripción, se define a la evaluación previa a la etapa que “permite obtener información sobre los conocimientos previos de

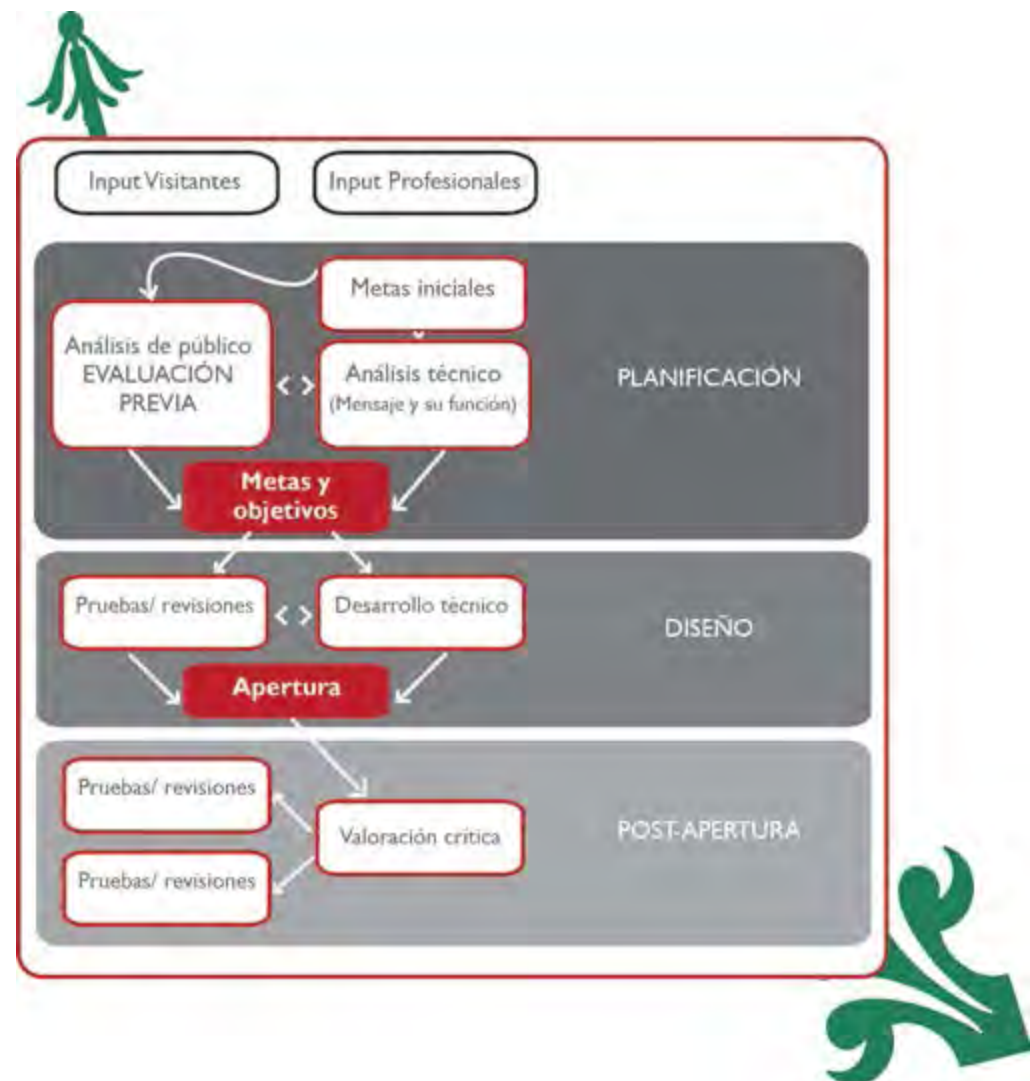


Figura 3. Proceso de evaluación y desarrollo de exposiciones (Screven 1990; Bitgood, Shettel y Williams, 1991; Shettel y Bitgood, 1993)

75 Rounds, J. (2006) *Doing Identity Work in Museums*. en Revista Curator, Estados Unidos: International Arts Movement, num. 49, pp. 129

76 Pérez, E. (2001) *Ibidem*, pp. 149

los visitantes, sus ideas erróneas, sus intereses y actitudes, son respecto a los objetivos iniciales de la exposición.<sup>77</sup> Es por ello que la definición del público y las técnicas de recolección de datos cobran mayor importancia.

Como se puede observar, la metodología precisa de la evaluación previa se genera conforme el tipo de información se quiera obtener, el espacio, su contexto, el visitante, entre muchos factores. En este sentido, lo que enriquece esta forma evaluativa es que ella misma se va desarrollando a través de muchas técnicas y herramientas, la importancia radica en tener claros los objetivos y que el proceso debe de ir de la mano de los resultados, sin dejar de lado la experimentación visual que el diseño pueda proponer.



### 1.3.4 Estudios de público y evaluación en México

La visita a los museos en México es una práctica poco habitual; una práctica, hasta cierto punto, desconocida y desigual, ya sea por los estratos sociales tan diferentes, la concentración geográfica de la oferta y la formación académica. La mayoría del público tiene experiencias urbanas más próximas con los recintos religiosos, las escuelas y las clínicas que con los espacios culturales en general. Se ha observado que sólo un poco más del 23% de la población del país asiste a museos, esto en proporción a sus niveles económicos y escolares<sup>78</sup>. Desde otro punto de vista, un 40% del turismo internacional se concentra en nuestros museos, principalmente, en la Ciudad de México.

Nestor García Canclini, estudioso de la cultura en México, reitera: “se requieren los estudios que consideren con más atención las características de la vida cotidiana de los sujetos: sus ritmos de vida y ocupación, sus obligaciones familiares, las tradiciones del grupo, las relaciones comunitarias, tanto su edad y sexo.”<sup>79</sup> Esta perspectiva deriva en la variedad tanto de pú-

blico meta y potencial como de la diversidad de ofertas a las cuales puede acudir y acceder, como lo concluye Schmilchuk, reconocida investigadora del tema, cuando menciona “Si el objetivo es el diseño de políticas inclusivas, el conocimiento de los públicos y de sus diversas maneras de percibir, evaluar y relacionarse con la oferta museográfica es relevante”<sup>80</sup>.

De esta forma, el desarrollo de los estudios de público es una necesidad latente para la institución museística en la actualidad sobre todo en México. En un inicio, como pionero de los procesos museológicos del siglo XX, en los años 60 y 70 de ese siglo, existió una reacción a la ola de democratización de los espacios culturales: el boom de los ecomuseos y los museos comunitarios, los cuales, buscaban ampliar la relación con el visitante, principalmente, a través de los servicios educativos.

Por otro lado, “Las políticas culturales<sup>81</sup> han sido preocupación casi constante de los antropólogos en México [...] Las nuevas modalidades urbanas de producción, circulación y consumo de cultura”<sup>82</sup> fueron parte de las directrices para los nuevos estudios que dieron pie a los ahora conocidos trabajos de *consumo cultural*<sup>83</sup> principalmente, en la ciudad de México de los años 80 del siglo pasado. De esta forma, la antropología mexicana respondió a la necesidad de construcción de la nación y otros aspectos, pero desde el punto de vista urbano.

3 *Un buen número de antropólogos comenzó a estudiar las relaciones culturales urbanas que no proceden de tradiciones locales, no sólo de la vida laboral, sino de otros espacios de reproducción y control social como son las comunicaciones y el consumo masivos. Al principio, se analizó preferen-*

77 Pérez, E. (2000) *Ibidem*, pp. 155

78 Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales 2004 [http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=centrodoc&table\\_id=3](http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=centrodoc&table_id=3), recuperado 30 de marzo 2013.

79 García, N. coord.(1991) *El consumo cultural en México*, México: Grijalbo-CNCA, pp 88

80 Rosas, A. & Schmilchuk, G. ¿Comunicar someter? Evaluación de dispositivos de interpretación de la exposición *El Cuerpo aludido* (Museo Nacional de Arte, 1999) en Revista Cuicuilco, Num. 44, México, 2008, pp. 83.

81 Para García Canclini, las políticas culturales son un conjunto de intervenciones realizadas por el Estado. Las instituciones empresariales y los grupos comunitarios a fin el desarrollo simbólico y satisfacer necesidades culturales.

82 García, N. & Rosas, A. (2005) *La antropología urbana en México*, México: Fondo de Cultura Económica, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, y Universidad Autónoma Metropolitana, p. 168

83 Según Schmilchuk la investigación cuantitativa y cualitativa del consumo cultural puede hacernos conocer cómo se configuran las concepciones colectivas del patrimonio, los criterios de visualización y valoración vigentes en diversos sectores de la sociedad, para generar lineamientos en las políticas culturales y de la programación de los museos.



temente como se vinculaban en la vida cotidiana de los consumidores las culturas populares con los circuitos de comunicación audiovisual. Luego, se avanzó a perspectivas más amplias sobre las interacciones estructurales entre prácticas y modos de vida.

En este sentido, en México el enfoque de los museos ha sido mayoritariamente histórico y antropológico, más que artístico. Las políticas públicas que se reorientaron en esta época incluían la valorización de las culturas populares, producto también de la sociología norteamericana. Los trabajos antropológicos de esta índole se hicieron con la interacción de la investigación académica y la experimentación en las políticas culturales o en su evaluación.

Se debe de considerar que, la evaluación de exposiciones en México es “una práctica reciente. Surgió originalmente en los nuevos museos de ciencias donde la comprensión de los conocimientos que se difunden es un objetivo central”<sup>84</sup> ya que, ha sido necesario probar cada elemento justificando su eficacia. Por otro lado, en lo que respecta a museos orientados en las humanidades, como la historia o el arte, requieren de otros elementos menos tácitos y concretos, es por ello que existen pocos estudios al respecto.

Si bien es cierto que los años 70 y 80 del siglo pasado se desarrollaron programas de consumo cultural y de público en espacios culturales, para la orientación identitaria y encarar el reto de la participación ciudadana; estas labores fueron poco a poco desarticuladas, no sólo por el desinterés generalizado del público sino también por la casi nula disposición de las instituciones de potencializar la opinión pública a acción democratizadora, sobre todo también con las nuevas políticas de la crisis del 1982.

Posteriormente y a través de la realización de un mayor número de estudios, se comienza a dar un nuevo enfoque retomando los procesos mercadológicos y haciendo hincapié en la dimensión política. De esta forma se ha construido un paradigma en cuanto a estos estudios en México. Según Graciela Schmilchuk, “los estudios de públicos pretenden ocuparse de toda la gama de comportamientos y actitudes, hábitos culturales y construcciones

imaginarias ligados al modo en que la gente utiliza su tiempo libre en los espacios para la recreación y la información”<sup>85</sup>

Este tipo de estudios se orientan a la búsqueda de información para la justificación institucional. La visión hacia la transformación académica y la participación ciudadana no necesariamente se desarrolla dentro del museo, si no que a través del apoyo de la universidad y los centros de investigación interdisciplinarios. “Las instituciones [las universidades y los centros de investigación académica] carecen de diagnósticos que les permitan formular con claridad políticas culturales, evaluarlas y menos aún reorientarlas”<sup>86</sup> De este modo, existen muchos ejemplos de tesis que buscan el mejoramiento museístico por medio de un estudio de esta índole, pero que no llegan a trascender en un amplio sentido.

Una de las principales causas de estos percances, es la falta de organización en la documentación que guarda el museo, su hermetismo y sobre todo en la falta de un presupuesto destinado para ello, lo que Schmilchuck llama “dispersión de la memoria documental.”<sup>87</sup> Así como también la nula mirada hacia el personal de los museos -activos participantes de los procesos juntos con los visitantes- y la poca fiabilidad para la aplicación de los estudios en las prácticas reales. Estas cuestiones con el tiempo se van desmitificando para dar paso a los cambios.

Dentro de los estudios de público en sí, las investigaciones de García Canclini y Schmilchuck, son los más relevantes en estos ámbitos; sin menospreciar los trabajos de Rosas Mantecón y Piccini, entre muchos otros ejemplos. Uno de los estudios iniciales, “El público como propuesta. Cuatro estudios sociológicos en museos de arte” coordinado por Canclini evaluó el vínculo que existía entre las exposiciones temporales con el público, teniendo en cuenta el contexto de la institución museal y las estructuras sociales. La investigación titulada “El consumo cultural en México” puede considerarse de las más amplias que se han realizado y coordinado por él, donde una

85 Schmilchuck, G. (1996) *Venturas y desventuras de los estudios de público*, en Cuicuilco, México: Nueva época, volumen 3, número 7, mayo-agosto, 1996. pp. 32

86 García, N. & Rosas, A. *Ibidem* pp 89.

87 Schmilchuck, G. (1996), *Idem*, pp. 35

84 Rosas, A. & Schmilchuck, G. *Ibidem* pp. 1

amplia gama de posibilidades culturales, tanto en medios electrónicos como presenciales, en sectores populares es estudiada.

La Universidad Autónoma Metropolitana inició el Programa de Estudios sobre Cultura Urbana a partir de 1991 y el primer trabajo concerniente a estos temas fue *Públicos de arte y política cultural. Un estudio del II Festival de la Ciudad de México*, que se desarrolló con el propósito de planear políticas culturales para una de las ciudades más grandes del mundo, el cual constituyó una evaluación sistémica del proceso festivo urbano.

Siguiendo una tendencia en los estudios de consumo cultural en América Latina, Guillermo Sunkel identifica tres momentos: 1) los primeros estudios de reconocimiento sobre el público de arte como la dirigida por Rita Eder *El público de arte en México: los espectadores de la exposición Hammer*, 2) la investigación comparativa realizada por el Grupo de Políticas Culturales de CLACSO, Argentina, Chile y México, donde se sondearon diferentes consumos a la industria cultural, 3) los estudios cualitativos de consumo de géneros y medios particulares como los estudios de Jesús Martín-Barbero sobre la telenovela y los de la Universidad de Colima y la de Guadalajara.

Retomando a los museos, los relacionados con ciencia han sido los principales interesados en investigar los a sus visitantes, ya sea por el alto costo de los equipamientos que realizan, como por su preocupación en la divulgación de ciertos conceptos específicos, México no ha sido la excepción. El Papalote Museo del Niño, *Universum* Museo de las Ciencias y el Planetario Alfa en Monterrey, son algunos ejemplos de museos que han incorporado los estudios de público en sus prácticas.

En cuanto a los museos de arte, estos tienden a menguar en el uso de los estudios de público, ya que las medidas de interpretación resultan más abstractas, referidas a la percepción y a fenómenos sociales que requieren consideraciones y otros tratamientos. El Museo Nacional de Arte (MUNAL) ha tratado de realizar tales estudios, sobre todo en relación a su imagen hacia

el público. En su pasado plan MUNAL 2000<sup>88</sup>, se buscaron los mecanismos de mejora de Interpretación por medio de estudios de público.

Por otro lado, el Museo de Culturas Populares, tiene en su haber trabajos en donde la inclusión pública es el principal objetivo expositivo. El Arqueólogo Guillermo Bonfil quién fundó este mismo museo, se encargó de dar voz a los principales actores urbanos y culturales a través de él. De esta forma, “El museo se constituyó más bien, en un espacio de negociación entre los actores sociales, el Estado y los antropólogos.”<sup>89</sup> Si se buscaba realizar una exposición con un tema particular se buscaba la asesoría de los participantes principales y se armaban mesas de trabajo para construir los contenidos.

Por mencionar de los primeros trabajos, están dos sobresalientes investigaciones realizadas en el Museo de Culturas Populares (MNCP) y en Museo del Templo Mayor. La metodología empleada no sólo abarca la exposición y la colección en sí, sino también el contexto en que están insertos tanto el museo como sus visitantes. El laboratorio que significó el MNCP para la investigación antropológica lo colocó como “un lugar de encuentro y desencuentro, expectativas y concepciones diversas, y depositarios de interpretaciones y significados también variados.”<sup>90</sup> En el caso del Templo Mayor se logró concluir que en los públicos se lleva a cabo un proceso activo de recepción y apropiación en muchos otros ámbitos del discurso implementado, así que es significativo que la museografía y los otros programas que se complementan, tengan la responsabilidad de diversificarse hacia los diferentes tipos de públicos.

Dentro de los estudios evaluativos, uno de los primeros trabajos fue realizado en el MUNAL para la exposición *El cuerpo aludido*, de 1999, con la participación de Graciela Schmilchuk y Ana Rosas Mantecón. En este trabajo se estudiaron las estrategias de motivación, información y comunicación para evaluar su uso por los diferentes tipos de visitantes; por lo que se concentraron en las cédulas, audios y dos salas (descanso y consulta de libros.).

88 <http://www.munal.bellasartes.gob.mx/index.php/component/content/article/60-historia/95-historia> recuperado 3 de abril 2013

89 García, N. & Rosas, A. (2005) *Ibidem* pp 170.

90 Schmilchuck, G. (1996), *Idem*, pp. 42

En otro ejemplo, el Museo de las Culturas del Norte en Paquimé Chihuahua realizó un diagnóstico de población, es decir, una evaluación previa; se trataba de trazar los lineamientos tanto físicos –arquitectura, espacios- como de contenido de acuerdo a la población. Entre otras tendencias realizadas y al realizar estudios adaptados de otros países, María Olvido Moreno llevó a cabo un estudio en el Papalote Museo del Niño. A la par que Veron y Levasseur, Olvido se basó en la observación in situ, el personal de museo y entrevistas, en donde encontró que la dimensión lúdica de este espacio rebasa su dimensión educativa.

En cuanto a la tendencia en la percepción artística, Schmilchuck hizo un estudio en los murales de Diego Rivera en el Palacio Nacional, donde se dio cuenta de las distintas lecturas que se les daban –estudio realizado completamente a través de encuestas con preguntas abiertas- tanto de apreciación estética, como histórica e ideológica.

Si bien, el ámbito de los estudios de público ha ido creciendo en toda América Latina, aún falta mucho por hacer. En Europa y Estados Unidos, como se mencionó, se han realizado desde los años 20 del siglo pasado, siendo los años 80 y 90 su profesionalización y su ocupación longitudinal en ellos. En México, estos esfuerzos a largo plazo, apenas se encuentran en una fase inicial. CONACULTA empezó sus estudios de consumo cultural a nivel nacional en 2004<sup>91</sup>, con lo que un estudio longitudinal a 10 años como los realizados por el Reino Unido u otros países aún es un trabajo por completarse.

En las últimas décadas, los estudios antropológicos han incursionado de realizar análisis de políticas culturales desde aspectos de identidad tradicional a sistematizar evaluaciones de las actividades públicas, movimientos sociales y la interacción con las necesidades culturales de todos los sectores. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que no necesariamente con el avance de estas perspectivas y el incremento de investigaciones de consumo cultural, se alcance un verdadero enfoque transversal que contribuya a una teoría sociocultural. De esta forma, está claro que se debe de abrir aún más

el trabajo interdisciplinario a pesar de los distintos enfoques que se puedan ir desarrollando, pero que seguramente ampliará el panorama.

En México, la transformación de la visión desde los museos hacia sus visitantes debe cambiar. “Cuando realmente nos interesa la comunicación con los visitantes, es necesario cargar de intencionalidad y de hipótesis la mirada y la escucha para obtener información,”<sup>92</sup> ya que ellos no son un mero pretexto para que los museos se mantengan vigentes, sino que son la pieza fundamental para que el círculo museal se complemente, es por ello que la combinación de una buena articulación curatorial y de recursos de interpretación es vital. La meta no es sólo mejorar los resultados sino llevarlos al largo plazo a través de la comprensión de un público que es consumidor de ofertas culturales, en sus diferentes modos de vida, para encontrar las todas las variaciones posibles, el que Schmilchuk denomina el futuro de este campo de estudios.



### 1.3.5 Hacia el diseño de ambientes habitables en el museo. El papel del Diseño en estudios evaluativos para su aplicación práctica

Dentro de las instituciones museales, una prerrogativa común -la gran mayoría de las veces- está orientada en fortalecer los canales de comunicación que posee como medio en su objetivo de difundir un discurso propio. Lo que aporta el estudio de público y en particular la evaluación es la posibilidad de vislumbrar el potencial comunicativo del espacio en cuestión.

No hay que dejar de lado que, con estas evaluaciones se optimizan recursos materiales y financieros y se corrigen errores tanto de logística como de configuración textual, visual y comunicacional tanto del propio personal del museo como del visitante. Sin embargo, tal vez su aportación más significativa sea en medida de que posee el recurso de que la institución obtenga, desde ese momento, una medida comparativa para futuras intervenciones.

<sup>91</sup> [http://www.conaculta.gob.mx/encuesta\\_nacional/](http://www.conaculta.gob.mx/encuesta_nacional/), recuperada el 1 de abril, 2013

<sup>92</sup> Schmilchuck, G. (1996), *Idem*, pp. 37

La evaluación en museos puede partir de una de sus funciones principales: la comunicación en búsqueda de cultura. Esto conlleva a que el *trabajo de identidad* se convierta en un asunto medular, puesto que la importancia del discurso se cierne en el planteamiento del contenido textual, visual y contextual<sup>93</sup>.

Cabe señalar que, el carácter demográfico de estos estudios es un punto débil, así que los resultados pueden variar de acuerdo a las condiciones temporales y espaciales en la aplicación del método. Es por ello que se plantea un marco integral que pretende cubrir áreas que no han sido contempladas en determinados momentos del desarrollo del proyecto. Este marco destaca la necesidad de considerar un proceso complejo que parte del análisis del contexto para la definición de objetivos y es en donde el Diseño se inserta como parte fundamental de los mismos.



*Es mejor ver al diseño de comunicación visual como el punto de cruce de un conjunto de disciplinas que convergen en función de crear comunicaciones. El diseño de comunicaciones visuales se crea en la intersección de estas disciplinas y ellas le dan un contexto conceptual y una serie de herramientas de trabajo.*<sup>94</sup>

Como intersección de disciplinas, el diseño no solamente contribuye a crear puentes o lenguajes en común, sino que también canaliza soluciones desde perspectivas orientadas a la comunicación. Lamentablemente, en el ámbito museológico de la actualidad, no es frecuente la introducción del proceso creativo de diseño en estudios evaluativos, que es donde la disciplina aportaría otros aspectos de gestión y planeación.

De esta forma, al tratarse de oportunidades de comunicación, la participación del público es una condición que debe permanecer inalterable, ya que se busca afectar tanto su conocimiento como sus actitudes y comportamiento. Para poder lograr lo anterior, la visión del diseñador se encamina a llevar a

93 Rounds, J. (2006) *Ibidem* pp. 14

94 Frascara, J. (2008) *Diseño gráfico para la gente. Comunicación de masa y cambio social*. Argentina: Ediciones Infinito, pp. 17

cabo un fuerte vínculo entre la realidad en la que el público está inmerso y la que tiene que enfrentar después de someterlo a los mensajes.

Como se comentó en un apartado anterior, mientras más se conozca al visitante mejor será el desarrollo del proyecto. Desde el diseño, la información que abastece el público no sólo constituirá sus preferencias personales sino que también dará un indicio de sus habilidades intelectuales y su sistema de valores, lo cual permitirá construir lazos de comunicación firme construidos además por la percepción visual, psicología del conocimiento y la conducta para el enriquecimiento mutuo. Como Frascara (2008:32) comenta, “el objetivo es crear una retroalimentación, de manera que las comunicaciones puedan ser ajustadas y mejoradas, y que su efectividad y eficacia se incrementen”.

Sin embargo, la aplicación de las comunicaciones se basa también en la estética y el terreno del arte puesto que el proceso creativo no sólo trasmuta la información en una aplicación. De ahí radica el reto del diseñador al encararse ante la dureza de los datos obtenidos para la su concreción a contextos de hábitos humanos como lo es la visita a un museo.

Una de las formas de intervención, consideradas en esta investigación, será por medio de la metodología del *Design Thinking* (D.T.) desarrollado por el despacho IDEO y documentado por Tim Brown, el cual se describe como “una metodología que inspira todo el espectro de actividades innovadoras con una ética de diseño centrado en el ser humano [...] Usa la sensibilidad del diseñador y sus métodos para equilibrar las necesidades con lo que es tecnológicamente posible y viable en la estrategia comercial que pueda convertir en el valor del consumidor en una oportunidad de mercado.”<sup>95</sup> A pesar de la terminología orientada al mercado comercial, debe de tomarse en consideración que es aplicable a cualquier ámbito en el cual se desenvuelva un diseñador.

El carácter diferenciador de esta metodología está en la introducción de la innovación por medio de la identificación de lo que la gente quisiera usar, como estaría hecho y diseñado. La innovación impulsada por el profundo conocimiento y la directa observación de estas necesidades cotidianas y

95 Brown, T. (2008) *Design thinking*, Estados Unidos: Harvard Bussness, pp. 1



la medida de su presentación y uso. En este sentido, la consideración del público meta es vital en todos los aspectos y etapas del desarrollo del proyecto.

Otro aspecto importante en el D.T. es la creación continua de prototipos que generen retroalimentación hacia una idea, de esta forma no será una meta el crear un prototipo final, será acerca del aprendizaje de las debilidades y fortalezas de esta idea, para reconocer la dirección adecuada. En este sentido, es donde se incorpora la personalidad del diseñador – ó del *Design Thinker* como lo nombra Tim Brown— el cual es capaz de tener empatía, pensamiento integral, optimismo, experimentación y colaboración.

El proceso creativo “es un sistema de espacios más que una serie de pasos predefinidos y ordenado. Los espacios demarcan diferentes tipos de actividades relacionadas que juntas forman la contínuum de la innovación.”<sup>96</sup> El proceso empieza a tomar forma en cuanto se van articulando las ideas y se alcanzan resultados aunque su desenvolvimiento será opuesto a otro tipo de actividades de investigación o empresariales. Es así como, el D.T. define tres espacios importantes para su desarrollo: la inspiración, ideación y la implementación (Figura 4).

La inspiración es el momento en la que se indagan todo tipo de soluciones para originar distintas alternativas. La ideación está encaminada a la construcción tangible de los prototipos, es un proceso de generación, desarrollo y prueba de ideas. Por último, la implementación está más encaminada a llevarlo a un sector más amplio, introducirlo al mercado u otros ámbitos similares. Este proceso se repetirá hacia atrás cuando sea necesario, particularmente en los dos espacios iniciales, mientras las ideas se refinan y nuevas direcciones se tomen.

Es así como se pretende enfrentar las dos metodologías dentro del proceso creativo del diseño llevándolo al ámbito de la habitabilidad del museo. Cuestión medular para la investigación, que pretende enraizar la importancia de la proyección del diseñador a cualquier campo de planeación y gestión de oportunidades en la creación no sólo de nuevos productos y servicios, sino también paradigmas.

96 Brown, T. (2008) *Ibidem*, pp4

En este sentido, Frascara menciona que “El diseñador no es realmente un solucionador de problemas sino una persona que responde a un problema con una acción, no con una solución, ya que un problema de diseño puede aceptar diversas soluciones eficaces.”<sup>97</sup> Es así que es de suma importancia dentro de la sociedad, por su capacidad de reconocer necesidades, otorgar resultados viables: posibilitar la vida y ayudar a mejorarla. De esta forma también, el museo como receptáculo de objetos y discursos que otorgan identidad al ser humano, es un puente pero también una vía de mejorar la calidad de vida y su desarrollo.

Sin dejar de lado el eje central que representa el visitante, el espacio museal es el posibilitador de la experiencia de su encuentro con el objeto. Él constituye un proceso complejo en que intervienen muchos y diferentes factores así como otros procesos desde la concepción hasta su puesta en exposición y más allá.

*El museo es un espacio para el diálogo entre lo familiar y lo extraño, un espacio lúdico para el reencuentro con la capacidad de asombro, un espacio para el ejercicio de la sensibilidad y la inteligencia, para la exploración de las fronteras entre la identidad y la diferencia, entre la ignorancia y el conocimiento, entre lo mismo y lo otro.*<sup>98</sup>

El gran desafío que concierne al diseño es lograr emocionar y conmover, así como incentivar el regreso del visitante al museo. Como medio de comunicación, la habitabilidad del espacio es un aspecto irrevocable no sólo para llevar a cabo lo anterior sino también para integrar el museo y su discurso en el ámbito cotidiano de sus visitantes, como lo es el hogar. Para ello es preciso garantizar tanto la conservación e investigación de las colecciones, como la comodidad y la seguridad del público, considerando todos los pormenores de accesibilidad hacia un gran espectro de visitantes.

97 Frascara, J. (2008) *Ibidem* pp. 55

98 Zabala, L. (1996) *Estrategias de comunicación*. En *Revista de la Escuela Nacional de Antropología e Historia*, vol. 3, núm. 8, pp. 12

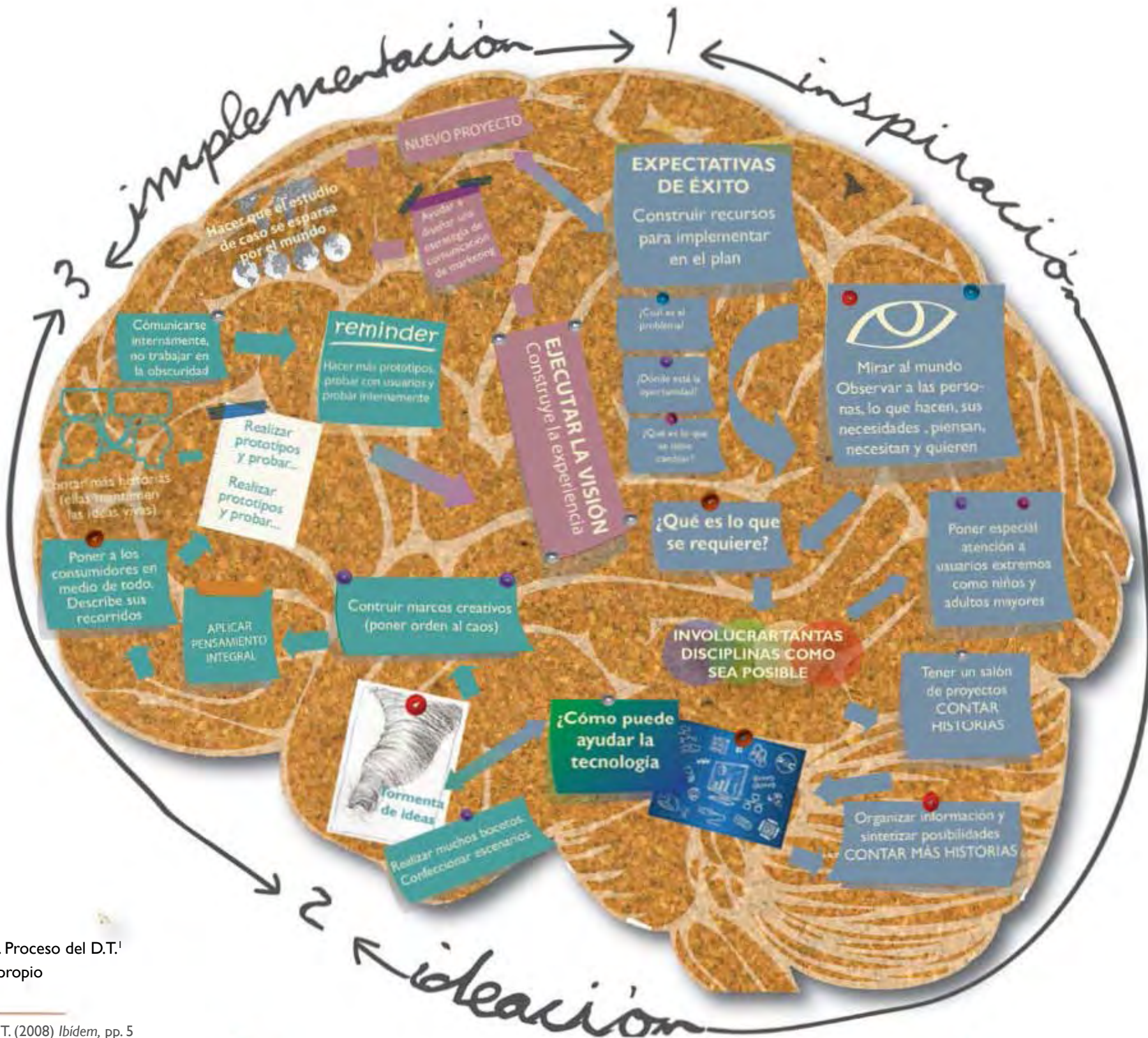


Figura 4. Proceso del D.T.  
Diseño propio

El diseñador museográfico es un nexo entre el público y el museo, como el sistema que contribuye en la creación tangible de los conceptos históricos, artísticos, científicos y sociales, donde a la par define el ambiente óptimo para la recepción del público. Es así como Norma Alonso (2011:218) determina tres aspectos importantes para conseguir este cometido:

- Ofrecer distintos niveles de información que se adecuen a las necesidades del público visitante.
- Ampliar los canales de comunicación a partir de exposiciones multisensoriales que exploren y ofrezcan estímulos diversos y variados.
- Ser accesible en términos físicos y humanos, con lo cual los visitantes adquieren autonomía que le permita visitar el museo en función de sus intereses y expectativas.

En México estos aspectos aún no han sido explorados y desarrollados de manera extensa que permitan su introducción en el museo ya que aún es necesario fortalecer los canales de comunicación para la construcción de la identidad nacional, la conciencia crítica y la divulgación de discursos científicos, históricos y artísticos y sobre todo favorecer las condiciones actuales de la sociedad.



*Los museos deben acercarnos a nuestros orígenes para recordar quienes somos, deben conmemorar nuestra historia, para ayudarnos a comprender el presente y finalmente deben alertarnos respecto a nuestra realidad para que podamos construir un futuro mejor.<sup>99</sup>*

Si la comunicación es el eje fundamental de la configuración museográfica y el diseño el actor concerniente a su construcción directa, no solamente es necesario concentrar los esfuerzos por vincular estas áreas para un mejor desempeño de las exposiciones; si no buscar entender las metodologías de ambas, aplicando la evaluación de la comunicación y el enfrentamiento de resultados con conciencia crítica de documentación y acción constante pues es en general en los museos es un área en la que hay mucho por hacer todavía.



<sup>99</sup> Alonso, N. (2011) *Ibidem*, pp. 225





Infografía del Proyecto Diseño y Comunicación Visual en la Jardinería de Romantidismo. Diseño propio 2011



## apítulo II

### Metodología para el diseño de ambientes museográficos incluyentes





En este capítulo se abordará la metodología utilizada a lo largo de la investigación, exponiendo las principales características de cada paso y justificando su uso en la búsqueda de información, formación de conceptos y aplicación. Por un lado, se encuentra la visión general del fenómeno comunicativo que guarda el museo con sus visitantes, ya que de ahí partirá la pertinencia del estudio. De esta forma, se conjeturará el panorama específico de los métodos y su inserción dentro de la investigación a las aplicaciones. Finalmente se describirá específicamente como se abordó el caso de estudio para dar pie a los resultados arrojados.

## 2.1 El método holístico en el museo

Durante el siglo XX se presentaron teorías metodológicas que perseguían el cambio de paradigma de la visión mecanicista a una perspectiva más ligada a la realidad. La llamada Revolución Científica dio frutos de manera irregular y dio lugar la tensión básica entre las partes y el todo:



*El énfasis sobre las partes se ha llamado mecanicista, reduccionista o atomista, mientras que el énfasis sobre el todo recibe nombres de holístico, organicista o ecológico. En la ciencia del siglo xx la perspectiva holística ha sido conocida como sistémica.<sup>100</sup>*

En este sentido, el pensamiento sistémico emergió desde las ciencias naturales, como la biología —con argumentos desde los organismos como totalidades integradas—, para después enriquecerse a través de la psicología Gestalt y hasta la física cuántica, puesto que la idea principal se refiere a la naturaleza de la vida.

La comunicación en la actualidad es un sistema complejo que semeja un ser vivo, un ecosistema que cambia radicalmente día con día. Su desarrollo está en el mismo sentido, es decir, las nuevas soluciones de comunicación se deben considerar con perspectiva de progresión. Es por ello que la masificación de la información y su rápido esparcimiento cobran mayor importancia con el pasar del tiempo.

Al respecto, el museo ha concientizado su participación social. Desde mediados del siglo pasado, el cuestionamiento de la función del museo dentro del sistema social ha derivado de contenedor y conservador de obra, patrimonio natural y humano a un poderoso medio de comunicación. Sin embargo, esta comunicación es a un gran número de personas, por lo que resulta complicado medir si el mensaje fue recibido correctamente, aspecto vital en la justificación antes mencionada.

“El museo tiene la suerte de tener a su disposición una variedad de métodos de comunicación, lo que modifica la rigidez de la situación de comunicación de masas en ellos. En la actualidad, sus métodos se están modificando para tener en cuenta las necesidades del visitante [...]” (Hooper-Greenhill, 1998:34) por lo que se desarrollan nuevas metodologías que abarquen tanto las necesidades del museo, de sus visitantes, su contexto y el fenómeno comunicativo que desata.

100 Capra, F. (1999), *La trama de la vida*, España: Anagrama, pp. 37

Con todos estos componentes que intervienen en el proceso expositivo del museo y aunado a que la investigación se centra en la evaluación de los discursos antes de que estos sean expuestos, se llegó a la conclusión que el enfoque holístico es el adecuado para catalizar la información y los resultados obtenidos de ella. Específicamente, el holismo (del griego *holos*; todo, entero, total) se define como la “doctrina que propugna la concepción de cada realidad como un todo distinto de la suma de las partes que lo componen.”<sup>101</sup> Alude a entender los eventos desde el punto de vista de las múltiples interacciones que los caracterizan. Es decir, concebir al fenómeno –al museo- como un ente completo e integrado, el cual determina el comportamiento de sus componentes, pero ellos individualmente no pueden definirlo, hablando específicamente de los visitantes, la exposición o la colecciones por si solos.

“Es demasiado fácil caer en la tentación de creer que la noción de comunicación del museo se limita a la organización de exposiciones.” (Hooper-Greenhill, 1998: 75) ciertamente es el mayor reflejo de lo que el visitante percibe; pero, además de los métodos formales de comunicación, es necesario considerar los variados aspectos del museo sería lo más acertado. El enfoque holístico permite esto, la asociación de todos los elementos del museo desde el funcionamiento institucional que afectan desde la imagen del museo hasta la visita general (Figura 5).



Figura 5. Construcción de la imagen del museo<sup>102</sup>

La complejidad de esta forma de enfrentar el museo radica en su multiplicidad de correlaciones. El museo se ve inmerso en contextos y subtextos múltiples pues es un medio reconocido por la sociedad y que se dirige en muchas direcciones. Se debe de tomar en cuenta no sólo al público, a los programas educativos y turísticos, sino también a los patrocinadores, las instituciones de las cuales depende, a la política del país e incluso a las crisis sociales de cualquier nivel.

En primer lugar, se debe considerar el sistema básico de comunicación del ser humano y adaptarlo al del medio museal. De esta manera, se propone el modelo de Kenez y Wright en donde la función básica de la comunicación son las ideas por arriba de las colecciones (Figura 6) Aplicándolo hacia un modelo sobre la pertinencia de la investigación (Figura 7) se busca que el diseño sea el puente entre el objeto y su exposición a través de la intervención constante del visitante.



Figura 6. Modelo del proceso de comunicación según Kenez y Wright



Figura 7. Adaptación del modelo tradicional de Kenez y Wright. Diseño propio

101 Real Academia de la Lengua, 2012

102 Hooper-Greenhill, E. (1998) *Ibidem*, España:Trea, pp. 74



Por otro lado, se entiende la dimensión de las muchas posibilidades que determinan el uso de la metodología holística, puesto que de ella emanan diferentes maneras de abordar la investigación. Es por ello que se ajusta a un modelo en donde la principal prerrogativa es imitar el funcionamiento tradicional de un museo, adjuntando el proceso creativo del diseño y la disciplina de evaluación (Figura 8) Como resultado, se obtiene un proceso donde la retroalimentación de etapas es constante, empezando con la investigación de gabinete (conceptos, teorías, hechos históricos-artísticos) a su adaptación en la indagación de campo y su reflejo en la creación de prototipos.



Figura 8. Metodología holística aplicada a la investigación. Diseño propio

Considerar al ambiente y espacio museal como un todo complejo propio de un sistema comunicativo de masas, es el primer paso para generar nuevas perspectivas en ese sentido: comunicación evaluativa y perceptual. Como se ha ido desarrollando en el texto, la dinámica debe centrarse en la propuesta a través de la inclusión del visitante al espacio en su concepción y en esta participación se intenta no dejar de lado los demás factores que conllevan el resultado, es decir el entorno museístico del diseño museográfico.



## 2.2 La evaluación previa desde el diseño y comunicación visual

A lo largo del desarrollo de la investigación, se ha pretendido dilucidar el campo de acción del diseño dentro de la dinámica del museo, su trascendencia como disciplina que encuentra áreas de oportunidad transformándolas en nuevas formas de comunicación, su contribución en la construcción de discursos visuales y su calidad de catalizador de mensajes dentro del espacio. Sin embargo, en este estudio, la dimensión del diseño se amplía hacia su potencial proyectual, es decir, su característica de unificar procesos de diversas disciplinas para construir nuevos paradigmas.

*Diseñar el método para diseñar y diseñar el método para investigar son tareas de un tipo diferente del de diseñar las comunicaciones mismas. Los métodos crean los marcos, los paradigmas dentro de los cuales se desarrollan las soluciones específicas. Las acciones de implementación, a su vez, son activas y reflexivas, es decir, retroalimentan a las estructuras metodológicas que las enmarcan.<sup>103</sup>*

<sup>103</sup> Frascara, J. (2008) *Ibidem*, pp. 85

Como Frascara lo describe, el diseño homologa estructuras de diferentes tipos, ya que puede respaldarse con un estudio de los métodos como vías para configurar procedimientos y sus consecuentes aplicaciones de una manera más óptima. Es por ello que, es necesario detectar todos los factores involucrados (variables cuantificables y las no cuantificables) y detallar perfectamente tanto el problema como la manera de encararlo (metodología).

Cabe señalar que en diseño no se abordan alternativas de comunicación visual, sino problemáticas humanas, por lo que confiere especial atención a diferentes puntos de vista, pues uno sólo no bastaría para su resolución. Una de las aportaciones del estudio es la identificación de los contenidos y los mensajes a ser comunicados, por lo que se usará información de los especialistas y del público.

En este sentido, las audiencias se consideran generales, aunque deben haber espacios en la exposición para ciertos grupos particulares y así determinar el conjunto de planeación que debe describir lo más rico y profundo posible a la audiencia meta en el contexto del museo. Esta información da premisas clave sobre satisfacción de la visita y no sólo son identificadas por las metas y objetivos de la exposición, sino también por la responsabilidad del museo con la comunidad.

La introducción en el proceso producción museográfica al visitante de espacios museales, es un área compleja que se ha explorado cada vez más con el paso del tiempo y con mejores resultados. Lo que se ha detectado es inexistente presencia del diseño en el área de planificación de estudios de evaluación y su participación directa con el público, donde la intencionalidad del diseño radica en la comunicación (Figura 9)

Es importante notar que la intencionalidad del diseño deriva siempre de un proceso de comunicación y alteración de ambientes, mientras que el mensaje está mediado por el contexto, que lo define el museo y el visitante se comporta como intersección de estos procesos y espacios.

Por lo anterior, es necesario considerar la estructura del lenguaje, ya que este es eje fundamental para un diseño óptimo de comunicación; sin



Figura 9. Fenómeno de estudio dentro de la investigación. Diseño propio.

embargo no se puede valer solamente del estudio del lenguaje como fenómeno aislado, puesto que “a diferencia del lenguaje, [el diseño] no se concentra en la representación de la realidad sino que interviene en ella [...]”<sup>104</sup> por lo que se precisa la intervención de otras teorías que estudien tanto los elementos internos del diseño como su acción dentro de la realidad que debe afectar, como se ha mostrado a lo largo de este análisis.

3 El esfuerzo del diseñador, [...] consiste en conectar la teoría con la práctica, de manera que la teoría no permanezca auto-referencial y que la práctica vaya más allá de lo intuitivo.<sup>105</sup>

De esta manera se enlazan tres conceptos importantes en las metodologías citadas:

- 1) Preocupación directa por las necesidades del público
- 2) Focalización de objetivos particulares al público
- 3) Construcción de discursos dirigidos a los intereses y posibilidades de los emisores de productos y/o servicios.; en este caso específico a mensajes en espacios museales.

104 Frascara, J. (2008) *Íbidem*, pp. 88

105 Frascara, J. (2008) *Íbidem*, pp. 88



# MODELO DE DISEÑO DE COMUNICACIÓN EN MUSEOS

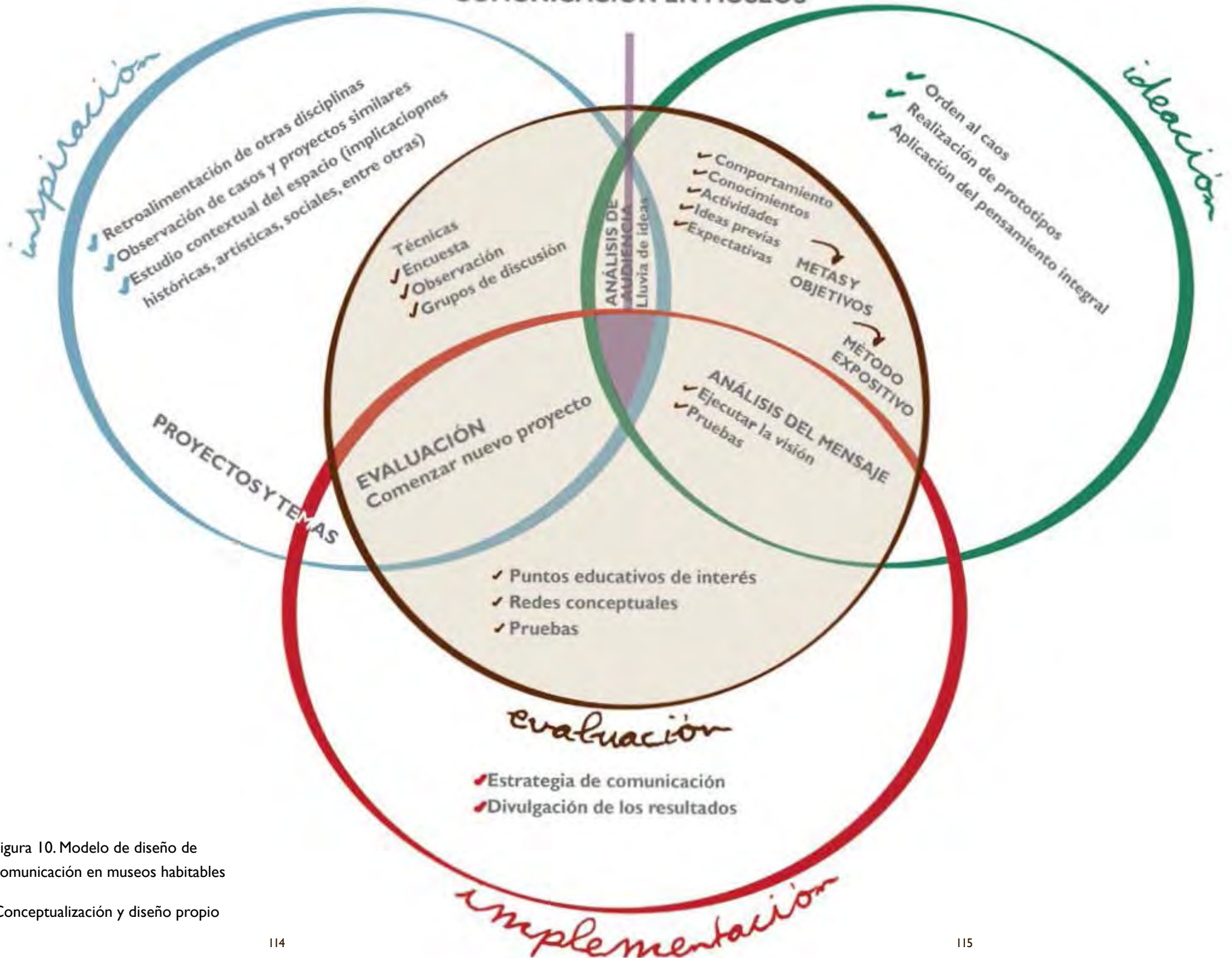


Figura 10. Modelo de diseño de comunicación en museos habitables

Conceptualización y diseño propio

Con esto:

A fin de poder determinar cada una de las reflexiones aquí vertidas, se ha acertado en desarrollar un modelo representado por la Figura 9. En este esquema se fusionan los métodos antes desarrollados aplicados a la investigación. En primer lugar se encuentran los espacios adaptados del D.T. en el proceso creativo del diseño, para ser enraizado con las técnicas y etapas de la evaluación previa. Cabe señalar que, al ser un proceso en continua retroalimentación, cada una de las partes se complementa con la otra y el centro de estos espacios está la estructura final de la solución, es decir, no representa un fin acabado, sino al contrario trata de emular la transformación de la realidad por medio del diseño en constante movimiento.



Columna de terraza en el jardín del Museo Casa de la Bola, 2010

### 2.3 Construcción y configuración

En este siguiente apartado se abordarán las técnicas y procedimientos que se han aplicado al modelo con el fin de explicar cada uno de sus elementos. En resumen, se revisará cómo la evaluación previa se adaptará a los procesos del diseño museográfico de un espacio particular. Es por ello, que en primera instancia se concreta que, al ser el museo contenedor de mensajes con distintos lenguajes y pesos perceptuales de distinta naturaleza, su forma de comunicación desde cualquier ámbito se convierte en holística. Al considerar el enfoque holístico de la comunicación del museo se debe ser consciente de los elementos que abarcan a todo el museo, de esos aspectos del funcionamiento de la institución que afectan a la imagen del museo o a la visita general (Hooper-Greenhill, E. 1998).

A partir de esto, se entiende que los modelos no se siguen estrictamente, son guías precisas que potencializan la experiencia para la creación de métodos efectivos para investigar y actuar en otros segmentos de la realidad. Su flexibilidad permitirá al diseñador de espacios museales a vislumbrar nuevos caminos de comunicación y lograr una habitabilidad en el museo en general.

Antes de empezar una exhibición, debe saberse el por qué y él para quién se planea; por ello se inicia preguntando: ¿Qué entienden las personas acerca del tema de la exhibición propuesta? Y, ¿cómo puede su conocimiento (o falta de este), ser acomodado en la exposición? Para proyectar los objetivos de aprendizaje se debe asumir el nivel de conocimiento en las audiencias. Se parte de ideas generales con el propósito de hacer que el visitante se enfoque en algo en particular. En los museos de historia y ciencia lo curadores pueden asumir una cierta familiaridad con los temas tratados lo que permite evaluar los logros de la exposición contra criterios específicos.

Por otro lado, se debe de tener muy presente la función a desarrollar en estos dos puntos:

- La conciencia de la dificultad implícita en la tarea de llegar a comprender aquello que aún no comprendemos.
- La conciencia del papel del observador en la construcción de lo observado.<sup>106</sup>

En este sentido, la disciplina de la evaluación dará las pautas para determinar el uso de las técnicas y desarrollo de instrumentos para su aplicación y análisis. Las sugerencias desarrolladas por la estrategia de comunicación son sólo indicadores para el diseñador en la selección de la construcción visual. Sin embargo, los pormenores requieren otro tipo de proceso interno de interpretación.

A continuación se describirán las técnicas, tomadas de la evaluación, utilizadas en el modelo descrito con anterioridad. Se destacan por su efectividad y por su cualidad cualitativa y cuantitativa, lo cual permite se complementen mutuamente.

### Técnicas

Dentro de este proyecto se establecieron, por cuestiones de tiempo y logística, dos tipos de técnica con sus debidos instrumentos para posteriormente realizar la interpretación correspondiente, las cuales son la observación y el

autoinforme. Cada una posee sus ventajas y desventajas pues buscan diferentes aspectos a evaluar los cuales se describirán a continuación.

### Observación

La observación es una técnica que se ha utilizado frecuentemente desde los primeros estudios en museos, tanto como en cualquier investigación científica. Sus principales objetivos son la descripción, la codificación, cuantificación y análisis del entorno de comportamiento para su estudio evaluativo. Según Pérez, E (2000), la observación es especialmente útil en el ámbito de la evaluación para:

- Determinar los flujos de circulación a través del museo.
- Estudiar los niveles de atención que los visitantes prestan a cada uno de los objetos, textos, modelos, etc. de una exposición.
- Establecer el orden del recorrido que los visitantes siguen en su visita.
- Determinar el tiempo que los visitantes emplean en recorrer una exposición y su distribución entre las distintas unidades o zonas expositivas.
- Determinar los comportamientos o patrones de comportamiento de los visitantes durante la visita y los tiempos dedicados a cada uno de ellos.

A pesar de que esta técnica es muy flexible y arroja un sin número de información, resulta complicado obtener una “observación ideal” ya que el mismo visitante puede cambiar su comportamiento por el simple hecho de sentirse observado. Es por eso que, es de suma importancia que los procedimientos empleados sean ceñirse a ciertas reglas de operación. Estas se pueden resumir en los siguientes puntos<sup>107</sup>:

- Definición de antemano clara y precisa de los componentes comportamentales a observar.
- Utilización de instrumentos técnicos que aseguren la exactitud en el registro.

<sup>106</sup> Frascara, J. (2008) *Íbidem*, pp. 92

<sup>107</sup> Pérez, E. (2000) *Íbidem*, pp. 75



- Control del observador y observado, limitando sus tendencias.
- Utilización de métodos de muestreo que simplifiquen la toma de datos.

Es importante resaltar que el observador debe de tener claros los criterios antes mencionados, puesto que este tipo de técnica tiene muchos inconvenientes en su aplicación, como las expectativas, anticipaciones de los comportamientos, el mal uso de los instrumentos o su mala realización, la inestabilidad y fluctuación de los datos obtenidos.

Una de las ventajas de este tipo de instrumento es el gran número de datos que arroja, tanto de manera cuantitativa como de manera cualitativa. Estas variables pueden utilizarse de acuerdo a lo que se busca dentro del estudio, según Eloísa Pérez se pueden clasificar de la siguiente manera<sup>108</sup>:

Por otro lado, existen procedimientos de observación para la toma de estos datos adaptados al ámbito museal, los cuales permiten la estimación de las variables mencionadas. En este estudio, se utilizaron dos procedimientos generales que se describirán a continuación.

VARIABLES ESTUDIADAS	ÍNDICES
Tiempo total de visita	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Velocidad del recorrido</li> <li>• Índice de entropía</li> <li>• Índice de densidad</li> </ul>
Atención de un área, zona o unidad expositiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poder de atención</li> <li>• Poder de mantenimiento de la atención</li> <li>• Porcentaje de visitantes minuciosos</li> <li>• Índice de reciclaje</li> </ul>
Comportamientos dirigidos a elementos concretos	
Interacciones sociales	
Orden de la visita	

*Registro narrativo:* Este tipo de observación es de tipo intuitivo y su finalidad es conocer el lugar donde se llevará a cabo el estudio. Es una forma de recolección de datos previa, la cual sirve mucho cuando no existen antecedentes o no se conocen patrones de comportamiento del público ante el espacio y los elementos expositivos. De esta forma, es posible planear con antelación de manera óptima la observación.

### Observación de recorrido (tracking)

Es la más utilizada dentro de los estudios de público, es directa in situ y detalla los movimientos de los visitantes dentro de la exposición. Consiste en observar y registrar algunos de los comportamientos de los visitantes desde que ingresan al museo, durante su recorrido en la exposición y su salida. Los datos obtenidos, generalmente son: el orden del recorrido, la atención en los objetos y los elementos expositivos, el tiempo y los lugares recurrentes.

Según Diamond (1999:78) las directrices para realizar el registro de los recorridos observados son:

- Registrar los movimientos de un solo sujeto en un solo plano. Si se desea seguir a una familia, elegir a uno de sus miembros y anotar los movimientos del mismo con detalle, indicando con notas generales los movimientos del resto del grupo.
- Anotar el tiempo dedicado a cada zona o elemento expositivo, cuidando de no delimitar sobre el plano demasiados lugares, ya que entonces resultaría muy difícil registrar a un visitante muy activo.
- Utilizar códigos preestablecidos para anotar distintos comportamientos de los visitantes, en función del tipo de exposición.

### Autoinforme

Estas técnicas son de las más utilizadas en la actualidad, pues resulta ser información directa de parte de los visitantes, su instrumento son las encuestas, las entrevistas, los grupos de enfoque, entre otros. La utilidad de estas técnicas no se limita a obtener datos sociodemográficos, si no que se amplía a las expectativas, conductas, actitudes y necesidades.



Las medidas de autoinforme pueden ayudar para:

- Describir conductas del visitante
- Precisar las preferencias ante la exposición
- Determinar niveles de satisfacción
- Identificar necesidades
- Evaluar exposiciones o elementos de la misma

Así como en la observación, los problemas que presenta esta técnica derivan en las respuestas del visitante: su conducta. La manera en que la respuesta se da es muy importante, ya que deliberadamente el entrevistado puede simular las respuestas que cree busca el entrevistado, una conducta de “deseabilidad social” o tendencia a dar una imagen de si mismo aceptable, presión social, entre otros inconvenientes.

La encuesta fue el instrumento para el estudio, tanto por su eficacia en la recolección de datos específicos (sociodemográficos, comportamientos, preferencias, necesidades, entre otros) como por su apoyo en abordar tópicos como:

- Identificación y descripción del público asiduo y potencial
- Comportamientos y preferencias específicas como la motivación de la visita, expectativas, opiniones, niveles de satisfacción, etc.
- Percepción del comportamiento desde la perspectiva del encuestado como el tiempo en la visita de la exposición, en las instalaciones, en museos en general, entre otros.

Las variables pueden ser de cinco tipos: sociodemográficas (edad, sexo, nivel socioeconómico, procedencia, ocupación), de la visita (compañía, duración de la visita, motivaciones, problemas encontrados), opinión (valoración de la exposición en general, de elementos específicos, servicios, impacto emocional, expectativas, temas de interés), comprensión y asimilación

(recuerdo y comprensión de contenidos generales, específicos asimilación de ideas básicas, síntesis de contenidos) y variables específicas (de acuerdo a lo que busca la investigación)

Para la elaboración de los cuestionarios se debe de documentar muy bien sobre la temática que se afrontará. Es por ello que se debe de revisar profundamente la literatura tanto del tema como de la aplicación de la misma encuesta en el contexto del museo, la identificación de proyectos similares en otros espacios y de ser posible, pruebas piloto con formato de entrevista para su mejor aplicación.

Con referencia a la estructura de las preguntas, el lenguaje necesita ser concreto evitando el coloquialismo y terminología especializada pero con expresiones comunes entre el encuestador y el encuestado para prescindir de un formalismo extremo. De igual forma, los reactivos deben ser cortos, claros y definir sólo una idea. Es posible combinar preguntas abiertas con cerradas dependiendo la información que se busca (Cuadro 2).

TIPO DE PREGUNTAS	VENTAJAS	DESVENTAJAS	USO
Abiertas	Libertad de respuesta, mejor control del grado de información o ambigüedad del encuestado. Produce mayor motivación.	Difícil categorización. No recomendado para una muestra de bajo nivel educativo. Mayor subjetividad.	Investigación exploratoria. Temas no conocidos por la población. Recomendado para sujetos con nivel educativo medio/alto.
Cerradas	Facilidad de análisis, Facilidad de respuesta a individuos con problemas de expresión.	Pueden existir respuestas no incluidas en ninguna categoría, equivocación de respuesta no adecuándose a su opinión real. Producen menor motivación.	Investigación clasificatoria. Temas conocidos por la población. Con sujetos con bajo nivel educativo.

Cuadro 2. Ventajas e inconvenientes de la utilización de preguntas abiertas o cerradas en los cuestionarios<sup>109</sup>

109 Pérez, E. (2000) *Ibidem*, pp. 100

Después de construir el cuestionario, su aplicación dependerá de los propios reactivos y de las condiciones que ofrezca el espacio. En este sentido, la recolección de los datos puede ser de dos formas: a través de un encuestador que formule las preguntas directamente al encuestado, siguiendo el procedimiento antes planeado y de manera autoadministrada, la cual consiste en que el visitante conteste los reactivos sin que otra persona intervenga.

En el uso de las técnicas antes citadas es necesaria la validación de los datos encontrados. Este es un tópico difícil de abordar, ya que las condiciones de recolección son determinantes para ello; sin embargo no se puede hacer rígido el estado de la investigación con preguntas cerradas o el aislamiento del individuo; tampoco es viable la observación con herramientas tecnológicas de punta. Esto deriva en la búsqueda de un equilibrio, en el cual las herramientas sirvan de referente y se complementen con diferentes formas de análisis e interpretación fiable.



Vista panorámica de terraza en el jardín del Museo Casa de la Bola, 2013

## 2.4 Evaluación en museos desde el diseño en el Museo Casa de la Bola

En este punto es necesario acotar el campo de acción de lo expuesto anteriormente, es decir que, se describirá como se realizó el proceso en el estudio de caso específico, en cada etapa del modelo antes expuesto.

### *Antecedentes*

Para iniciar con la planeación de la evaluación, se buscó información de estudios previos, con el fin de equiparar los resultados y profundizar en algunos aspectos. En este sentido, se encontró una propuesta que fue realizada en agosto del 2008 como parte del diplomado “Museo: Un espacio de creación, nuevos paradigmas” de la Escuela Nacional de Artes Plásticas (ENAP) de la UNAM en la Academia de San Carlos, teniendo como coordinadora del programa a la Lic. Karina Durand.

Este ejercicio de investigación se centraba en la búsqueda de creación de nuevos públicos en el Museo Casa de la Bola. Los pasos iniciales que llevaron a cabo fueron la búsqueda de información tanto de la historia sobre el espacio y sus alrededores, como de la principal oferta y competencia de otros lugares con características similares.

En su encuesta de las personas que viven en los alrededores, el perfil socioeconómico, se resume que encontraron un promedio de personas de entre 31 a 50 años, empleados y amas de casa, con una escolaridad predominante de secundaria y preparatoria y de género femenino. Por otro lado,

en su conocimiento sobre el museo, encontraron que entre el 50 y 40 % del público del museo lo conoce o había escuchado de él. Sin embargo, pocas personas (entre el 0 y 10%) conocen a profundidad las temáticas y actividades que se desenvuelven en este espacio.

Por otro lado, en la encuesta que se realizó dentro del museo, se identificó que el público asiduo tiene entre 41 y 50 años de edad, con estudios de licenciatura, que habita en el Distrito Federal con posibilidades de transportarse en automóvil propio. Las referencias para su visita se hallaron principalmente en medios de comunicación, como la radio y revistas, pero el principal es por encontrárselo en su camino; es por ello que la mayoría no conocen sus actividades culturales y comerciales. Entre sus expectativas, sobresalen los muebles y las antigüedades, donde impera por un corto margen el desconocimiento de las mismas.

Este tipo de público, encontró al museo muy interesante que sobre pasa sus expectativas; donde la decoración y los muebles son los objetos de más agrado. No existieron prácticamente comentarios negativos, sin embargo referían a mejorar el mantenimiento y el recorrido a todas las salas de la exhibición.

Como conclusiones se propusieron ciertas recomendaciones que se enumerarán a continuación:

1. Promover la identidad del Museo Casa de la Bola por medio de la creación de marcas y diseño de productos.
2. Lanzamiento de una nueva imagen.
3. Realización de exposiciones temporales.
4. Programa de voluntariado y servicio social.

Con lo anterior, se tiene un panorama de como se ha abordado el tema de los públicos potenciales y asiduos dentro de este museo. Ha sido un referente inmediato que denota la falta de comunicación del museo con el público y el desconocimiento de las actividades que se llevaban a cabo en ese periodo de tiempo.

Sin embargo, se debe de tomar en cuenta que, al momento de la aplicación de este estudio, muchos de los factores que determinaban esos parámetros (del estudio anterior) han cambiado en gran medida durante los dos años posteriores. Es por ello, que se buscarán algunos de los datos obtenidos previamente. Desafortunadamente a este proyecto no se le pudo dar seguimiento por problemas financieros que estaba a travesando la institución en ese momento.

### *Planeación*

En primer lugar, se debe tomar en cuenta que al llevar a cabo una evaluación previa es necesario contener, dentro de los parámetros, los objetivos por los cuales se lleva a cabo y delimitar el alcance discursivo del mensaje que se desea transmitir, para construir una estrategia de comunicación.

De esta forma, se establecieron los siguientes objetivos:

- Conocer las características del público que asiste al museo.
- Identificar los tipos de visitantes.
- Saber las necesidades, expectativas, opiniones y recomendaciones del público.
- Comprender los hábitos de visita de las personas que asisten a menudo al museo.
- Reconocer el tipo y nivel de información que el público tiene tanto del espacio como de las temáticas que se desenvuelven en él.
- Examinar y registrar la manera en que se lleva a cabo la visita.
- Distinguir las preferencias en las temáticas y su presentación para la exposición.

Con estos pormenores se definió en utilizar la encuesta como técnica inicial de reconocimiento y la observación del visitante como técnica complementaria al estudio. La estructura del instrumento se realizó de acuerdo a los objetivos antes expuestos, dividiéndose en cinco partes, una explicación



sobre los objetivos del cuestionario y su procedencia, así como una sección final para recolectar los datos del encuestado, si es que los desea dejar (Figura 11).

Maestría en Artes Visuales UNAM  
Tema: Diseño y Comunicación Visual en el Jardín Romántico. Encuesta 1

05-11

Folio \_\_\_\_\_

El presente cuestionario es parte de una investigación en la Maestría en Artes Visuales, la cual intenta reunir información acerca del Museo Casa de la Bola. Agradecemos su amable participación.  
El objetivo de esta encuesta es conocer las características y los motivos de los visitantes del Museo Casa de la Bola, en específico de su jardín, así como los temas y/o actividades que les puedan interesar acerca de este.

---

**Parte 1: Sociodemográfico**  
 Sexo: \_\_\_\_\_  
 Edad: \_\_\_\_\_  
 Nivel de estudios: \_\_\_\_\_  
 Delegación de procedencia: \_\_\_\_\_  
 ¿Con quién viene? \_\_\_\_\_

---

**Parte 2: Conocimiento del espacio**  
 ¿Cuántas veces has visitado el museo? \_\_\_\_\_  
 ¿Cómo te enteraste de su existencia?  
 a) Recomendación ( ) b) Anuncio en medios impresos o electrónicos ( ) c) Cercanía del lugar ( )  
 ¿Qué fue lo que lo motivó a visitarlo?  
 a) Actividades ( ) b) Colección ( ) c) Historia ( ) d) Escuela ( ) e) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_  
 ¿Si lo ha visitado más de una vez qué lo motiva a volverlo a regresar? \_\_\_\_\_

---

**Parte 3: Percepción del espacio**  
 ¿Qué es lo que más le agrada del museo?  
 ¿Por qué? \_\_\_\_\_  
 ¿Qué es lo que menos le agrada del museo?  
 ¿Por qué? \_\_\_\_\_

---

**Parte 4: Conocimiento del jardín y del Romanticismo**  
 Antes de visitar el museo ¿Sabías que tenía jardín? Sí ( ) No ( )  
 ¿Qué es lo que más le agrada del jardín?  
 ¿A qué te recuerda el jardín?  
 ¿Qué te gustaría saber sobre el jardín?  
 a) Historia ( ) b) Motivos arquitectónicos ( ) c) Motivos ambientales ( ) d) Plantas vegetales ( ) e) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_  
 ¿Qué te viene a la mente con la palabra Romanticismo?  
 ¿Conoce el movimiento artístico del Romanticismo? Sí ( ) No ( )

---

**Parte 5: Recomendaciones**  
 Cuando visita un museo ¿Qué es lo que más le agrada?  
 ¿Qué aspectos cambiaría de este museo? \_\_\_\_\_

Datos de contacto por si desea recibir información acerca de esta investigación: \_\_\_\_\_

Figura 11. Instrumento, cuestionario de encuesta de reconocimiento. Diseño propio.

Posteriormente, para el armado de la técnica de observación y el recorrido, se construyó un sencillo mapa que pudiera dar cabida a registrar la visita y la concentración de información. El formato sólo tiene dos partes, el propio mapa y la otra de apunte de datos, los cuales son: fecha, hora inicial, hora final, edad aproximada y tipo de grupo (Figura 12).

Instrumento de observación de recorridos

**MUSEO CASA DE LA BOLA**  
**JARDIN**

Fecha de aplicación \_\_\_\_\_  
 Hora de entrada \_\_\_\_\_  
 Hora de salida \_\_\_\_\_

---

Tipo de grupo \_\_\_\_\_  
 Edad aproximada \_\_\_\_\_  
 Observaciones: \_\_\_\_\_

Figura 12. Instrumento para observación de recorrido. Diseño propio.



## Aplicación

La encuesta se aplicó los días de apertura normal del museo, es decir, los domingos, en un horario de 11:00 a 17:00 horas, de mayo a junio del 2011. Una de las ventajas aprovechadas, fue la oportunidad de captar al público que asistía a las actividades culturales gratuitas de medio día, ya que la afluencia aumenta. El periodo de aplicación fue de un mes (4 sesiones) donde se fijó la muestra en un 20 por ciento del universo de visitantes por mes (300), es decir, 60 cuestionarios.

La recolección de datos se llevó a cabo de manera exitosa. Cada participante en los cuestionarios reflejó ciertas ideas personales acerca de su concepción del espacio. Sin embargo, no se evitaron los problemas habituales de la encuesta, como la influencia de la deseabilidad social y de los acompañantes del entrevistado.

El espacio entre la recolección de datos por medio de la encuesta y observación fue de dos meses. De esta forma, se adaptaron ciertas estrategias de aplicación y conocimiento del entorno. De un universo de 300 visitantes al mes, tomando en cuenta que no todos asisten al jardín se realizaron 40 seguimientos. Al igual que la encuesta, se llevaron a cabo los días de apertura general al público —domingos— y preferentemente después de la actividad principal, entre las 13:00 y 16:00 horas

Gracias a las características del terreno, la observación tuvo muchos aciertos, puesto que era posible llevarla a cabo sin que el visitante advirtiera la misma. Los inconvenientes radicaban en la dificultad del seguimiento, por el arbolado, la irregularidad de los caminos y la gran afluencia que en un inicio se registraba, para después tener visitantes exiguos por largos periodos de tiempo. Es así que se adaptó la estrategia a registrar más de un recorrido por mapa.

Finalmente, se puede concluir que esta evaluación previa, realizada a través de las técnicas antes referidas, consiguió el objetivo de conseguir los datos suficientes para el reconocimiento del público, tanto asiduo como potencial, a través de sus intereses, inquietudes y características generales. Cabe

señalar que este tipo de estudio es una herramienta como colaboración y parte en el proceso creativo de construcción de estrategias de comunicación.

En resumen se encontró, demográficamente, se puede decir que su visitante promedio radica entre los 30 y 50 años de edad, siendo el público juvenil el que debe de ser potencialmente atacado. Al ser un museo que sólo tiene posibilidades de apertura un día a la semana, el estudio buscará maximizar el tiempo en la encuesta con el fin de conocer la mayor parte de estos con base en actividades gratuitas que se realizan en el mismo.

Lo que se ha encontrado hasta el momento es que al público le interesan dos tópicos importantes, la historia de la Casa (arquitectura y detalles estéticos) y las historias de los que ahí la habitaron. Teniendo en cuenta esto, se pretende explotar el amplio potencial que guarda por su de ambientación y enriquecedor visual en esto que llamamos *Trabajo de identidad*, la información específica se detallará en el siguiente capítulo.

## Implementación al proceso creativo del diseño

Como se describió en el apartado anterior, la evaluación es utilizada como una de las disciplinas que colaboran en el proceso estratégico para la construcción de comunicaciones dentro del museo. Es así como, la concatenación de los pasos en esta metodología no es de forma lineal, si no que los pasos se complementan de acuerdo al desarrollo de los mismos.

Primeramente, al encontrarse con los primeros datos y el conocimiento frente a frente con el público, permitió una apertura inicial con bosquejos de soportes gráficos que abastecieran las necesidades del público entrevistado. Al mismo tiempo se realizó una investigación de gabinete (posterior a la de reconocimiento de espacio y temáticas), la cual reforzó tal apertura.

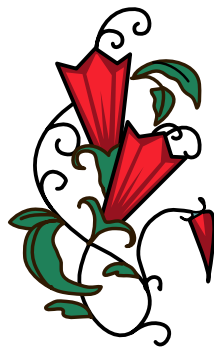
Una vez obtenidos los datos de la encuesta, se analizaron dentro del espectro estadístico, para dar forma a los primeros prototipos de planeación. Entre ellos un pormenorizado del tipo de público, sus intereses y los temas que potencialmente les eran interesantes. De esta forma, se dio paso para la

observación, donde la complementación y comprobación de datos se aunaron con la retroalimentación de proyectos similares.

Finalmente, con el análisis formal de la información obtenida, su orden para la identificación de temas comunes, temas con potencial diferenciador y sus posibles soportes, llevaron al desarrollo de un plan completo de estrategia de comunicación. En este plan se abordarán esquemáticamente las áreas de oportunidad, donde se definen sus campos de acción, ventajas y desventajas, para su implementación.

La metodología comprendida en este capítulo es parte de una experimentación para el proceso creativo del museo en la construcción de discursos museográficos; pero también resulta de un sondeo para las dos disciplinas, ya que no se trata de comprobar su total efectividad si no su complementariedad dentro de procedimientos mutuos.

En los dos siguientes capítulos se abordarán los resultados conseguidos en el estudio y la estructuración de un *Plan de activación museográfica*, para evidenciar el carácter eminentemente proyectual del diseño y la comunicación visual.





Construcción arquitectónica de descanso en el Jardín del Museo Casa de la Bola, 2010.



### apítulo III

### Resultados de la investigación





Los resultados que se mostrarán a continuación constarán de dos etapas cada una con dos partes que desglosarán su análisis. El orden está vinculado con el método que se siguió, por lo que en primera instancia se tienen los datos obtenidos en la encuesta inicial; posteriormente se desglosa un estudio de seguimiento como complemento a su antecesor. De esta manera se podrá fijar una estrategia de implementación y desarrollar el proceso de diseño. Finalmente se describirán los resultados finales para comprobación o refutación de hipótesis.

### 3.1 Resultados de encuesta inicial. Interpretación con base estadística

Como en el capítulo anterior se describió, en esta etapa de la investigación se desarrolló una encuesta, la cual tiene como objetivo realizar un reconocimiento del museo a través del público, así como al mismo público en cinco aspectos principales:

- a) Sociodemográfico
- b) Visitas y comprensión del museo

- c) Percepción del espacio
- d) Conocimientos temáticos
- e) Recomendaciones del lugar

Estos tópicos fueron determinados para dar cabida a las variables del contexto físico y las del visitante con el propósito de entender la naturaleza del público, los requerimientos principales que tiene del espacio y los aspectos reconocibles del entorno.

En este sentido y con base en la situación de apertura del Museo Casa de la Bola, el estudio se realizó los días domingo en un periodo de un mes (4 sesiones). Se observó que los días de mayor afluencia se generan debido a las actividades gratuitas que se ofrecen y dieron mayor oportunidad de fijar la muestra en un 20% del universo de visitantes por mes (300), es decir 60 cuestionarios.

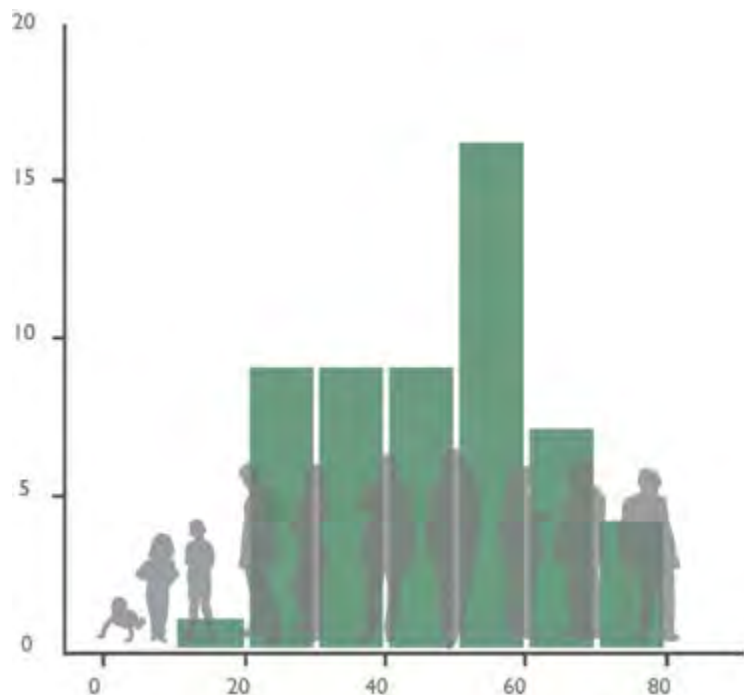
#### Aspecto sociodemográfico

Las variables a las que se hicieron referencia en este rubro de la encuesta tienen que ver con: sexo, edad, nivel de estudios, ocupación y lugar de residencia de donde se obtienen los siguientes resultados.

- La mayoría de los visitantes son de sexo masculino con un 65.5%, la edad oscila entre los 30 a los 60 años (Gráfica 1 y 2).

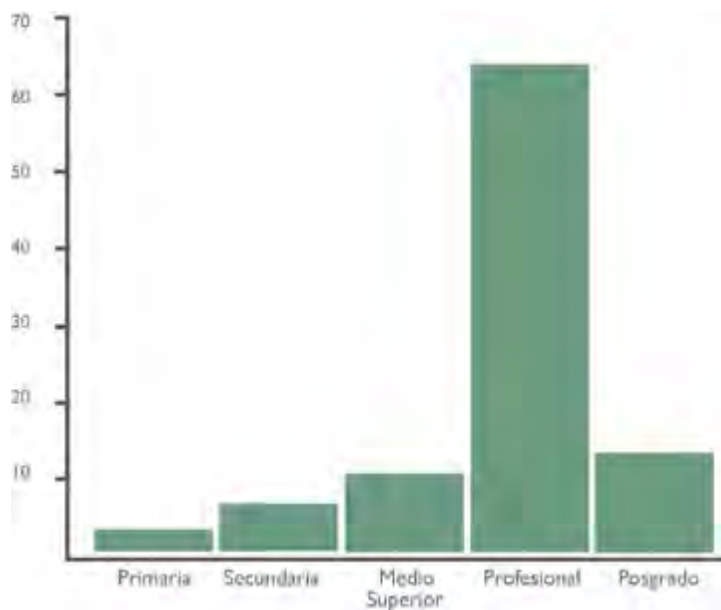


Gráfica 1. Género



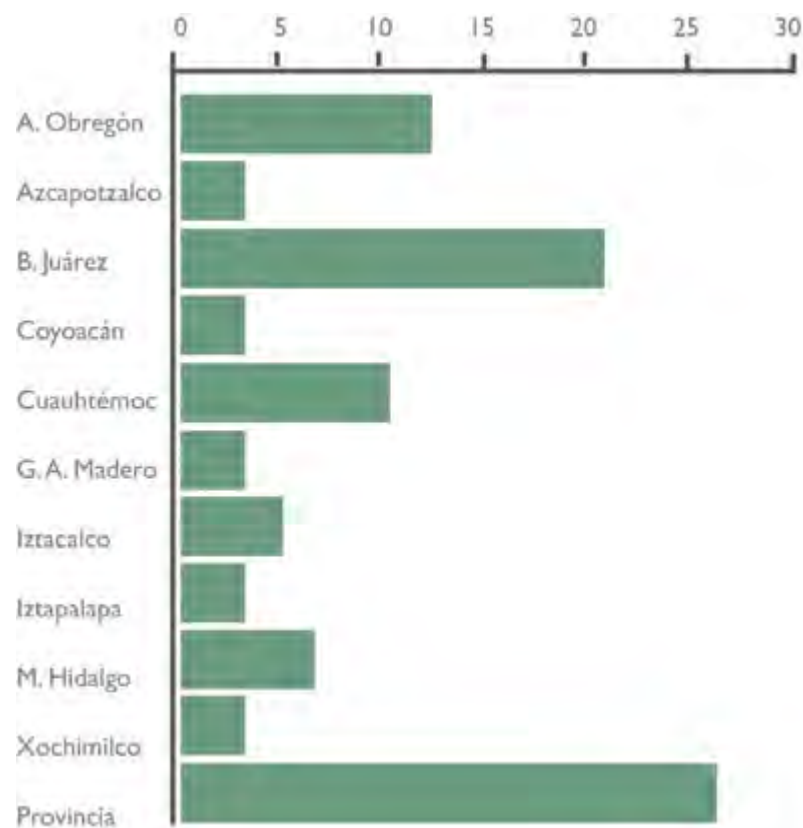
Gráfica 2. Edad

- El nivel de estudios imperante es el profesional con un total de 30 encuestados con este grado educativo, le siguen las personas con posgrado y medio superior (Gráfica 3).



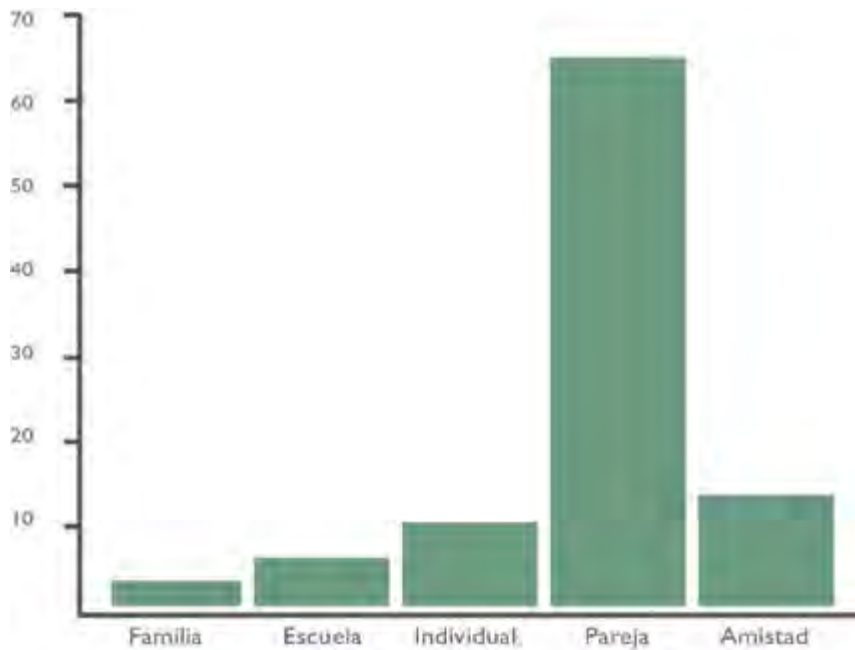
Gráfica 3. Nivel de estudios

- Se encuentra que los lugareños no son de los visitantes más frecuentes, pues resulta que los que más frecuentan el museo vienen de provincia —preferentemente del Estado de México— pues la correspondencia está ligada con otro museo de la Fundación, el cual se localiza en Tlalnepantla, lo que muestra la óptima referencia comunicacional con los otros museos hermanos. Por otro lado, de la Ciudad de México la delegación de donde provienen más es Benito Juárez, siguiendo con Álvaro Obregón y Cuauhtémoc, probablemente debido a su proximidad (Gráfica 4).



Gráfica 4. Lugar de procedencia

- Finalmente se obtiene que las parejas es el acompañamiento principal de la visita (Gráfica 5).



Gráfica 5. Acompañantes

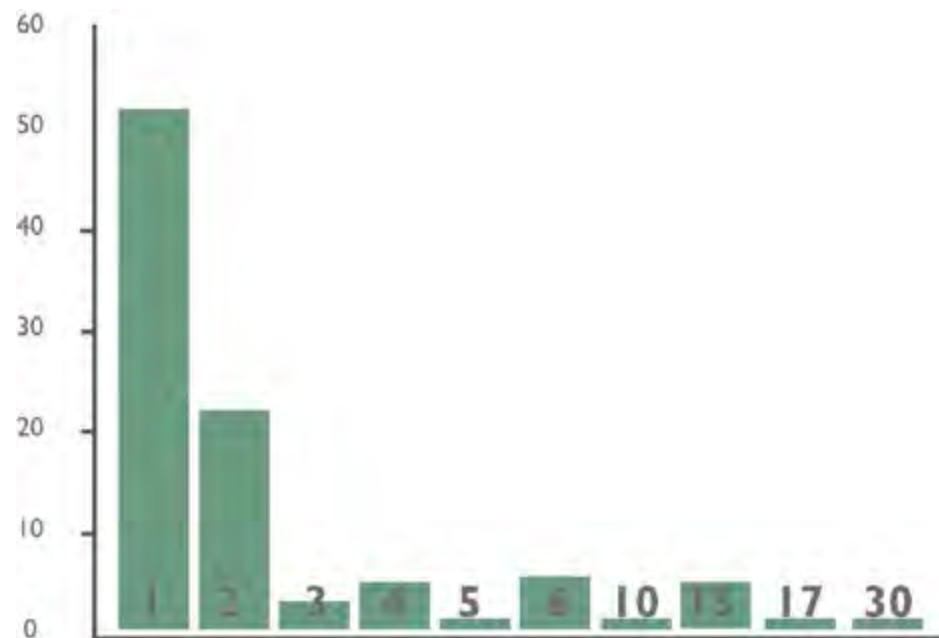
*Se puede concluir brevemente que existe un público heterogéneo adulto con una formación profesional y que está informado de la Fundación y sus museos.*



### Visitas y comprensión del museo

En este apartado se encontrarán las variables concernientes a la percepción de espectador, tanto en la concepción que tiene el espacio del museo en general como de su entorno y expectativas.

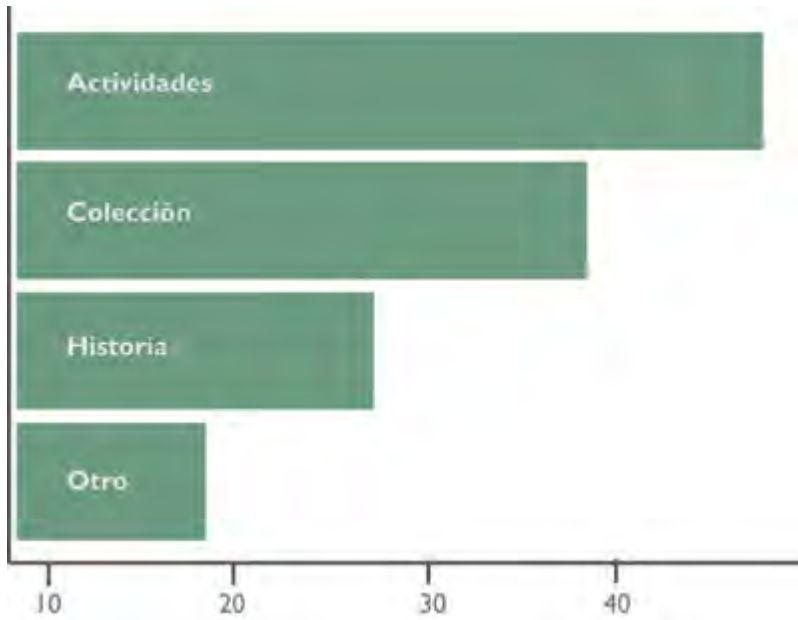
- Primeramente el 50% de los encuestados se encontraban en su primera visita al museo, lo cual nos arroja datos más certeros sobre una inicialización en la visita al espacio y su primera impresión del mismo (Gráfica 6).



Gráfica 6. Frecuencia de visita

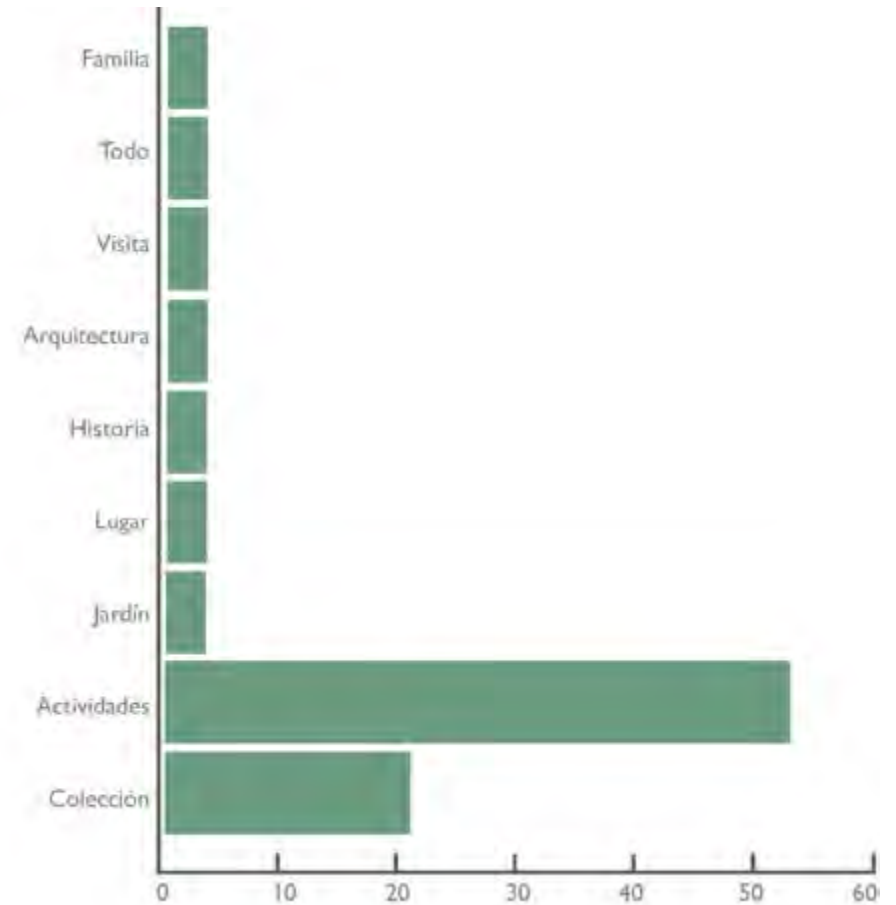
- Las actividades que se llevan a cabo (conferencias, talleres, conciertos, entre otros) son el motivo primordial para asistir (Gráfica 7).





Gráfica 7. Motivaciones de visita

- Por otra parte, el público que ha visitado más número de veces el espacio considera que su regreso se debe especialmente a las actividades (Gráfica 9).



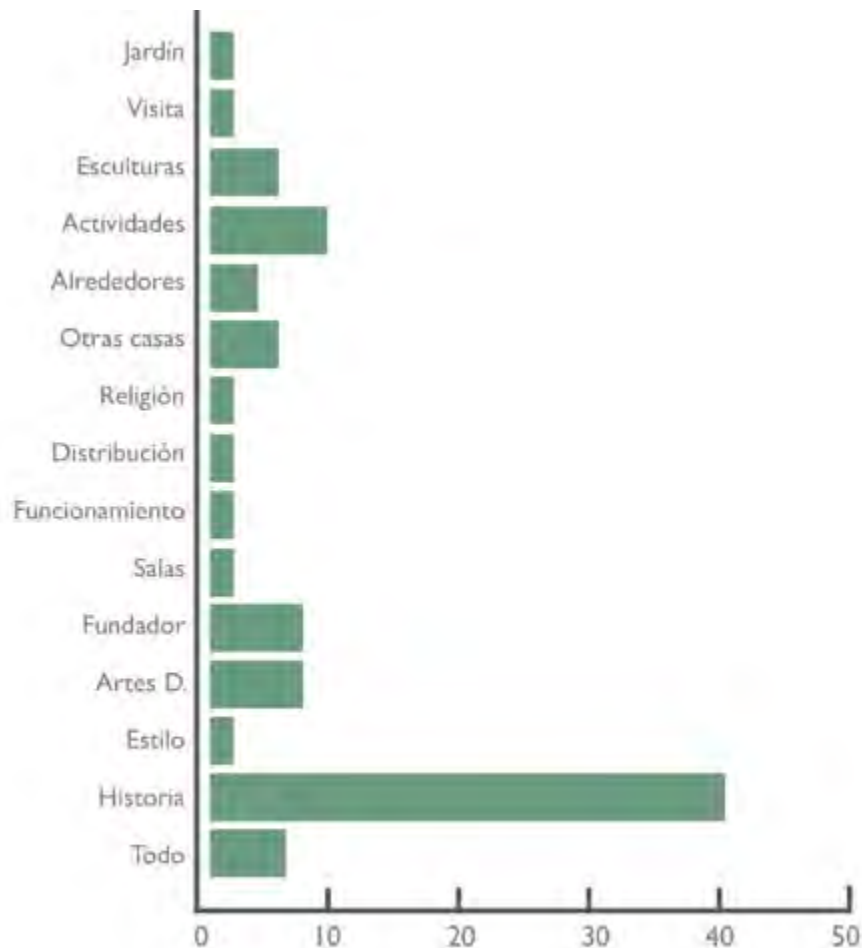
Gráfica 9. Motivación de regreso

- La recomendación (fenómeno recurrente en muchos de los sitios para visita) la manera más usual por a la que accedieron con información del museo (Gráfica 8).



Gráfica 8. Medio de información

- En el último reactivo se obtuvo un resultado que el tema que más causa interés es la historia tanto de la casa como la representación de la misma en la identidad nacional (Gráfica 10).



Gráfica 10. Temas de interés

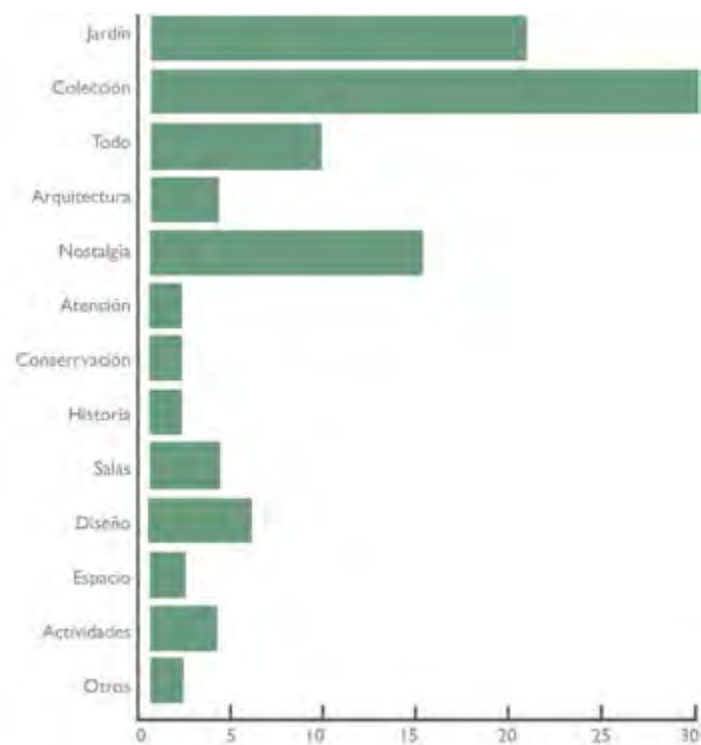
*Como primer acercamiento somero de análisis, se constata que las actividades que se realizan son el principal motivo de visita y de regreso para las personas, lo que alimenta la recomendación para un mayor número de público.*



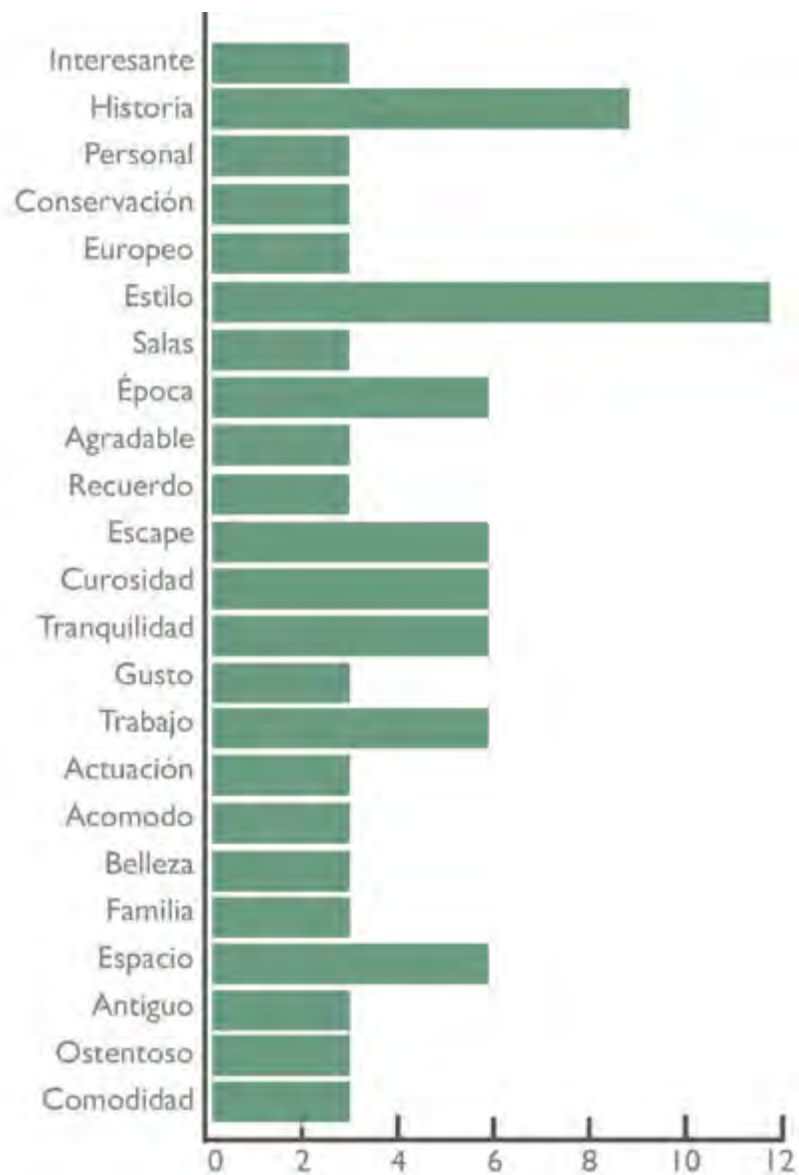
### Percepción del espacio

En general, este rubro de la encuesta engloba las satisfacciones o insatisfacciones que el visitante tiene con el museo; el propósito de buscar estos resultados son para obtener una visión más amplia de los aspectos que el museo refleja con base en la valoración general de la exposición, las valoraciones específicas de unidades expositivas, la valoración de servicios, su impacto emocional y sus expectativas.

- Como primer aspecto encontrado se encuentra una coincidencia positiva, al ser un museo donde el eje expositivo fundamental son los objetos, estos sean lo que el visitante halló más atractivos, siendo el estilo el motivo fundamental de este interés, aunque existe una contraposición con la índole de la conservación de los mismos que está en los últimos lugares. Otro resultado relevante, el cual da fundamento a esta investigación es que el jardín también es un referente que agrada al visitante con un 20% reflejado (Gráfica 11 y 12).

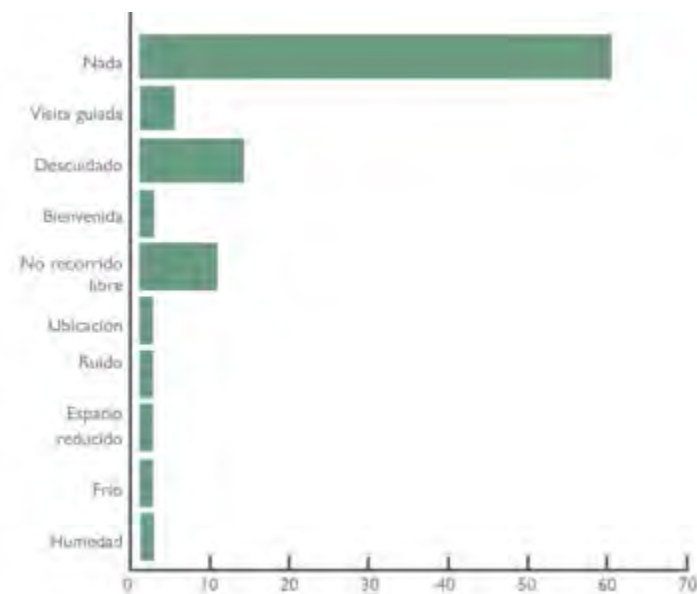


Gráfica 11. Aspectos de atracción

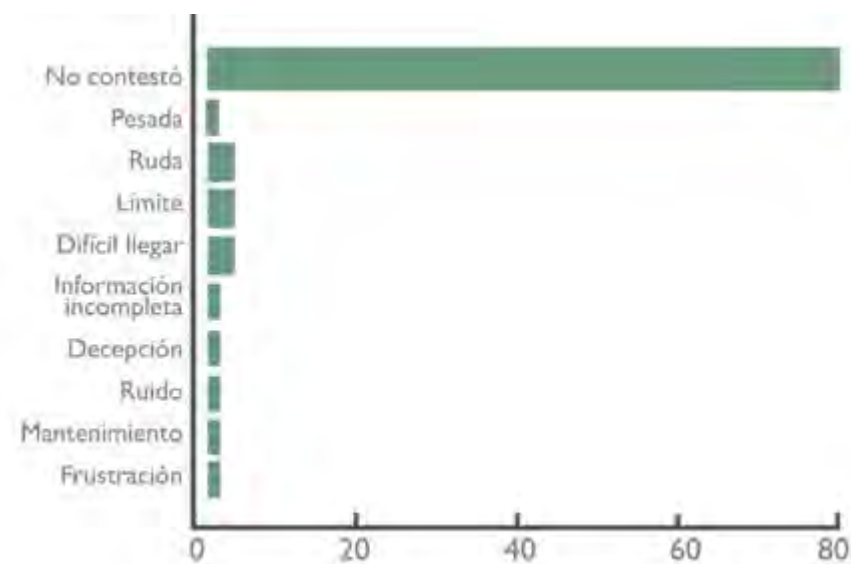


Gráfica 12. Cualidades de atracción de los objetos

- Por el contrario, al encuestar sobre las condiciones negativas, se obtiene que la mayoría no encontró alguna en específico que fuera relevante y se descubrió la concordancia con la percepción de descuido, afectando a la imagen del museo de manera crítica (Gráfica 13 y 14).



Gráfica 13. Desagrada del museo



Gráfica 13. Razón de desagrada del museo

*Finalmente se encuentra, en general, que la percepción que tiene el espectador del museo es positiva y encaja con su dimensión expositiva.*

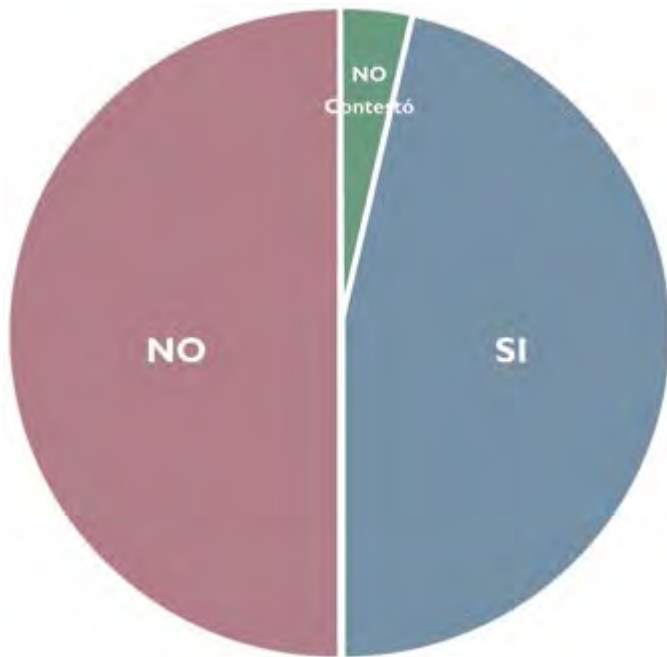




## Conocimientos temáticos

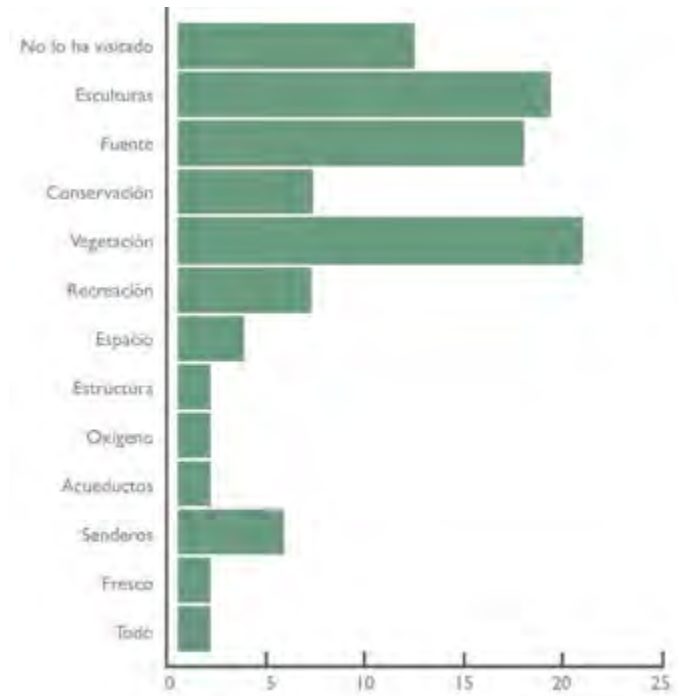
Por lo que respecta a esta investigación, este es el rubro medular, pues en él se encuentran los aspectos que se desarrollarán en la propuesta como los ejes temáticos a proponer y reforzar, los intereses generales del espacio y los vínculos afectivos que se pueden explotar

- De esta manera, se resalta que aproximadamente la mitad del público que visita el museo se encuentra con la sorpresa de que existe jardín —no hay un referente informativo al respecto— (Gráfica 15).



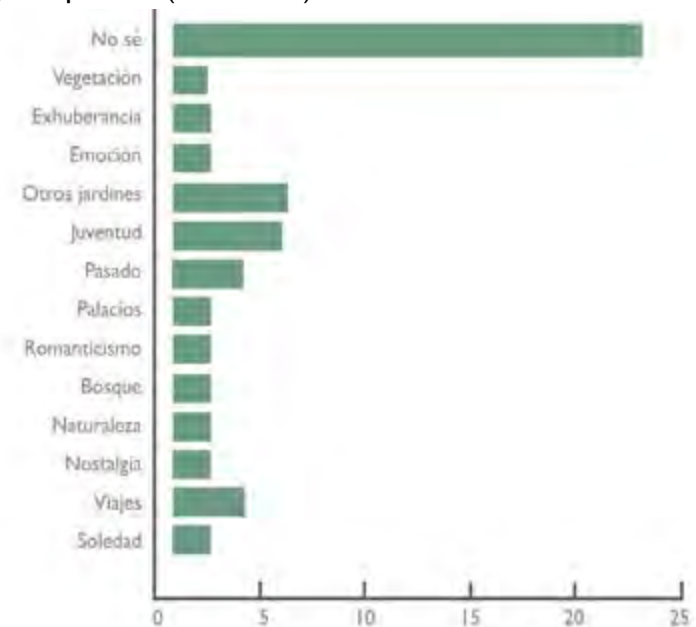
Gráfica 15. Conocen el jardín

- Coinciden los aspectos de la colección en torno al gusto mayoritario tanto de los objetos materiales (esculturas y fuentes) como de la vegetación (Gráfica 16).



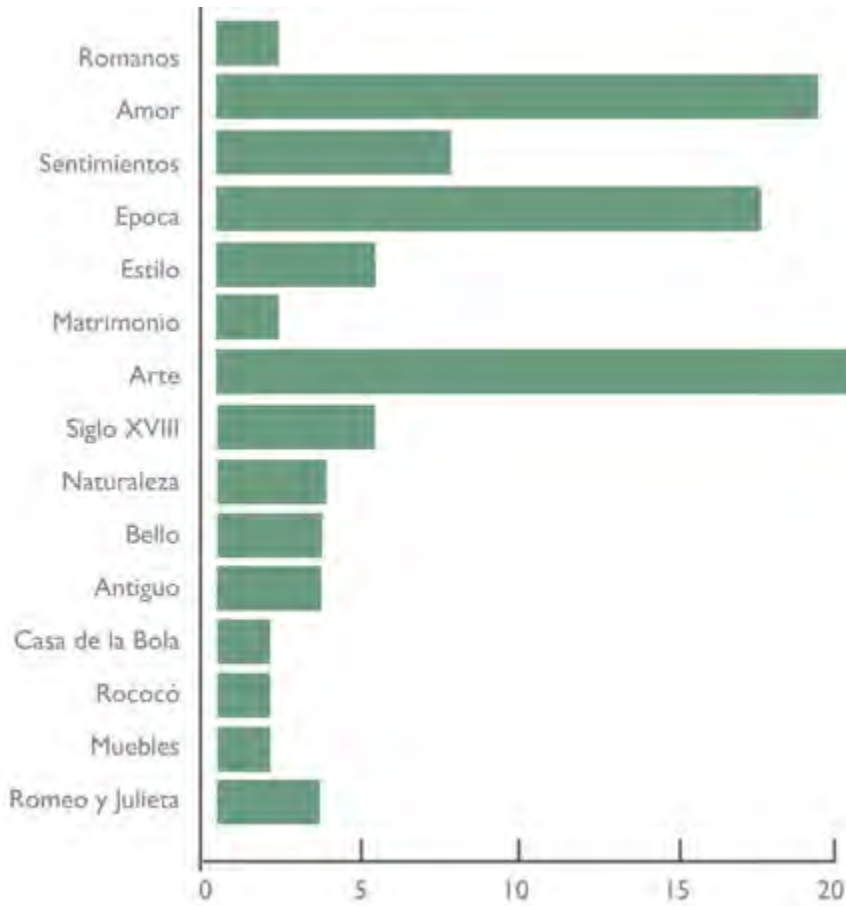
Gráfica 16. Aspectos de agrado en el jardín

- Más adelante, se descubre una falta de conexos afectivos inmediatos, donde en un segundo lugar muy bajo están los órdenes perceptuales y temporales (Gráfica 17).



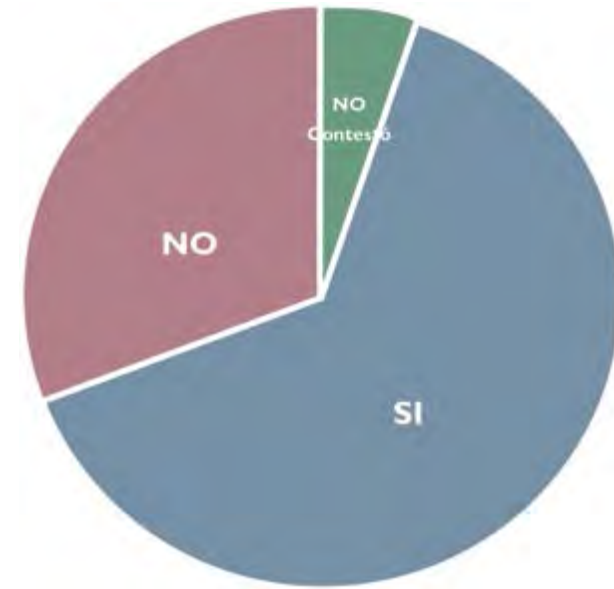
Gráfica 17. Recuerda con e jardín

- En cuanto al tema específico del Romanticismo está el resultado casual de la palabra en cuanto al contexto popular del amor y los sentimientos; sin embargo el concepto también se le atañe el vínculo artístico e histórico (Gráfica 18).



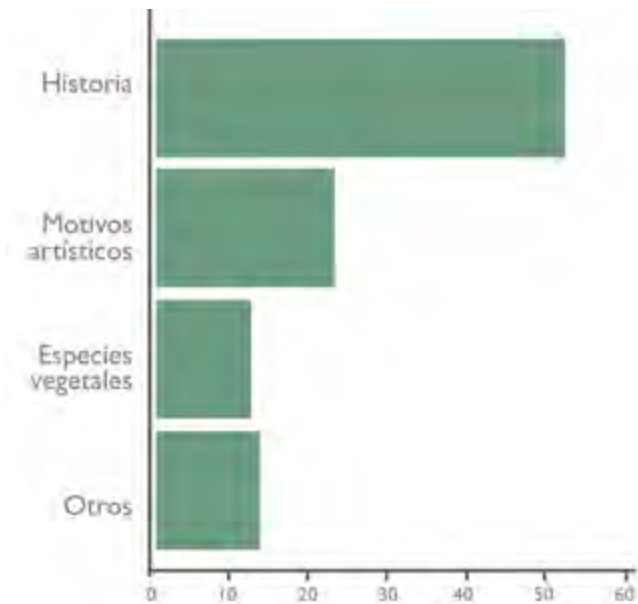
Gráfica 18. Conocimiento de la palabra Romanticismo

- La mayoría de los encuestados acertó en contestar que si conocen el término como un movimiento artístico e ideológico, sin embargo esto resulta contradictorio por los resultados antes expuestos; pero se puede explicar este fenómeno con la exposición social que implica (Gráfica 19).



Gráfica 19. Conocimiento del Romanticismo

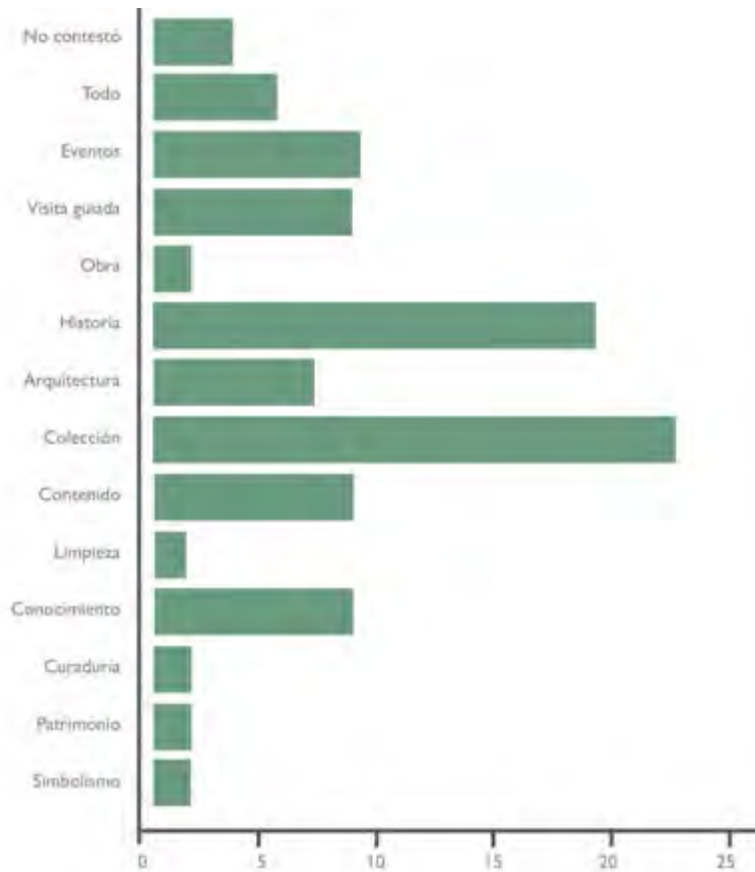
- Por último está la parte de la temática a sugerir, donde la historia, los motivos artísticos y las especies vegetales enmarcan los principales aspectos a explorar (Gráfica 20).



Gráfica 20. Aspectos para saber del jardín

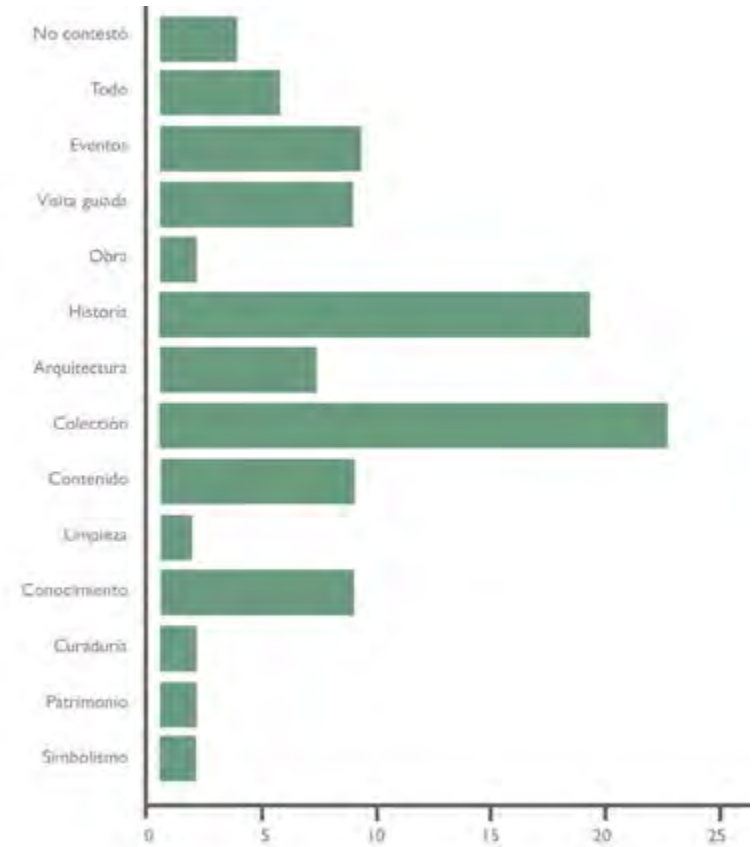
### Recomendaciones del lugar

Para finalizar la encuesta, se tiene este apartado donde se busca contextualizar la imagen general que el público visitante tiene de la institución museística. Probablemente por la naturaleza del visitante de éste espacio, la mayoría encuentra en la historia y las colecciones el motivo más fuerte para ir a un museo, junto con el adquirir conocimiento y la arquitectura (Gráfica 21).



Gráfica 21. Aspectos que agradan de un museo

Las recomendaciones que se vierten para la mejora del museo son de diferente índole —a pesar de que la mayoría no tuvo aportaciones al respecto—, desde el ajuste del clima, acústica y la construcción de una cafetería, las principales preocupaciones son concernientes a la difusión tanto del museo al exterior como al interior y su conservación (Gráfica 22).



Gráfica 22. Recomendaciones







Andador superior del Jardín del Museo Casa de la Bola, 2013

### 3.2 Resultados de seguimiento de público: Interpretación con base en observación

Después realizar la encuesta inicial que se desglosó anteriormente, se procedió a llevar a cabo un complemento de la misma con base en la observación pasiva de los visitantes en el entorno del jardín, buscando analizar su comportamiento en el jardín del museo. Esto con relación a las variables de la experiencia interactiva e identificar los contextos personales, físicos y sociales.

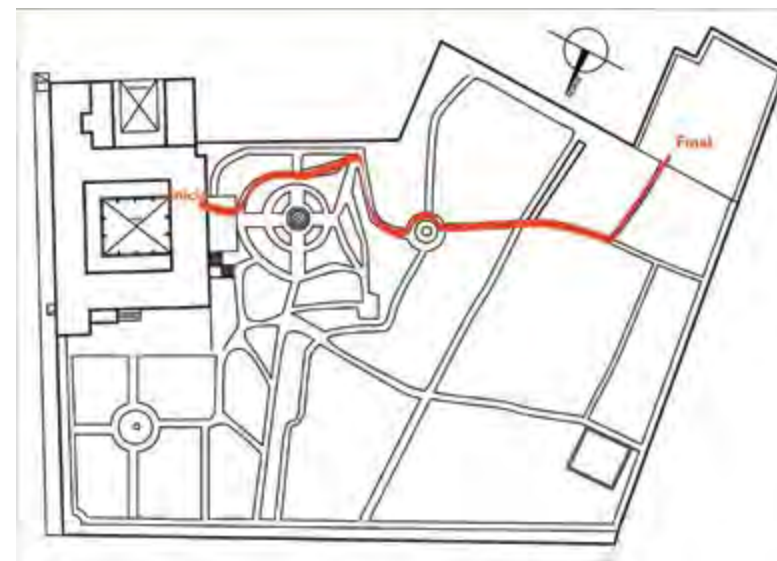
De un universo de 300 visitantes al mes, tomando en cuenta que no todos asisten al jardín, se realizaron 40 seguimientos. Al igual que la encuesta, se llevaron a cabo los días de apertura general al público – domingos- y preferentemente después de la actividad principal, entre las 13:00 y 16:00 hrs., en donde se registraron los siguientes aspectos a estudiar:

- Tiempo de recorrido
- Lugares de interés (determinado por el tiempo que dedicaron en observar algún objeto)
- Trayectoria de recorrido (puntos iniciales y finales)
- Tipo de público (edad aproximada, sexo, acompañamiento)

Como puntos de partida para mostrar los resultados se dará como referencia los puntos comunes de la observación, es decir las coincidencias que se encontraron así como los lugares no comunes con motivo de la búsqueda de nuevas oportunidades en el espacio y como referente para la propuesta.

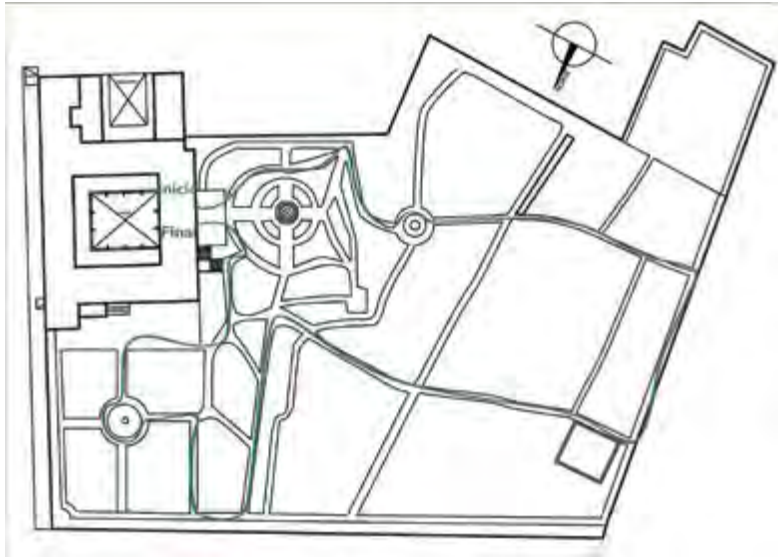
Los datos generales se recabaron a un público que resultó ser en su mayoría adulto (edad aproximada entre los 30 y 50 años), los grupos de dos personas eran los de mayor frecuencia. Estos dos resultados coinciden con la encuesta revisada anteriormente, a pesar de realizarse en otras circunstancias y tiempos. Finalmente se encontró que como promedio el tiempo invertido por parte del visitante oscila entre los 11 y 12 minutos.

Los tres *recorridos frecuentes* que se muestran fueron los más recurrentes en el estudio. El *recorrido frecuente A* obedece a la practicidad del lugar, ya que es el tránsito normal al estacionamiento y a pesar de que es un circuito obligatorio puede ser aprovechado para que resulte un gancho a que se recorra con más cuidado en visitas posteriores.



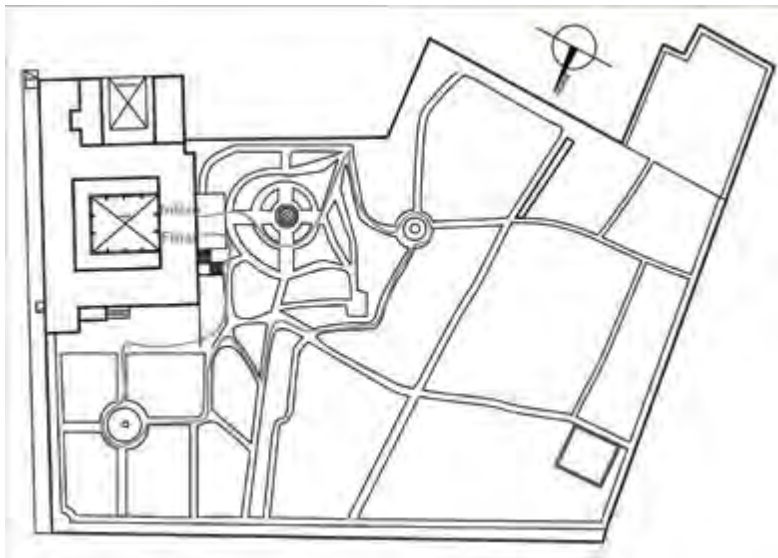
Mapa I. Recorrido frecuente A

El recorrido frecuente B, es el más largo y transita casi por todos los puntos de interés registrados y puede ser tomado en cuenta como eje central para un recorrido sugerido para enfatizar la importancia artística del jardín.



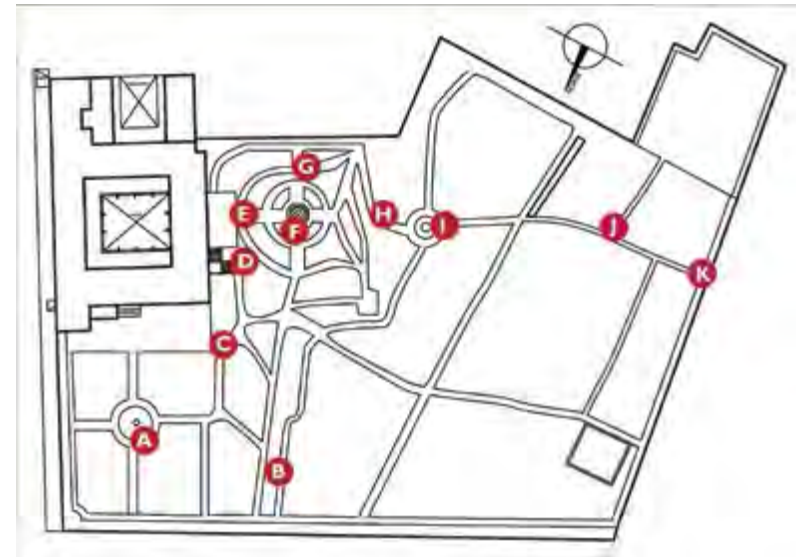
Mapa 2. Recorrido frecuente B

En cuanto al recorrido frecuente C, es un ejemplo de visita breve que encuentra un equilibrio entre las especies vegetales más interesantes, que están a la vista, con algunos ejemplos de esculturas y las fuentes.

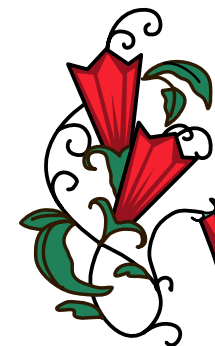


Mapa 3. Recorrido frecuente C

Como parte final de este análisis se presentan los principales motivos de interés que a lo largo de los recorridos los visitantes generaron alguna reacción entre ellos están las fuentes (puntos A,F,I), las esculturas (J,K,D,E) y los arreglos y especies vegetales (G,H,B, C). Con ello se pueden potencializar para buscar incrementar el interés sobre ellos.



Mapa 4. Puntos de interés







*Umbral hacia una ciudad mejor, escultura vegetal de empresa Verde Vertical, 2013.*



apítulo IV

**Evaluación y discusión  
con los resultados obtenidos**



Acercamiento a flor del Jardín del Museo Casa de la Bola, 2013

#### 4.1 Análisis

Una vez emprendidos los estudios tanto conceptuales, contextuales del espacio y el tema específico a desarrollar la museografía, se procedió a llevar a cabo el estudio evaluativo pertinente de donde se expusieron los resultados en el capítulo anterior. Con ayuda de estos precedentes se busca configurar, de manera una vez más evaluativa, los posibles sitios de oportunidad con respecto a soluciones desde el diseño y la comunicación visual.

En este capítulo se proyectan, desde las instancias propias de la disciplina del diseño, las medidas vertidas en dos perspectivas: introducción de recorridos y producción de soportes. Por otra parte y a modo de propuesta somera, se describirán brevemente actividades que se pudieran realizar con base a las posibilidades del espacio y conforme a las opiniones recogidas por parte del público.

Finalmente, la principal empresa del capítulo es concretar las propuestas encaminadas por el diseño y la comunicación visual, enlazadas por la museografía. Donde la introducción de los métodos y las técnicas propias de la museología y la curaduría refuerzan el proceso creativo. En este sentido, es plausible encontrar mejores respuestas desde la disciplina del diseño en cuanto a sus propuestas y no

en sentido inverso. Es decir, ser considerados en todo el proceso museológico y emprender en ese momento acciones, en negativa de un desarrollo final.

Antes de iniciar con el desarrollo de las propuestas, es necesario presentar los principales rasgos que caracterizan al público a quien van dirigidas estas estrategias de comunicación museográfica, estos se dividirán en público asiduo y público potencial.

Dentro del público asiduo se encontrarán todos los visitantes que frecuentan el museo de manera regular y con claras intenciones de seguir haciéndolo. Conforme a esta premisa, se busca que este tipo de público no solamente siga con una intención, si no una costumbre de visita y más aún con ello pueda generar interés para con sus seres cercanos.

Por otro lado, existe el público potencial, que es todo aquel que no frecuenta el sitio o que simplemente no lo visita. En este sentido, se busca tanto incentivar la asistencia como poder enfrentarse a panoramas nuevos ante él y conseguir su aceptación.

De esta manera, se tiene que el público asiduo está entre los adultos de entre 30 a 50 años y adultos mayores de 60 a 70 años, aproximadamente. Este tipo de público gusta de recorridos tranquilos en las que el tiempo pueda ser determinados por ellos mismos.

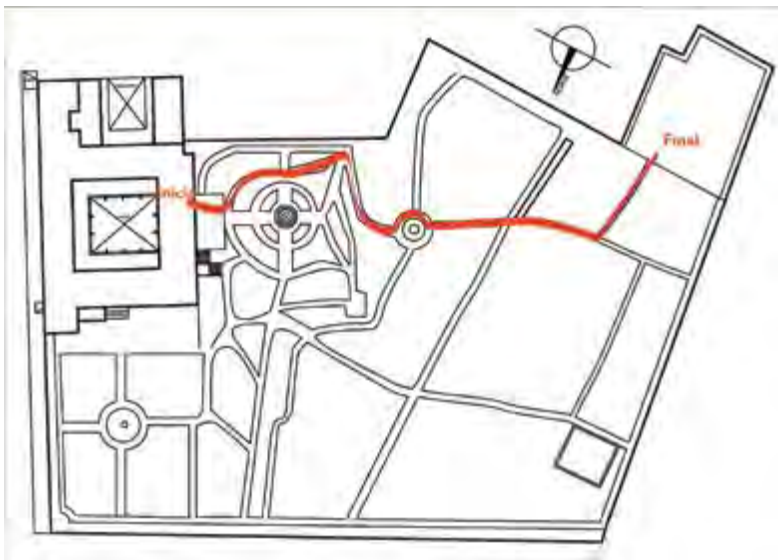
En cuanto al público potencial se encuentran los jóvenes menores de 20 años y en general el público infantil, los cuales —mayoritariamente— sólo asisten a las actividades dirigidas a ellos o por obligación académica. Las preferencias giran en torno a actividades dinámicas que se acerquen también a su contexto inmediato y los vinculen con su identidad.

Finalmente, existe el público asiduo y potencial de acuerdo a la zona geográfica. En ello se pudo encontrar que es necesaria una mayor penetración con los lugareños, buscar no sólo actividades atractivas o estimulantes si no vinculadoras con su entorno. De esta misma forma, para los visitantes provenientes de otras delegaciones y del estado de México se concretará buscar los mismos lazos afectivos con el espacio y su contexto.



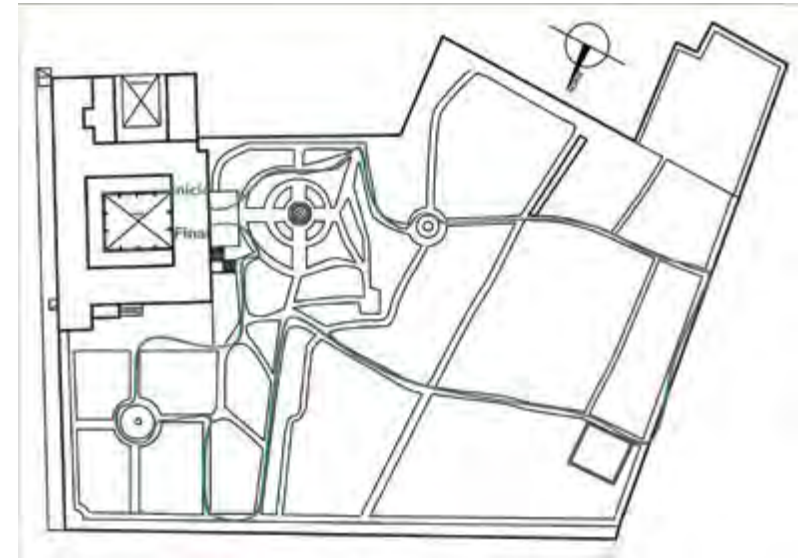
## Introducción de recorridos

A través de los resultados encontrados, se establecieron paseos frecuentados por los visitantes estudiados, estos se aprovecharán para sugerir al visitante los mismos puesto que son reflejo de la comodidad del recorrido por el visitante común, de esta misma forma, se examinará maximizar las posibilidades de estos recorridos para asignarles un objetivo temático dependiendo de los sitios específicos y los objetos de interés que también se encontraron en el estudio previo.



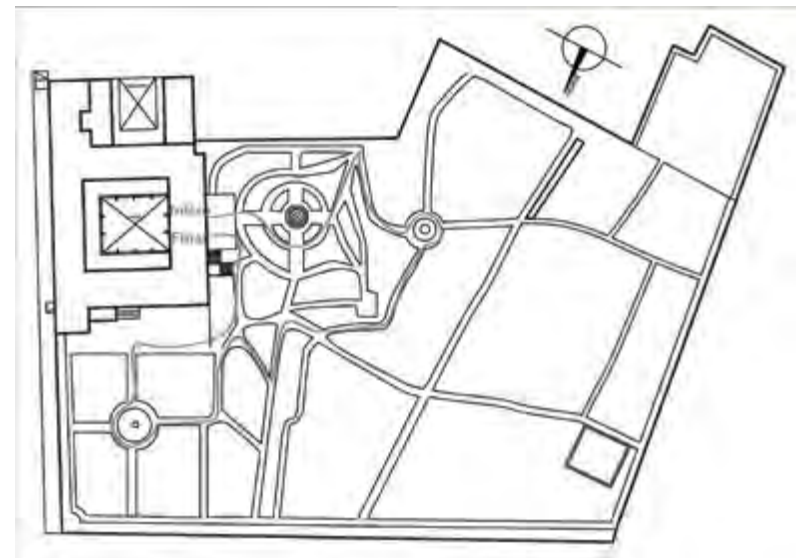
Mapa 1. Recorrido frecuente A

Dentro de este recorrido breve, es posible vincular dos opciones importantes para el conocimiento del visitante que lo recorre. Definitivamente por su extensión no puede considerarse un recorrido temático *per se*; sin embargo, al encontrarse en el más frecuente con puntos de interés también populares se piensa en aprovechar la rápida visita con soportes que atraigan al visitante de manera eficaz, estos se describirán en el siguiente apartado.



Mapa 2. Recorrido frecuente B

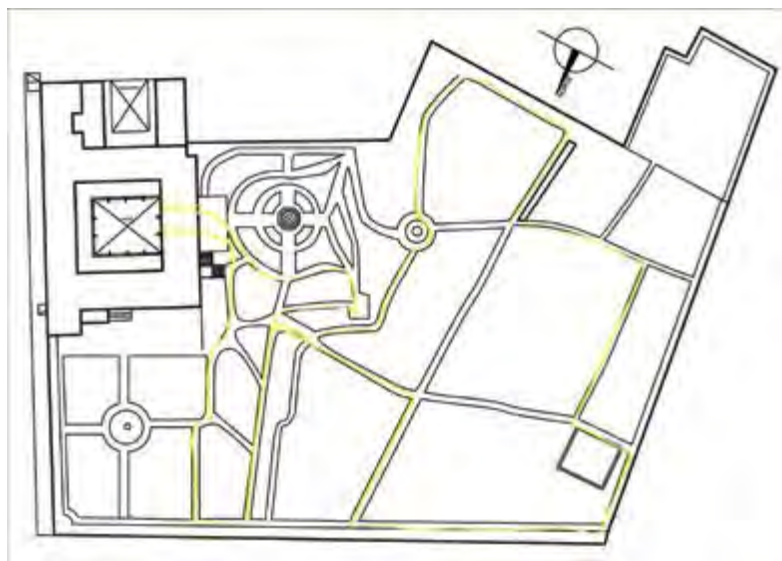
En contrapunto del recorrido anterior, el presente, resultó ser el más largo, por lo que consecuentemente deambula entre casi todos los puntos de interés. En este sentido, se ha definido que por su naturaleza, el eje temático que se manejará en el recorrido será el artístico, enfatizando el origen del jardín desde la concepción del Romanticismo, pasando a la jardinería inglesa y desembocándolo en la visión del fundador, detallando en piezas como la fuente y las esculturas.



Mapa 3. Recorrido frecuente C

Dentro del último recorrido frecuentado por el público, se encuentran ventajas inherentes en la rapidez del mismo, así como la coincidencia con especies vegetales interesantes para el visitante. Con estas características, a partir de un programa orientado al ambiente, los contenidos vertidos en el recorrido se aluden en torno a las especies del jardín y su connotación dentro de la flora del país, así como su importancia medio ambiental.

Finalmente, se propone un recorrido, construido a partir del déficit de frecuencia, donde se procuró incluir sitios poco visitados por el público, pero que tienen sitios de interés con gran potencial, sobre todo en mostrar las especies vegetales existentes. También se buscó reforzar el sentido artístico del Romanticismo en esta propuesta pues se pueden explorar lugares sombríos y menos controlados para reafirmar el discurso estilístico que se pretende abordar.



Mapa 5. Recorrido propuesto

En el siguiente apartado, se desprende un plan a modo de proyecto con el fin de que el documento presentado sea un precedente para la realización de los mismos dentro del marco de las necesidades del museo. De

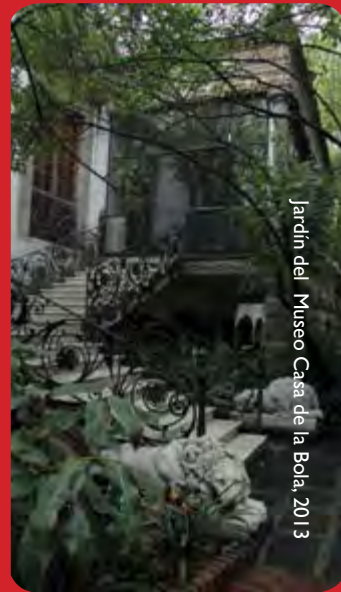
esta forma se incluirá una descripción de cada producto y/o solución en el área de oportunidad encontrada, justificación, objetivos, actividades y tareas, cronograma, prerequisites, evaluación y diseño estructural de todo el conjunto proyectual.

Con ello se busca enfrentar los resultados de la investigación con las posibles dificultades, aciertos y beneficios de los soportes comprendidos en el proyecto, así como el seguimiento del mismo a partir del estudio de evaluativo preliminar y la metodología de diseño.

Cada uno de los soportes y las secciones de dicho proyecto están organizados de acuerdo al tipo de público delimitado por el estudio previo y por la meta reflejada en corto, mediano y largo plazo. Esto con el fin de clarificar el objetivo y alcances de cada uno.







Jardín del Museo Casa de la Bola, 2013



plicación

*Proyecto: Activación museográfica del Jardín del Museo Casa de la Bola*





## I. Soportes para público asiduo



### Proyecto: Activación museográfica del Jardín del Museo Casa de la Bola

Con los resultados antes expuestos se inquiera proponer una estrategia de comunicación a través de soportes museográficos encaminados a los dos tipos de público antes presentados: público potencial y público asiduo, así también se formulan soportes genéricos para cualquier tipo de visitante. A través de esta propuesta principalmente se desencadenan actividades paralelas, sugeridas en un apartado posterior, que complementen dichos soportes y así poder constatar la veracidad del estudio enfatizando la globalidad del proyecto en la planeación de los mismos.

Dada la naturaleza de este tipo de visitante, el principal objetivo es brindarle opciones a los recorridos trazados por el mismo, con nuevas perspectivas y detalles para descubrir a lo largo del espacio. Dentro de la propuesta se busca que el visitante sea el que controle su estado de recorrido, es decir, el tiempo, la apreciación de los objetos que elija y la temática de su interés. Del mismo modo, estos soportes buscarán en todo momento acrecentar la curiosidad, la identidad y la crítica para conseguir la retroalimentación, dadas también a través de instrumentos de evaluación.

### Corto plazo: Guía de recorrido

**I.- Descripción:** Documento en el cual el espectador encontrará sugerencias en su experiencia de visita acerca de tres tópicos principales en el jardín del Museo: historia, motivos artísticos y colección vegetal, distribuidos en tres materiales diferentes.

Cada guía contendrá breve semblanza del tópico desarrollado, dos sugerencias de recorrido, puntos de interés con descripción detallada, sección de lecturas, material adicional que puede consultar posteriormente y un cuestionario de sugerencias, el cual servirá como evaluación retroalimentativa.

Dentro del contenido gráfico se encontrarán las piezas más sobresalientes en la colección que se vinculen directamente con el jardín, fotografías e ilustraciones que apoyen en la explicación práctica de los temas propuestos, así como indicaciones de las mismas a través de la historia del arte y la biología, adicionando estos vínculos con los otros museos de la Fundación y la vida cotidiana de los visitantes.

**2.- Justificación:** La tarea principal que encara el material a desarrollar, se encuentra en la capacidad de poder mantener vívida la capacidad del espectador en un espacio que enriquezca tanto su conocimiento como el divertimento dentro del mismo. Del mismo modo, también se encontró que el visitante disfruta del recorrido libre en compañía (en la mayoría de los casos) donde no se disgregue su capacidad de discernimiento, sino que simplemente existan invitaciones a los objetos que le atraigan.

A través de lo anterior, se busca en primer lugar que, su característica vital sea la portabilidad del mismo, brevedad y concreción de la información y extensión del mismo en secciones de utilidad para la exploración del tema individualmente y/o en pequeños grupos.

En este sentido, la configuración de un folletín llamado “Guía de recorrido” está pensado para la generación de propuestas en la libre visita del jardín ya que de esta manera se ofrece información a modo de invitación, enriqueciéndola con detalles de interés.

Este soporte editorial es sencillo de reproducir ya que puede contar con la estandarización de formato de impresión para su fácil manejo y reducción en costos, adhiriéndose a los beneficios económicos del museo.

Finalmente al ser un soporte sintético y de fácil manejo, dada la información que se tiene del espacio, es viable desarrollarse en un corto tiempo, por lo que lo hace idóneo como una propuesta preliminar de activación museográfica que fije parámetros para desarrollar soportes de mayor complejidad.

### **3.-Objetivos:**

- **General:** Ofrecer al público asiduo del Jardín del Museo Casa de la Bola, información básica, concreta y de fácil manejo para enriquecer su visita a través de diferentes tópicos de su interés encontrados en la evaluación previa.

#### **- Particulares:**

a) Concretar la información mínima necesaria del Jardín del Museo Casa de la Bola en tres tópicos: Historia del espacio y su fundador, Motivos artísticos y Especies vegetales.

b) Mostrar la riqueza que existe en el espacio a través de recorridos sugeridos en las temáticas antes mencionadas.

c) Lograr la coherencia y unidad visual del soporte de acuerdo al sitio, su historia y la temática presentada con el fin de incrementar el interés con el recinto.

### **4.- Actividades y tareas:**

-Delimitación de los contenidos temáticos para cada uno de los soportes propuestos.

-Recopilación de la información basada en cada uno de los ejes temáticos y archivo de imágenes concernientes a las mismas.

-Realización de propuestas visuales y de contenido.

-Desarrollo de prototipos finales.

-Desarrollo de dummies para impresión.

-Pruebas con personal interno al museo, pero ajeno al proyecto directamente.

-Corrección de errores posibles e impresión

## 5.- Cronograma:

Actividad	Semanas
Delimitación de ejes temáticos	1
Recopilación de información	2, 3
Realización propuestas preliminares	4
Prototipos finales	5, 6
Dummies para impresión	7
Pruebas	8
Corrección e impresión	9, 10

**6.- Prerrequisitos:** Es fundamental que para el desarrollo de este material, se haya contado con la evaluación previa dentro del estudio de público —antes llevada a cabo—, pues se inscribe dentro de las áreas de oportunidad detectadas.

Entre otras especificaciones, es de suma importancia contar con los datos mínimos de los tópicos propuestos, así como las herramientas tecnológicas disponibles. El acceso al acervo y su registro es otro ingrediente necesario, así como los permisos en cuanto a la impresión y detalles de evaluación antes mencionados.

**7.-Evaluación:** La planeación de este primer material para el público contiene la previsión de una evaluación registrada por personal del museo (pues se encuentran en el marco de conocimiento del espacio), para detectar posibles errores. Posteriormente se desarrollará, a través del mismo soporte, una encuesta para un estudio evaluativo posterior que servirá no sólo como correctivo para este material y su próximo mejoramiento, si no que será la pauta primordial para el desarrollo de los siguientes soporte propuestos.

## Mediano plazo: Materiales electrónicos y audioguías

**1.- Descripción:** A través de los medios electrónicos y las redes sociales, se desarrollarían las temáticas expuestas en los materiales de apoyo de visita, intensificando el contenido y recuperando tanto las opiniones como las expectativas del espacio. En este sentido, será conveniente que se configuren aplicaciones móviles de las guías desarrolladas y mejoradas con los estudios posteriores, adhiriendo la portabilidad de manera más sencilla a los soportes.

Por otra parte, se proyecta llevar a cabo la extensión del programa de recorrido en audioguías para el usuario, que se circunscribirán en dos soportes de apoyo: la guía de recorrido (enriqueciendo los contenidos) y la museografía *in situ*, referencia para lograr el vínculo *pieza-contenido-visitante*.

Dentro de los dos productos antes mencionados, se busca que se extiendan a través de mayores aplicaciones que crezcan con el tiempo como las redes sociales, redes institucionales y comunidades virtuales.

**2.- Justificación:** En primera instancia, como institución, lo más recomendable es configurar un sitio web con los contenidos antes dichos. Desarrollar secciones en donde pueda el cibernauta verter opiniones y encontrar las últimas aproximaciones al espacio (como investigaciones, piezas del mes, entre otros). Esto incrementará la divulgación de la institución, así como sus actividades y contenidos para fortalecer la profesionalización de la misma. Por otra parte, se encontrarían vínculos con otras instituciones de la misma índole, haciendo posible la creación de una red electrónica de jardines históricos de la ciudad de México, ampliable a todo el país.

De esta manera, la preponderancia de la existencia de audioguías es vital en cualquier museo donde el recorrido sea sugerido y con contenidos de corte atmosférico. Esto también tiene que ver con



la demanda por parte del público débil visual y/o con problemas de visión, donde el apoyo es de suma importancia para enriquecer la visita de otros canales perceptuales.

Cabe mencionar que el desarrollo de estos soportes no se encuentran dentro de un presupuesto moderado, sin embargo sí reflejan una inversión importante que puede ser sufragada por la institución, ya que el material se renueva a largo plazo, producto de una más extensa investigación, desarrollo y producción, donde los estudios previos son vitales.

### 3.-Objetivos:

- **General:** Desarrollar soportes portables para la visita al Jardín del Museo Casa de la Bola en dos modalidades, electrónicos y audio-guías, a través de estudios de público previos.

#### - Particulares:

a) Analizar los estudios previos para denotar las áreas de oportunidad, tanto en contenidos como de imagen y vías de comunicación

b) Llevar a cabo los materiales de referencia, proveyéndolos de la mejor tecnología disponible para la institución, reflejando su compromiso con la comunicación con su público.

c) Conseguir la concatenación correspondiente a la unidad de proyectos y planes de desarrollo de estrategia comunicacional.

d) Dar seguimiento a la evaluación retroalimentativa.

### 4.- Actividades y tareas:

-Obtener resultados de los estudios de público anteriormente realizados para la adquisición de información crítica al proyecto.

-Delimitación y desarrollo de contenidos de cada uno de los soportes, de acuerdo a los intereses del público.

-Determinar las tecnologías a usar y contactar asesoría externa de ser necesario.

-Llevar a cabo prototipos para evaluación preliminar con equipo de trabajo.

-Realizar prototipos finales para evaluación con personal externo.

-Configuración de *dummyes* finales para la implementación de dichos soportes.

### 5.- Cronograma:

Actividad	Semanas
Resultados de estudios	1-2
Contenidos	3-4
Tecnologías y asesoría externa	5-6
Prototipos. Evaluación 1	7-8
Prototipos finales. Evaluación 2	9-10
Dummyes finales	11-12

**6.- Prerrequisitos:** Como se ha mencionado a lo largo de la investigación, para que este tipo de soportes tengan éxito dentro del público, es necesario el análisis de los estudios evaluativos, la organización de la información y su reinterpretación en estos soportes. De este modo, tanto la coherencia de la misión del museo como las etapas del desarrollo se verán fortalecidas por estos mismos materiales, su continuo mejoramiento e innovación.

**7.-Evaluación:** A través de los instrumentos mencionados en el corto plazo pero patentados de manera electrónica buscando su compilación mensual.

## Largo plazo: Catálogos especializados

**1.- Descripción:** En estos soportes se pretende desarrollar la investigación curatorial de los temas propuestos, tanto de la historia del jardín, las especies vegetales existentes en él y la revisión estilística-artística del romanticismo. Además se contará con un manuscrito que amplíe la documentación de las colecciones del museo, el carácter institucional del mismo y que sirva de guía para posteriores materiales especializados.

En cierta medida, será un producto que refleje los estudios realizados, tanto de investigación histórica, artística y científica, como del público y sus aportaciones. Por lo que también se contará con material retroalimentativo que genere nuevos programas y sienta un precedente en la documentación de este tipo de espacios Patrimonio de México.

**2.- Justificación:** Al ser materiales que requieren una amplia revisión pre y post producción, es necesario mayor tiempo de configuración. Sin embargo, se fortalecerán los canales informativos para todas aquellas personas que tengan especial interés en temas específicos y especializados en temáticas que requieran mayor profundidad.

Dada la naturaleza de ellos, su corte informativo condensado permitirá al personal de la institución o a investigadores en general, tener información clara, completa y confiable acerca de temáticas poco abordadas en forma específica, porque su precedente es importante.

Específicamente para la Fundación, será un logro tener en su acervo una investigación profunda acerca de una de las partes más importantes de su colección y podría colaborar al desarrollo de otros materiales de diversa índole con la misma finalidad.

## 3.-Objetivos:

- **General:** Construir catálogos especializados con investigación profunda acerca de los temas definidos para el Jardín del Museo Casa de la Bola.

### - Particulares:

a) Realizar la investigación correspondiente a los temas históricos, estilísticos y científicos acerca del Jardín del Museo Casa de la Bola.

b) Registrar y catalogar la información obtenida de dicha investigación (incluyendo un archivo gráfico digital e impreso).

c) Condensar las investigaciones en publicaciones especializadas tomando en cuenta los estudios previos.

## 4.- Actividades y tareas:

-Analizar los resultados de los estudios evaluativos previos.

-Realizar investigación preliminar de reconocimiento de materiales documentales disponibles

-Recolectar información documental y gráfica

-Organizar y estructurar información obtenida por un Colegio Editorial interno.

-Invitar especialistas en la colaboración de investigación.

-Redactar ensayos preliminares para publicación.

-Llevar a cabo evaluación de textos por Colegio Editorial Externo.

-Realizar corrección de estilo de dicha publicación.

-Diseñar y publicar catálogos



















## **I. Soportes para público potencial**

### **Corto plazo: Mapa concentrado**

**1.- Descripción:** En este material editorial de gran formato se pretende ilustrar todo el contenido del jardín en un mapa amable para el visitante infantil y juvenil, donde se reproducirá el plano completo del jardín con referentes de interés que se desarrollarán en la parte posterior a este. De igual modo que en las “Guías de recorrido”, se desarrollará una sección evaluativa para retroalimentación.

**2.- Justificación:** A través de un recurso de inmediata manipulación y de acuerdo con las posibilidades de desarrollo de la fundación, se elaborara este material didáctico en el que el público joven encuentre los datos necesarios para complementar su visita durante y posterior a ella, ya que sus contenidos estarán vinculados con los estudios antes analizados a través de una propuesta que enriquezca su inquietud y consideración gráfica.

Gracias a su formato, será de fácil reconocimiento en dos vertientes: impacto visual y explicativo, donde estas dos cualidades se equilibren desde objetivos específicos, tanto pedagógicos como lúdicos y para concientizar la importancia del jardín, la exploración de temas referentes y la constante invitación al recorrido en diferentes perspectivas.

Es por ello que este tipo de material es vital utilizarlo como una guía de recorrido pormenorizada, ser ocupado en distintos momentos e incluso para usarse como una guía general del jardín (por su formato e información general).

### **3.-Objetivos:**

- **General:** Elaborar un mapa concentrado dirigido al público infantil y juvenil acerca del jardín del Museo Casa de la Bola.

#### **- Particulares:**

a) Preparar los contenidos estimados en el interés del público al que se dirige en tres aspectos: histórico, artístico y lúdico.

b) Concentrar los contenidos en aspectos breves y relevantes en cápsulas específicas.

c) Preparar los contenidos de las cápsulas en actividades pedagógicas que se acoplen a la visita.

d) Configurar los soportes gráficos en medida de las actividades e información complementaria.

e) Elaborar el mapa gráficamente de acuerdo al público meta.

### **4.- Actividades y tareas:**

-Realizar la investigación correspondiente a los temas que se deben de desarrollar desde la perspectiva del público infantil y juvenil.

-Condensar la información en cápsulas breves de información tanto de recorrido como de aspectos interesantes de acuerdo a él.

-Llevar a cabo actividades sugeridas a partir de la información dada en las cápsulas.

-Proponer gráficamente un mapa atractivo y explicativo del jardín.

-Organización visual e informativa de los datos desarrollados en el soporte gráfico para impresión.

## 5.- Cronograma:

Actividad	Semanas
Investigación pedagógica	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52
Condensación de información	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52
Realización de cápsulas	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52
Configuración de actividades	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52
Propuestas gráficas	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52
Dummyes para impresión	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52
Pruebas	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52
Corrección e impresión	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52

## 6.- Prerrequisitos:

Como en los materiales antes propuestos, la evaluación previa es medular a modo de inicio de los trabajos de investigación meramente pedagógica, puesto que los temas generales serán estudiados en el desarrollo de la activación museográfica.

Será precisa la asesoría de un especialista en la construcción de actividades lúdicas de corte pedagógico en soportes impresos para museos, para facilitar tanto las labores de investigación como para optimizar el tiempo de configuración.

## 7.-Evaluación:

Este ejercicio tendrá lugar en una de las secciones informativas del mapa, de tipo sumativo para el mejoramiento continuo del mismo, así como parte de las actividades que enriquezcan el material. De ser posible, por cuestiones de tiempo, se propone llevar a cabo pruebas con grupos escolares.

## Mediano plazo: Guía de conocimiento y Medios electrónicos

**1.- Descripción:** Al igual que la sección anterior, se hará hincapié en el desarrollo de espacios electrónicos vinculados con los diferentes públicos. En este caso, es necesario un enfoque mucho más dinámico con referentes de la vida cotidiana y que se actualicen de manera regular, por lo que se recomienda más ampliamente las redes sociales para estos fines.

Por otro lado, las guías de conocimiento son soportes editoriales (libro didáctico) con información de mayor profundidad y contenidos mayormente históricos y/o artísticos que ponen a disposición del visitante datos precisos a través de gráficas amables como ilustraciones y gráficas explicativas.

Estos elementos de activación museográfica estarán vinculados desde la logística de desarrollo, hasta su implementación en los soportes correspondientes, tratando de mantener una unidad lógica y visual a pesar de sus diferencias constructivas, con el propósito de dar continuidad a los soportes de corto como dar pie a los de largo plazo.

**2.- Justificación:** A través de los medios electrónicos, los visitantes tendrán acceso a información concerniente al jardín del Museo Casa de la Bola desde distintas plataformas. Al tratarse de soportes que no sólo son disponibles fácilmente, sino que también portables, el público al que están dirigidos podrá encontrarlos atractivos desde el inicio por su alto nivel de dinamismo.

En cuanto a la *Guía de conocimiento*, es un complemento editorial tanto del *Mapa concentrado* como de los soportes a elaborar, puesto que ayudará a condensar mucha más información de manera extensa. Servirá de apoyo para visitas guiadas con corte mayormente pedagógico, así como para el visitante escolar o cualquier interesado que

desea manejar un material impreso. Este soporte es ideal para el público infantil, porque también contendrá actividades lúdicas que le orientarán en la visión artística-histórica del jardín.

Ambos materiales pueden realizarse a la par y complementarse de acuerdo al desarrollo del mismo, donde se guarde la unidad informativa y visual de ambos en un solo proyecto. De esta manera se logrará una mejor efectividad en tiempos y costos. Mediante estos proyectos se intenta fortalecer el interés del público potencial y convertirlo en asiduo, gracias tanto a los estudios realizados previamente como a la retroalimentación concatenada a su producción.

### 3.-Objetivos:

- **General:** Producir los medios digitales y editoriales para *Guías de conocimiento*, así como sus plataformas en página web y redes sociales.

#### - Particulares:

a) Considerar los estudios evaluativos previos para construir los contenidos de los materiales a desarrollar.

b) Realizar ambas plataformas de activación museográfica buscando la mejor tecnología disponible para la institución (medios electrónicos) y de calidad editorial.

c) Perseguir la máxima unidad de contenidos que se han visto reflejados en todos los materiales realizados con anterioridad y los actuales.

d) Dar seguimiento a la evaluación sumativa en los diferentes soportes a llevar a cabo.

### 4.- Actividades y tareas:

-Analizar los resultados de las evaluaciones previas para la adquisición de información sobre las expectativas del público.

-Desarrollo de contenidos de cada uno de los soportes de acuerdo a los intereses del visitante potencial.

-Proyectar los soportes visuales a través de gráficos dirigidos al público infantil y juvenil

-Llevar a cabo prototipos en los soportes a llevar a cabo.

-Implementación de dichos soportes en las plataformas planeadas.

### 5.- Cronograma:

Actividad	Semanas
Análisis de resultados	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52
Desarrollo de contenidos	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52
Proyección visual	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52
Prototipos en soportes	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52
Corrección de estilos	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52
Implementación final	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52

### 6.- Prerrequisitos:

Además de los estudios —que anteriormente se han hecho énfasis en efectuar— y su análisis para conseguir efectividad en los soportes, se sugiere la asesoría de un experto en pedagogía en el desarrollo de materiales tanto editoriales como electrónicos.

### 7.-Evaluación:

La tarea evaluativa a través de los medios electrónicos podrá optimizar tiempos y costos, además de obtener mayores datos que permitan a los estudios posteriores manejar un mayor campo de la muestra visitante al jardín y al museo en general. Sin embargo es pertinente tener en cuenta que teniendo la capacidad de recolección fortalecida será preciso contar con el mismo potencial para su análisis.



## Largo plazo: Maleta didáctica y Ludoteca

**1.- Descripción:** En el caso de la *Maleta didáctica*, esta se refiere a una exposición pequeña y portátil, la cual debe de ser prestada a un docente para su clase o bien puede ser solicitada para una visita especial con guía del museo. Esta maleta en específico, contendrá replicas en miniatura de las obras del jardín y algunos referentes en pintura, así como sugerencias a actividades a desarrollar dentro del mismo espacio y algunos libros de cuentos que los refieran a la historia estilística.

También se propone que incluya un catálogo breve de las especies vegetales del jardín y algunas sugerencias medioambientalistas a modo de actividades en casa. Por último, se buscará enfatizar, en especial para el público infantil, la historia del museo y el jardín por medio de personajes a modo de títeres incluidos.

En lo concerniente a la *Ludoteca*, dada la rica visión del Romanticismo, es decir, tanto desde el arte paisajista, hasta el florecimiento de la literatura de fantasía y ficción, está será planeada con el fin de que el visitante potencial se vuelva asiduo y finalmente cautivo. Los materiales serán de toda índole, desde libros de cuentos, novelas y de actividades, hasta audiovisuales y materiales didácticos para juegos *in situ*. Debido a que el museo no puede contar con un espacio específico para ella, se propone sea ambulante y se monte una vez al mes dentro del patio principal.

**2.- Justificación:** Este par de proyectos a realizarse complementan y engloban los soportes de activación museográfica de corto y mediano plazo. Enmarcan una serie de pasos tanto para musealizar formalmente el espacio, como para implementar los servicios de interpretación de la institución; esto porque, para su realización, es necesaria la investigación pedagógica profunda no sólo de las temáticas y contenido, sino también de los mecanismos educativos necesarios para su estructuración.

Dadas las experiencias de otros programas similares llevados a cabo en distintos museos como talleres paralelos, cuentos interactivos y maletas didácticas escolares, este tipo de materiales ayudan a incrementar la curiosidad de los visitantes y proporcionan herramientas que denotan una oferta educativa más amplia.

Al tratarse de herramientas de carácter meramente presencial, el personal de la institución se verá beneficiado con retroalimentación instantánea, además de poder contar con documentación de diferente índole para la evaluación de los materiales desarrollados y así obtener resultados en periodos de tiempo más cortos.

Finalmente, los proyectos descritos con anterioridad son parte de un plan pedagógico de gran nivel, en donde el jardín puede ser el parteaguas para el desarrollo de un programa pedagógico que involucre a toda la institución. Es por ello que sirviéndose de los estudios previos y de los prototipos realizados en este par de soportes, podrá darse seguimiento a un plan pedagógico de activación museográfica.

### **3.-Objetivos:**

- **General:** Organizar los materiales pertinentes para la configuración de proyectos pedagógicos específicos –*Maleta didáctica y Ludoteca*- dirigidos al público potencial del jardín del Museo Casa de la Bola

#### **- Particulares:**

a) Fortalecer el análisis de los resultados evaluativos de los materiales desarrollados con anterioridad según el plan de activación museográfica.

b) Conservar la unidad gráfica del proyecto, en general, tratando de seguir los parámetros de innovación de acuerdo al momento de la implementación.

c) Llevar a cabo las actividades concernientes a este proyecto involucrando a todas las áreas de la institución.

d) Prospeccionar la derivación de estos proyectos en un plan pedagógico institucional.

#### 4.- Actividades y tareas:

-Confrontar los materiales desarrollados con anterioridad para aprovechar sus capacidades interpretativas.

-Concentrar los resultados de la investigación evaluativa.

-Proponer los contenidos, visuales, bibliográficos, lúdicos, entre otros para ambos proyectos.

-Delimitar las perspectivas pedagógicas para el establecimiento de actividades.

-Definir de los soportes de los proyectos a desarrollar.

-Realizar prototipos a escala de cada soporte involucrado.

-Realización de pruebas piloto en grupos escolares y visitas recurrentes.

-Ejecución de proyecto de acuerdo a observaciones hechas en las pruebas piloto.

#### 5.- Cronograma:

Actividad	Meses											
Confrontación de materiales	■	■	■									
Concentración de resultados	■	■	■									
Propuesta de contenidos		■	■	■								
Delimitación de perspectivas			■	■	■							
Definición de soportes			■	■	■	■						
Prototipos						■	■	■				
Pruebas piloto								■	■	■		
Corrección de materiales										■	■	
Implementación											■	■

#### 6.- Prerrequisitos:

Por medio de estos proyectos finales y dado el alcance que se requiere para su consumación, es necesario que el personal haya tenido la preparación previa a partir del desarrollo de los demás soportes, para que de esta manera el proyecto se pueda impulsar a otras áreas de la institución. Será de vital importancia que, por la estructura institucional de la Fundación, esta se vea sensibilizada al respecto de los proyectos de interpretación en los servicios educativos museales vigentes y conservar la actualización al respecto.

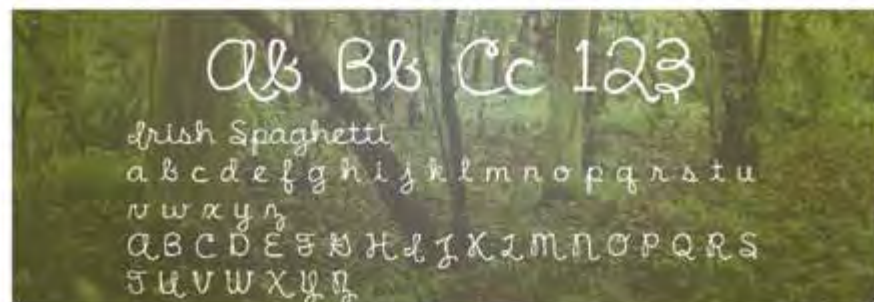
#### 7.-Evaluación:

En este punto del desarrollo de la activación museográfica, los mecanismos evaluativos deben de tomar en cuenta la pre, pro y posproducción de cada material e irse condensando para diferentes estratos de estudios; ello con el fin de proponer nuevas oportunidades de expansión en más soportes para distintas áreas de los museos de la institución.





ropuesta visual











## Soportes genéricos: Cédulas

**1.- Descripción:** Estos soportes serán de dos tipos, a saber, temáticas y de pieza. En ellas los temas centrales estarán en el orden tanto de la historia de la casa y su influencia estilística, así como del momento artístico que representa el Romanticismo.

En general, se propone que sean breves y con información muy concreta, con la salvedad de que —aunque el lenguaje no será especializado— se puede hacer uso de algunos conceptos específicos por la naturaleza del público, es decir, dentro del mismo soporte existan más de un texto dirigido a diferentes públicos.

Por otra parte, las cédulas de pieza se centrarán en algunas piezas escultóricas y principalmente en especies vegetales, donde no sólo se mencione información científica si no también harán referencia a la tradición mexicana de la herbolaria.

Se buscará que los materiales para la realización de las cédulas estén de acuerdo a la época históricamente señalada y/o se complementen con la ambientación museográfica sin perder, ante todo, la claridad y consistencia de la información.

**2.- Justificación:** Las cédulas informativas son herramientas muy socorridas por las exposiciones para contener información sobre la muestra y como guía para la mejor comprensión tanto curatorial como de contexto de las piezas. Estas también refuerzan los recorridos sugeridos dando forma a caminos o explicando ciertos detalles en ellos.

En este proyecto en específico, se emplearán como apoyo informativo a los materiales externos. También se busca musealizar el espacio con el objetivo de que la perspectiva de los visitantes sea de un sitio no sólo de divertimento si no de conocimiento estilístico, biológico



e histórico y sea aprovechado al máximo sus cualidades. En ese sentido, las cédulas son de gran utilidad por su reconocimiento inmediato por parte del público.

De este modo, las cédulas son también soportes que con la investigación realizada pueden llevarse a cabo en un corto o mediano plazo y pueden ser vigentes por un largo plazo desde su construcción optimizada y a través de los materiales de apoyo.

### **3.-Objetivos:**

- *General:* Realizar dos tipos de cédulas para el apoyo museográfico del jardín del Museo Casa de la Bola conforme a la investigación evaluativa.

#### **- Particulares:**

- a) Realizar investigación en los ámbitos históricos, artísticos y biológicos con relación a los resultados del estudio de público.
- b) Proponer contenidos breves y concisos que no pierdan vigencia a través del tiempo.
- c) Prospeccionar los materiales de estos soportes en su desarrollo.

### **4.- Actividades y tareas:**

- Realizar la investigación para contenidos de cédulas de acuerdo a evaluación previa.
- Definición de contenidos específicos y pormenorizados.
- Determinación de los sitios específicos para su colocación.
- Conformación de formatos y propuesta visual.
- Pruebas piloto de textos e imágenes.
- Implementación en formatos y materiales propuestos con sus respectivas correctivas de pruebas piloto.

### **5.- Cronograma:**

Actividad	Semanas
Investigación	1-4
Definición de contenidos	2-5
Propuesta de colocación, formatos y gráficas	3-6
Pruebas piloto	5-8
Prototipos	6-9
Implementación final	8-10

### **6.- Prerrequisitos:**

Por medio de estos soportes, se buscará hacer un primer acercamiento en la implementación de la activación museográfica. Por ello, sería de gran utilidad llevar a cabo una sensibilización previa con el personal, con el fin de que tengan en mente los mecanismos de evaluación y estudios de público, así como de las pruebas piloto y prototipos.

### **7.-Evaluación:**

Será de carácter correctivo y sumativo a través de los prototipos, encuesta y entrevista (grupos focales). En ese sentido será importante que el personal se familiarice con las pruebas para lograr retroalimentación básica y constante. De esta manera, la ejecución de posteriores proyectos en sus fases previas será más fluida.





propuesta visual





## **Propuesta anexa-complementaria:**

### **Actividades paralelas**

Dentro de las acciones que tienen como objetivo lograr tanto la habitabilidad del espacio museal como procurar la transformación del público en potencial-asiduo a cautivo, se encuentran las actividades paralelas enfocadas a complementar los soportes anteriormente presentados, dinamizar los contenidos propuestos y continuar con el proceso retroalimentativo del museo.

Cabe mencionar que las actividades propuestas a continuación, son realizadas desde el diseño y la comunicación visual, por lo que son sólo algunas de las que se pueden desarrollarse en conjunto con las propuestas por el departamento de servicios educativos de la institución; esto es debido a que estas están orientadas a los soportes antes mencionados.

Conforme a lo desarrollado por la metodología, se constata la transdisciplina de los soportes mediante la variabilidad de las iniciativas que se pueden llevar a cabo a partir de una visión global, tanto de la metodología del diseño como del proceso creativo mismo.

### **Corto plazo y mediano plazo**

A través de las actividades actuales que se realizan en el museo los domingos y de los casos de éxito, se buscará concentrarlas en determinados momentos del año en el jardín y de forma compuesta dando versatilidad en las opciones. La diferencia principal que se desea sustentar, es que estas se desarrollen en el espacio del jardín, cambiando así la dinámica de presentación, por lo que tienen la posibilidad de convertirse en actividades exclusivas y remunerativas con el paso del tiempo. Tales propuestas se enumeran a continuación:

- Conferencias temáticas: Romanticismo con visita a la casa y el jardín, especializándose en la jardinería desde los puntos de vista arquitectónico, pictórico, histórico e histórico particular.
- Conciertos al aire libre: La música propuesta sería tanto de la época del romanticismo europeo y mexicano, así como nuevas propuestas contemporáneas inspirados en el mismo concepto.
- Lecturas interpretativas: De las principales obras literarias de la época.
- Cursos de agricultura y horticultura urbanas.
- Visitas breves: al jardín por los guías del mismo museo, enfatizando la historia particular del mismo.
- Ferias especiales: de temas tales como romanticismo literario, pintura paisajista, jardinería en general, entre otros.

### **Largo plazo**

#### **Visitas guiadas dramatizadas**

Este es un recurso que permite al visitante adentrarse en una narrativa actuada en el momento, lo cual incrementa la atmósfera histórica ya sea de ficción o conforme a hechos históricos. En este caso se propone la realización de tres tipos de narrativas de acuerdo a los recorridos propuestos, es decir, cada uno tendrá una visita de refuerzo con personajes ideados a partir de una historia determinada; de esta forma, también serán dirigidas a los diferentes públicos, el adulto, joven y el infantil.

*Personaje histórico:* Con relación a la jardinería paisajista de Inglaterra, existieron varias personalidades que determinaron no sólo la estilística de este arte, sino que conformaron parte del movimiento romántico con otros personajes importantes del arte, la literatura y la



sociedad en general. Uno de ellos es "Capability" Brown, con quién el público tendría una interesante visita guiada en donde interviniera su genio, sus influencias, inspiraciones y algunos de sus polémicos colegas.

*Personaje lírico:* En aquella época, la literatura de ficción renació de manera considerable, referente de muchos escenarios ambientados idóneamente en jardines o lugares de mística natural. Es por ello que sería un festín para una audiencia introducirse en los cuentos de Edgar Allan Poe y sus escritos de lugares insólitos de Inglaterra.

*Personaje histórico del museo:* Sin lugar a dudas, de los mayores intereses externados en el estudio evaluativo está la historia del inmueble y del fundador. Es por ello que se propone que el mismo Don Antonio Haghbenbeck dé una visita a lo largo de su jardín para despejar las dudas de sus ideales artísticos, su vida hogareña y su amor por la naturaleza.

El desarrollo de estas actividades paralelas está vinculado con un desarrollo paulatino conforme se lleven a cabo los trabajos de investigación pertinentes. Una vez más se remarca que la logística de dichas actividades es un quehacer pertinente al área de interpretación —servicios educativos— del museo y por ende es necesario se modifiquen de acuerdo a las especificaciones pedagógicas. Es por lo cual estas actividades no serán descritas en un plan de trabajo concreto, como las propuestas anteriores.

Finalmente, se han encontrado diferenciaciones tácitas en desarrollo propositivo de áreas de oportunidad a partir del diseño; ello gracias al enriquecimiento del proceso creativo con la adhesión de las áreas museológicas precisas. Con ello se constata, de manera particular, que el desarrollo transdisciplinario del espacio museal es ineludible para su habitabilidad.



### 4.3 Confrontación

En esta sección se realizará un análisis crítico a las soluciones y resultados antes descritos, primero con una reflexión final en contraposición con algunos espacios que son similares al de caso de estudio en la Ciudad de México, equiparando su oferta con sus propios atributos. Posteriormente y con el propósito de mantener el estudio en la complejidad de la realidad de la forma más cabal posible, se englobarán las debilidades de la propuesta de manera que se abran más áreas de oportunidad.

La Ciudad de México posee diferentes sitios para divertimento cultural de sus habitantes. Entre estos sitios, los espacios públicos y las áreas verdes son parte importante de las actividades recreativas que gustan y le son significativas al ciudadano, puesto que representan un lazo inmediato con la naturaleza. A este respecto y para efectos de contraste de la investigación, se eligieron tres perspectivas: los jardines botánicos (Ciudad Universitaria y Chapultepec), los jardines públicos (La Alameda y las intervenciones contemporáneas) y el jardín en un entorno museal (El Alcázar de Chapultepec).





Zona de agaves, Jardín Botánico de Ciudad Universitaria

Los jardines botánicos son espacios auspiciados por instituciones de carácter académico o gubernamental y, en su mayoría, buscan la conservación, investigación y divulgación de una colección de orden vegetal. Las especies estudiadas pueden ser originarias de cualquier parte del planeta pero también pueden centrarse en especies nacionales, como es el caso de México, el cual le da mucha importancia a las cactáceas. Según la Asociación Mexicana de Jardines Botánicos, existen 26 oficiales en el país y 24 en desarrollo<sup>110</sup>.

Ciudad Universitaria no sólo cuenta con una infraestructura que le permite el desarrollo de un espacio propicio para un jardín botánico, sino que también goza de una ubicación única: los pedregales de roca volcánica. Este sitio, configurado por un equipo de eminentes arquitectos

e ingenieros —entre ellos Luis Barragán— conserva mucho del paisaje natural que le confirieron los accidentes y eventos geológicos del pasado.

Este jardín fue iniciativa del Dr. Faustino Miranda y del Dr. Efrén del Pozo, quienes hicieron frente al traslado de las instalaciones del Instituto de Biología, inaugurado en 1959 en el actual circuito de la zona deportiva. Cuenta con distintas secciones, entre ellas la referente a las especies del desierto, las medicinales, un *arbóretum* y un invernadero con microclima.

En el Jardín Botánico, se realizan actividades para toda la familia, como talleres y exposiciones, con un horario eminentemente matutino, (9:00 a 16:00 hrs.) siete días a la semana excepto los periodos de asueto universitario. A diferencia de un jardín de corte histórico, este sólo se centra a las cuestiones ambientales y de carácter biológico, donde su aporte es meramente de divulgación científica. Los soportes que utilizan son los tradicionales, como cédulas. Lo que respecta a su difusión (la cual no es del todo suficiente) cuenta con una página web muy completa, la cual no solo alberga la información básica, si no que sugiere rutas y actividades.

Por otro lado, el Jardín Botánico del Bosque de Chapultepec es un proyecto joven, pues se inauguró el 12 de octubre de 2006. Las especies que conserva son mayoritariamente del Altiplano del país de corte doméstico y de ornato (humedal, partizales, llanuras) y una interesante exhibición de agaves, suculentas, cactáceas y plantas de zonas áridas.

Resulta ser un sitio de fácil acceso, ya que se encuentra sobre una avenida muy transitada -Paseo de la Reforma- con entrada libre, los siete días a la semana en un horario de 9 a 16 horas. Sin embargo, su señalización hacia el exterior es nula, por lo que desde la entrada principal no es visible. La disposición de la colección es muy ordenada, las cédulas son explícitas y



Invernadero, Jardín Botánico del Bosque de Chapultepec



Muro verde, Corredor Regina, Centro Histórico, Ciudad de México.

plendor se vio forjado por Maximiliano de Habsburgo y después reivindicado por Porfirio Díaz y sus grandes construcciones, y así convertirse en uno de los puntos clave de la Ciudad.

Con su remodelación (la cual llevó ocho meses) se ha convertido en uno de los sitios más frecuentados del Centro Histórico en la actualidad. Declarada Patrimonio Histórico de la Ciudad, se han referido a ella como el primer parque público de América. No sólo se trata de un espacio verde de gran extensión de bellos árboles, sino que en ella hay fuentes emblemáticas y monumentos históricos como el “Hemiciclo a Juárez” y la “Escultura a Beethoven”.

Se puede confirmar que es uno de los referentes simbólicos del paisaje urbano inmediatos del Distrito Federal, su herencia engloba tanto

la arquitectura, la escultura y el paisajismo; sin embargo carece de un desarrollo de actividades referentes con este rico legado o algún tipo de convergencia cultural con el público que provenga de la instancia de la cual depende, aunque esto no le quita la importancia como parte del imaginario colectivo del que ya forma parte.

Así como existen espacios emblemáticos, cada vez con más frecuencia en las zonas urbanizadas proliferan las alternativas “verdes”, las cuales responden a la necesidad de ganar lugares para áreas vegetales y ante a la contaminación ambiental que aqueja con mayor intensidad a las ciudades.

Gracias a esto, las opciones plásticas han sabido desarrollar muros y azoteas verdes

que no sólo sirven como nuevos pulmones sino que ofrecen también nuevas perspectivas visuales con soportes, sistemas y materiales diferentes.

En la Ciudad de México empiezan a abundar estos muros e instalaciones verdes en áreas públicas y privadas. En las privadas sobresale la extensión y el sistema que se ha ido perfeccionando; uno de los primeros en realizarse fue en el Centro Histórico en la cerrada de la calle 5 de Mayo, ahora se pueden apreciar con mayor frecuencia en edificios de grandes corporativos y tiendas, como por ejemplo en plazas como Bosques Duraznos y Gran Terraza Lomas Verdes, construidas por la empresa Verde Vertical<sup>111</sup>.

Sin embargo, en las construcciones para áreas públicas es donde el desarrollo plástico es más evidente. En la Avenida Chapultepec se inició un proyecto llamado “jardines verticales” (financiado por Nissan), las cuales son esculturas geométricas basadas en Quetzalcóatl; se buscaba que este tipo de estructuras se realizaran a lo largo de la ciudad en las principales arterias vehiculares como Periférico y el distribuidor vial San Antonio. Otro ejemplo de muro verde es el Corredor de la calle Regina, en el Centro Histórico, que abarca una pared posterior de la Universidad del Claustro de Sor Juana, patrocinado por la empresa francesa L'ORÉAL; en él, se puede apreciar una propuesta encaminada hacia la infancia y los recorridos libres del campo. Algunos puntos adicionales en



Parque de bolsillo, Polanco, Ciudad de México.

111 <http://verdevertical.carbonmade.com> recuperado abril 2013





Exposición “El jardín japonés”, Atrio de San Francisco, Centro Histórico, Ciudad de México.

donde se pueden apreciar este tipo de instalaciones se encuentran en las calles de Isabel la Católica, General Mariano Escobedo, la avenida Sonora cerca del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, entre otros.

También existen otras propuestas, como los instaurados recientemente “parques de bolsillo”. Estas nuevas alternativas se llevan a cabo con materiales reciclables y se colocan en avenidas amplias para darle cabida a los transeúntes en las áreas invadidas por los vehículos. El principal objetivo del proyecto es abastecer de más áreas verdes en la ciudad. En principio se han ubicado en el Zócalo y en Polanco, pero se proyecta hacerlo en 145 colonias de las 16 delegaciones.<sup>112</sup>

En correlación a este “movimiento verde”, habitan también exposiciones

donde la temática es la historia y los lazos culturales. “El jardín japonés” es una exhibición donde se recrea este tipo de jardín, como una muestra del intercambio bilateral que ha sostenido México y Japón durante más de 400 años. Fue instalado en el atrio de San Francisco, a espaldas de la Torre Latinoamericana. Los elementos y el ambiente que emana del espacio es más que suficiente para los visitantes que a diario pasan por ahí se vean atraídos por él.

Estos lugares y los nuevos espacios verdes meramente públicos, son visitados por una gran afluencia de individuos, debido a su ubicación y a su pronta relación visual con él. En ellos la identificación a largo plazo suele llevar

legibles (aunque su conservación no sea del todo satisfactoria), pero sobre todo es un área agradable donde se puede convivir abiertamente con la naturaleza.

El jardín tiene áreas idóneas —con el correcto mantenimiento— para la exhibición de distintas especies vegetales y su divulgación, por medio de talleres, pláticas y otras actividades, pero la difusión de ellas no es directamente proporcional a su potencial. No sólo se carece de información en línea, sino que la atención al público dentro del propio jardín es prácticamente inexistente. A pesar de que esta pueda ser una desventaja para capturar al público e involucrarlo, también puede resultar un área de oportunidad para los visitantes que gustan de una visita libre.

Con respecto a espacios públicos abiertos, que en este caso se tomará a la Alameda como ejemplo concreto, las posibilidades de visita se multiplican exponencialmente por su accesibilidad y ubicación, su difusión, por lo general, es extensa y se beneficia del *de boca en boca* de su público, su mantenimiento requiere de muchos recursos, personal y constancia, pero son lugares en los cuales se identifica el ciudadano y crean amplios vínculos de convivencia social.

Son más de 400 años de historia que enmarcan a la Alameda Central de la Ciudad de México, la cual encierra las transformaciones más significativas de México y que se han visto reflejadas en su propia fisonomía. Después de la Independencia y con la llegada del Segundo Imperio Mexicano, su es-



Escultura a Beethoven, Alameda Central, Ciudad de México.

112 <http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2013/04/28/896457>





Jardín del Museo Nacional de Historia, Castillo de Chapultepec.

bastante tiempo pues no existen vínculos importantes, más que las experiencias personales, ya que algunas instalaciones son temporales y que se llevan a cabo por ciertos parámetros estilísticos del momento, además de ser mayoritariamente financiadas por empresas privadas (incluso las que se construyen en áreas públicas). Sin embargo, el impacto que generan resulta muy positivo en cuanto a su influencia inmediata con el espectador y su entorno.

Finalizando la descripción de áreas naturales similares al estudio de caso, se tiene el jardín del Museo Nacional de Historia, Alcázar de Chapultepec. Construcción por demás representativa, no sólo de la ciudad sino del país, el Castillo de Chapultepec fue testigo de acontecimientos tanto de lucha como de opulencia. Es una de las pocas edificaciones de este estilo con un jardín “aéreo” diseñado por el botánico Wilhelm Knechtel bajo el auspicio de Maximiliano de Habsburgo, época donde el edificio consiguió un bello florecimiento.

El jardín posee un vínculo estilístico muy arraigado tanto al Alcázar como a la colección expuesta, lo cual genera un ambiente único donde la historia de México se ve rodeada de opulencia y elegancia propias de la influencia francesa y el legado barroco. El recorrido autónomo del visitante por el área es uno de sus puntos fuertes, así como las actividades culturales que

se desarrollan: ballet y los conciertos al aire libre; sin embargo, la información concerniente al propio jardín es muy escasa.

Teniendo en cuenta los espacios descritos brevemente, se puede apreciar que la oferta de la Ciudad de México se encuentra en constante crecimiento, no sólo en la creación de nuevas alternativas, sino en la renovación de las existentes con anterioridad. Sin embargo, la falta de información formativa y consistente es frecuente en el sentido histórico y estilístico de las instalaciones, sin implementar medidas de conservación y difusión mediante la ayuda del visitante.

Una de las principales ventajas que guarda el caso de estudio de esta investigación, es su vínculo inmediato con la naturaleza y el público en un lugar seguro, con normas específicas, pero en el que puede deambular a su antojo. El potencial histórico y evocativo que guarda es único en comparación con los jardines botánicos y los espacios públicos. Por otra parte, el proyecto encamina la curiosidad asequible de diferentes tipos de visitante con lo cual se espera la inmersión afectiva con él de manera patrimonial, artística y hasta personal, factor que carecen los espacios históricos antes mencionados.

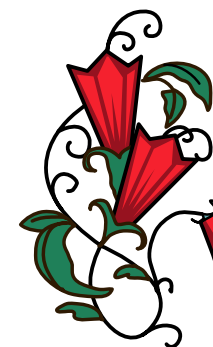
Las debilidades detectadas son, en primer lugar, el impacto de los demás espacios no sólo por su configuración visual sino por su accesibilidad (ubicación y horarios de apertura) y difusión. La afluencia de un mayor público permite el desarrollo de actividades y materiales con mayor facilidad, para encontrar auspicio y evaluar resultados en menor tiempo, encontrar nuevas áreas de oportunidad e innovar proyectos culturales directamente proporcionales a su capacidad.

De manera introspectiva, primeramente, las cuestiones temporales de desarrollo de todos los elementos no son tan asequibles puesto que la situación económica no cuenta con una estabilidad propia. En este sentido, el estudio evaluativo requiere de actualización constante, donde la retroalimentación forma parte importante del proceso. Es así que la vigencia de las propuestas no es fiable a largo plazo. Todos los soportes deben de tener la consideración de un grupo de trabajo completo, por lo que la visión inicial tiene la posibilidad de transformarse en otros soportes no planeados y que carezcan de las consideraciones estudiadas. Esto en relación a fines institucionales, ya sea porque la rigidez institucional no ha sido discurrida en su totalidad o por situaciones no tomadas en cuenta a detalle.

La diversidad de caminos que se desprenden para la *Activación museográfica* de un entorno natural-histórico-artístico, es tan basta que no es posible darle cabida a todas y cada una de estas posibilidades. Las anteriores propuestas se realizaron, por un lado del estudio evaluativo y por el otro del estudio institucional del espacio; es por ello que estas mismas propuestas son limitadas en cuanto a su desarrollo innovador de primera mano, pero que se busca en principio su autenticidad tanto con las autoridades como con el público para su fácil implementación.

Por último, si bien las acciones propuestas fueron orientadas por medio de la museología y la curaduría, estas son áreas con estudios más profundos desde todas las perspectivas. La que se muestra sólo es una de ellas, afectada sobre todo hacia el diseño y la comunicación visual, por lo que habrá

algunos aspectos sin concretar. De este mismo modo, el sistema complejo de la habitabilidad es un asunto que lleva a muchas disciplinas para su implementación, por lo que esta es sólo una parte del camino.





Conclusiones

*Necesitamos aura, aún ficticia.  
Necesitamos sensación, aunque sólo  
consista en sentirse bien. Necesitamos  
identidad y marcas de identidad aunque  
deban cambiar tanto como la moda.*

*Yves Michaux*

El proceso creativo en el que se ve inmerso el diseño, para la resolución de ciertas áreas de oportunidad, busca aplicarse dependiendo no sólo del contexto sino también a partir de una serie de elementos humanos, materiales y metodológicos, en los cuales se ven enmarcadas las exigencias de los objetivos (institucionales, del usuario, empresariales).

En este sentido, el museo se presenta tanto como un lugar de exposición de objetos, ideas y hechos históricos, como un convergente social donde la identidad juega un papel importante dentro la experiencia para que esta sea o no significativa en el visitante: que lo convierta en un ente vivo dentro de un ecosistema. Elemento clave de estas misivas está en la habitabilidad. Un lugar habitable sugiere el desarrollo y el progreso constante a partir de sus residentes y sus necesidades.

A lo largo de la investigación, se incursionó en la exploración de ciertos parámetros metodológicos para abordar un caso de estudio específico, con ello se generó un modelo de proceso creativo aplicado para la habitabilidad de espacios museales y dando lugar al diseño museográfico, concepto propuesto en este trabajo, el cual busca vincular los aparatos museológicos con los diseñísticos en la resolución de problemas de comunicación.

Por lo tanto, inicialmente se abordó el tema principal del caso: el Romanticismo, en específico el jardín. Se encontró que el movimiento Romántico es una herencia artística y filosófica de los siglos XVIII y XIX. Dentro de la arquitectura, el paisajismo se convirtió en su principal manifestación, el cual concibe a la naturaleza como parte fundamental de la vida cotidiana y reflejo de los ideales de la época. De esta forma, los jardines, principalmente



en Inglaterra, fueron terreno propicio para la descripción de historias donde la vegetación y los elementos naturales eran los actores en una puesta en escena que trataba de desaparecer la mano del hombre, en el tramado de su propia elaboración, a pesar de ser su principal artífice.

Históricamente, en el caso de México, se le atribuye a la jardinería una larga tradición que abarca desde sus raíces precolombinas hasta el movimiento de los jardines verticales que tiene cabida en nuestros días. Si bien, los diferentes estilos desarrollados históricamente no se vieron favorecidos por una mezcla enriquecida de las culturas en la época Virreinal posteriormente, permitió la elaboración de bellos ejemplos tanto públicos como privados de jardinería.

Teniendo en cuenta lo anterior, se vislumbra el amplio potencial patrimonial que guardan los espacios verdes de una sociedad. Los jardines históricos son lugares que toman especial importancia no sólo al concentrar una gama de especies vegetales de un entorno específico, sino que albergan una serie de elementos arquitectónicos y compositivos de intereses eminentemente estéticos e históricos. Tal como las Casas Museo, que sitúan personajes, hechos y contextos específicos, permiten encapsular por medio de sus colecciones y edificaciones un momento en el pasado. Es así como se halla que los sitios históricos particulares, como las casas museo y los jardines históricos, no sólo son un cúmulo de objetos antiguos o naturales, sino que embargan un sentido de pertenencia con el lugar en el que se encuentran al transformar su entorno y darle identidad.

Particularizando, Tacubaya constituye una zona donde convergen tanto ventajas geográficas como acontecimientos históricos. Ubicada a las afueras de la antigua ciudad de México, su altura le brinda una localización estratégica y su clima fue aprovechado desde la época prehispánica, es por ello que se convirtió en una zona llena de casas de campo —llamadas Quintas de Tacubaya— construidas por las clases altas; también abundó el cultivo de árboles frutales, maguey y la producción de aceite de oliva. El Museo Casa de la Bola es una de las residencias que se ha mantenido gracias a que se convirtió en Monumento Histórico y fue dejada como herencia para la sociedad por su último dueño, Antonio Haghenbeck y de la Lama. No sólo guarda una vasta colección de ob-

jetos de arte decorativo que van desde el siglo XVIII, sino que evoca un jardín de estilo romántico inglés con más de 30 especies vegetales.

Al encontrarse con los elementos que confluyen en el Museo Casa de la Bola, se discurre en su gran potencial patrimonial e identitario. Desemboca un sentido de pertenencia tanto del visitante local, por la representación plasmada de Tacubaya, como del público general al constatar un testimonio de la vida aristocrática-burguesa y artística de México. También logra generar aspectos evocativos, principalmente en el jardín, por sus elementos naturales y compositivos.

De esta forma, se acierta en llevar a cabo un proyecto, que enlace los elementos antes mencionados, por medio de la Activación Museográfica del jardín del Museo Casa de la Bola. El concepto de Activación Museográfica se define en esta investigación como una serie de acciones que se llevan a cabo para conferirle el ámbito museal a un espacio específico, teniendo en cuenta los objetivos de la institución y el contexto en el que se encuentra.

Desde el punto de vista del museo, el diseño tiene la prerrogativa de construir puentes de comunicación entre la institución y el visitante, tomando en cuenta ciertas medidas básicas y generales para el establecimiento de un lenguaje común. Dentro de estos aspectos, se descubrieron no sólo la cromacidad, tipografía y ergonomía sino la inclusión de las características propias del espacio y el usuario.

Los estudios de público dieron respuesta a las inquietudes conceptuales y metodológicas para afrontar los retos que impone el espacio museal en la Activación Museográfica. Estos estudios se realizan para conocer qué tipo de público visita un museo siendo de particular interés aspectos sociodemográficos. Se encontró entonces, otro tipo de disciplina, derivada a partir de los estudios de público: la evaluación en museos. Ésta se centra en conocer las preferencias del público, durante su visita al museo y fuera de él, así como lo que le desagradó y sugerencias de mejora. En específico, la evaluación previa se adapta a los pormenores que se trataron de implementar en el proceso creativo del diseño para el estudio de caso.

Para adaptar los procesos tanto metodológicos como creativos de la museología al diseño, y viceversa, fue necesario encontrar los nexos entre una y otra disciplina. El Design Thinking -metodología creada por Tim Brown y su equipo de IDEO- fue una respuesta que incluye al usuario, entorno y todas las disciplinas que influyen en ellos. La idea fundamental, resultado de estas reflexiones, es poder vincular tareas específicas de cada área a cada uno de los objetivos planteados, en ello tanto la evaluación como el diseño tienen grandes ventajas proyectuales.

Sin embargo es necesaria una acotación al proceso que se plantea. La metodología que logra implementar estas ideas es la Holística, la cual se desarrolló previamente en ámbitos biológicos, físicos y filosóficos, adaptándose a lo social. Ésta toma en cuenta el principio de que un ente no es igual a la suma de sus partes sino una totalidad inherente, por lo que se intuye que el museo está más allá de ser un testigo de las partes que lo conforman sino que su contexto interior como exterior lo definen de manera más cercana a la realidad, de esta forma también se adaptan las disciplinas y métodos expuestos.

El principal aporte conceptual que se logró fue la integración del proceso creativo del diseño con la evaluación previa de museos, ya que se puede adaptar no sólo a un caso específico sino a cualquier problema de implementación comunicacional en espacios museales, desde el aspecto proyectual. La inmersión del diseño en conceptos netamente museológicos es fundamental, pues se busca que sea incluido dentro del proceso desde la planeación hasta la implementación, (no sólo en la configuración de soportes resueltos por otras áreas) y que se comprometa a resolver integralmente todos los aspectos comunicacionales que se presenten.

Conforme la investigación se desarrolló, como se acaba de comentar, se resolvió manejar el caso de estudio mediante dos instrumentos específicos: la encuesta y la observación por medio de seguimiento del visitante, los cuales mostraron grandes ventajas en cuanto a la recolección de datos y la expectativa de deducciones inmediatas. Ambos dieron dos tipos de resultados, cuantitativos y cualitativos, que ayudaron en el enriquecimiento de la información proveniente del usuario directo.

A partir de la interpretación de los datos obtenidos, a través de la evaluación formativa, se dedujo que el público cautivo es adulto de 30 a 60 años, visita el museo generalmente en pareja, gusta de las actividades culturales de los domingos y conoce el museo por recomendación. De este grupo, poco menos de la mitad conoce el jardín, del cual reconocen solamente los aspectos matéricos inmediatos como esculturas y fuentes. De esta forma, el público potencial son el familiar y escolar, principalmente los jóvenes y niños, que buscan actividades extras a la visita guiada. Además se localizaron tres recorridos concurrentes así como uno referencial.

Gracias a la información adquirida, se consiguió desarrollar una estrategia de comunicación, que contempla el contexto del museo (objetivos institucionales y naturaleza del espacio) y las necesidades del visitante. Es por ello que la estrategia se dividió en visitante asiduo y en visitante potencial, cada una con tres segmentos de temporalidad – corto, mediano y largo plazo-. Por otro lado, se propusieron actividades paralelas a esta estrategia comunicacional desde la perspectiva puramente de diseño y comunicación visual.

Por lo tanto, se concluye que a través de los aparatos metodológicos del diseño y la evaluación museológica es posible desarrollar estrategias integrales de comunicación para la Activación Museográfica por lo que se respalda la Hipótesis de este proyecto: Si el Diseño y la Comunicación Visual se introdujera dentro de los procesos museológicos en todas sus fases, entonces se logrará una simbiosis entre el visitante y la legitimidad del espacio en su habitabilidad, es decir, la inclusión del público en estos mismos procesos. Ya que dentro del proceso completo de la investigación se pudo dar cuenta de la capacidad proyectual del diseño, así como su adaptabilidad a instrumentos concretos de otras disciplinas.

Dentro de estas resoluciones finales también se desarrollan las siguientes reflexiones:

Pensar en museos, desde la perspectiva del visitante común, es reconocerlos como grandes lugares con clima controlado, paredes que separan de manera irregular salas, techos altos definidos para desaparecer de la vista,

personas recorriendo el caminar de pasos del pasado y cámaras vigilando detalladamente los movimientos que se realizan cada segundo. No sólo es la descripción de un museo, sino la descripción del no lugar potencial, el menos cordial: espacio diseñado para su contenido empero su visitante, aun así necesario para la sociedad que busca la pantalla <sup>113</sup>.

Por otra parte, el diseño como disciplina proyectual y de gestión se pierde ante esta pantalla de configuraciones estéticas. Si bien, el entorno en el que se desenvuelve prácticamente está dentro del espectro estético, sus alcances van más allá. La idea del diseñador como pieza fundamental en el ámbito empresarial e institucional es prácticamente nula. Para la institución museística, el diseño no ha rebasado la asignación de herramienta de apoyo visual.

La tarea a incursionar una perspectiva autogestiva del arte y del museo donde se construyan puentes entre estos y la sociedad, lo subraya Taine cuando sugiere que el arte debe de llegar “a los sentidos y al corazón del más vulgar. El arte tiene esto de peculiar, al ser a la vez superior y popular: pone de manifiesto lo que hay de más elevado, y lo pone ante todos” <sup>114</sup>, en este propósito se suscribe el museo, con sus técnicas, herramientas y teorías no existe un lugar con esas características potencializadoras más desarrolladas a lo largo de la historia.

Uno de los primeros quehaceres dentro de este contexto, es la percepción en la imagen del museo por parte de la sociedad. En este sentido, no cabe duda de que se habla de una institución, por lo tanto, es analizada desde todos los puntos de vista – cognitivos, emotivos y operativos- relacionados al nivel en que se vincula con el público. Es por ello que el problema de comunicación se extiende más allá de lo visual y penetra hasta lo más profundo del recinto, más allá de las generalidades tradicionales de la imagen corporativa.

---

<sup>113</sup> Ésta es una metáfora de la personalidad artística. La noción de transparencia velada es en este contexto muy expresiva: cada obra de arte, incluso la más realista, ofrece al espectador un acceso a la realidad a través de una zona velada. Stoichita, V. (2005) *Ver y no ver. La tematización de la mirada en la pintura impresionista*. España: Siruela, pp. 26

<sup>114</sup> Taine, H. (1969) *La naturaleza en la obra de arte*. México: Grijalbo, pp. 25

En este contexto el diseñador, visto ahora como configurador de comunicaciones visuales, debe estar presente en cualquier proceso de materialización de la institución.

La museografía y curaduría, al enfrentarse a la oportunidad de comunicar, crear lazos y el equilibrio de la obra, procuran darle un giro trascendental al arte con el fin que sea el visitante el que tenga la responsabilidad y la voz para dictar el valor que les pueda otorgar a todos en su espacio, pues en la era de la posmodernidad “la catedral abandona su sitio para ser recibida en el estudio del amante del arte; la obra coral que fue ejecutada en una sala o en cielo abierto puede ser escuchada en una habitación” <sup>115</sup>, es vital que los espacios físicos se reivindicquen y reinventen continuamente.

Es fundamental despertar la conciencia del diseñador. No sólo es tarea el reconocimiento de su labor, es necesaria la identificación de necesidades y definición de paradigmas. Sin estos parámetros, el papel del diseño se somete a la de embellecedor de las ideas de terceros, por lo tanto, se sujeta a la dependencia del poder del marco dentro del cual tiene lugar su participación profesional.

Para poder lograr asimilar la pertinencia del diseño en el mejoramiento del nivel de vida de la sociedad, es medular comprender que su labor significativa está en el acceso y la difusión de la información a la gente. A su vez, una sociedad bien informada es capaz de enfrentar su realidad en la justa medida que difumina el fanatismo y las posiciones extremas; de esta forma puede ejercer sus derechos y libertades participando activamente. El diseñador como proveedor de información, también lo es de integración, justicia y libertad.

Dentro del continuo crecimiento de la urbe y el agotamiento de los recursos discursivos, el museo y el diseño tienen aún mucho trabajo por abarcar. Desde sus implementaciones con la tecnología hasta la revaloración a las necesidades de identidad, para concientizar la relevancia de la preponderancia del ambiente conceptual y físico en el que todos vivimos.

---

<sup>115</sup> Benjamin, W. (2003) *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica*, México: Itaca, pp. 43



Los diseñadores son configuradores de panoramas para construir, expresar y transformar su cultura. Es menester de estas dos complejas entidades –museo y diseñador- darle forma al caos de estímulos al que estamos sometidos como sociedad. El museo como espacio de convivencia y el diseñador como catalizador, organizador y libertador para la organización de tal confusión en información.





Referencias bibliográficas,  
hemerográficas y electrónicas

ALONSO, E. (2011) *Un museo para todos*. México: Plaza y Valdes editores.

ARNALDO, J. (1989) *El movimiento Romántico*, España: Grupo 16.

AUGÉ, M. (2000) *Los no lugares espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. España: Gedisa.

BACHELARD, G. (1975) *La poética del espacio*. México: Fondo de Cultura Económica.

BATTLE, E. (2011) *El jardín de la metrópoli. Del paisaje romántico al espacio libre para una ciudad sostenible*. España: Gustavo Gili.

BENJAMÍN, W. (2003) *La obra de arte en la época de su reproductividad técnica*. México: Itaca.

BROWN, T. (2008) *Design thinking*. E.U.: Harvard Business.

D'ANGELO, P. (1999) *Estética del Romanticismo*. España: Visor.

FALK J. & Dierking L., (1992) *The Museum Experience*. E.U.: Whalesback Books.

FARIELLO, F. (2004) *La arquitectura de los jardines*. España: Reverté

FERNÁNDEZ Alonso, L. (2001) *Museología y museografía*. España: Serval.

FRASCARA, J. (2008) *Diseño gráfico para la gente. Comunicación de masa y cambio social*. Argentina: Ediciones Infinito.

GARCÍA, A. & Bustamante, M. (1999) *Tacubaya en la memoria*. México: Gobierno de la Ciudad de México.

HESKETT, J. (2008) *El diseño en la vida cotidiana*. España: Gustavo Gili.

HERNÁNDEZ, F. (1998) *El museo como espacio de comunicación*. España: Trea.

HOOPER- GREENHILL, E. (1998) *El museo y sus visitantes*. España: Trea.

MARTÍN, F. (2002) *Contribuciones para una antropología del diseño*. España: Gedisa.

MARTÍNEZ O., G. Portillo y M. López (2001) *La comunicación visual en museos y exposiciones*. México: UNAM.

MICHAUD, Y. (2009) *El arte en estado gaseoso*. México: Fondo de Cultura Económica.

MUNARI, B. (1983) *¿Cómo nacen los objetos?* España: Gustavo Gili.

OLAF, E. (1992). *Arquitectura de jardines en Europa, 1450-1800: desde los jardines de las villas del Renacimiento italiano hasta los jardines ingleses*. Berlin: Benedikt Taschen.

PAYNO, M. (1999) "Panorama de México", en *Obras completas*. México: CONACULTA.

PÉREZ, B. (2004) *Tacubaya. Historias, leyendas y personajes*. México: Porrúa, segunda edición.

PÉREZ, E. (2000) *Estudio de visitantes en museos. Metodología y aplicaciones*. España: Trea.

PINNA, G. (2001) *Introduction to historic house museums Museum International-UNESCO. París. No. 210, 4.*

REYNOSO, J. y Serrano I. (Coord) (2011) *Las Quintas de Tacubaya*. México: Ediciones de la Delegación Miguel Hidalgo.

ROSAS, A. (2008) *¿Para qué estudiar los públicos?* México: UAM.

ROUNDS, J. (2006) *Doing Identity Work in Museums*. E.U.: Revista Curator, Num 49.

SÁ, A. y Pérez R. (2010) *Jardines Históricos Brasileños y Mexicanos*. México: UAM.

SCREVEN, C. (1976) *Exhibit Evaluation—A Goal Referenced Approach*. En *Curator: The Museum Journal*, , vol. 19, no 4, p. 271-290

STOICHITA, V. (2005). *Ver y no ver. La tematización de la mirada en la pintura impresionista*. Madrid: ed. Siruela.

TAINÉ, H. (1969) *La naturaleza de la obra de arte*. México: Grijalbo.

TOLLINCHI, E. (1989) *Romanticismo y Modernidad. Ideas fundamentales de la cultura del siglo XIX*. Puerto Rico: Universidad de Puerto Rico.

VILCHIS, L. (2000) *Metodología del Diseño: Fundamentos teóricos*. México, UNAM.

WHATELY, T. (1777) *Observations on Modern Gardening*. Londres: T. Payne.

## REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

International Committee of historic house museums) Referencia electrónica. Recuperados el 23 de noviembre de 2010.  
<http://demhist.icom.museum/shop/shop.php?detail=1255432597>  
<http://sic.conaculta.gob.mx>  
<http://icom.museum/quienes-somos/la-vision/codigo-de-deontologia/L/I.html>

MORENO, J. (2010) “D-Visores” Método para gestionar y comunicar el proceso de diseño <http://lajabonerareactiva.com/d-visores>

SÁNCHEZ, C. 2011 *Curso-Taller. Evaluación formativa en museos*. UNAM-México



rédito de imágenes

Recurso Wikipedia Commons, imágenes en línea para uso libre

Imágenes en páginas 16, 18, 23, 31, 33, 36, 38, 40, 45, 50 y 55

Pérez, B. (2004) en *Tacubaya. Historias, leyendas y personajes*. México: Porrúa, segunda edición

Imágenes en páginas 58 y 63

García, A. & Bustamante, M. (1999) en *Tacubaya en la memoria*. México: Gobierno de la Ciudad de México.

Imagen en página 67

Archivo Fotográfico de la Fundación Cultural Antonio Hagenbeck y de la Lama, Institución de Asistencia Privada

Imágenes en páginas 68, 70 y 111

Fotografías por Jessica Beatriz Ramírez Rivera

Imágenes en páginas 71, 72, 117, 125, 134, 136, 154, 158, 160, 166, 211, 212, 213, 214, 215 y 216.

Recurso Google Earth, herramienta de imágenes satelitales en línea

Imagen en página 106





## índice



## Glosario

AAM	The American Alliance of Museums (Asociación Americana de Museos )
CLACSO	Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales
CONACULTA	Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
DEMIST	Demeures historiques-musées – Casas Museo Históricas
D.T.	Design Thinking- Pensamiento de Diseño
ICOM	International Council of Museums – Consejo Internacional de Museos
ICOMOS	Comité Internacional de Monumentos y Sitios Históricos
INAH	Instituto Nacional de Antropología e Historia
MNCP	Museo de Culturas Populares
MUNAL	Museo Nacional de Arte
SIC	Sistema de Información Cultural
UAM	Universidad Autónoma Metropolitana
UNAM	Universidad Nacional Autónoma de México
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

**Accesibilidad:** Adaptación del diseño y organización de un museo o una exposición a las necesidades de un público esperado o con capacidades diferentes.

**Ambientación museográfica:** vínculo entre el objeto con el visitante y este con el museo a través de la evocación.

**Casa museo:** Tipo de museo que incluye desde castillos hasta cabañas, de todos los períodos históricos. Espacio que captura las cualidades didácticas y de conservación de un museo, también comunica connotaciones emotivas y cognitivas de la casa.

**Circulación:** Itinerario o itinerarios fijados o sugeridos en el diseño espacial de la exposición para el mejor recorrido de la visita por parte del público. El flujo del público en una exposición.

**Comunicación:** Acción o efecto de transmitir y hacer participar al público en el mensaje de la exposición.

**Curaduría:** Es la disciplina académica y científica relevante de las colecciones del museo. Responsable directa de la conservación e interpretación académica de los objetos existentes en el museo. De sus recomendaciones y competencias dependen la adquisición, catalogación, atribución y autenticación de las piezas, así como la investigación de las colecciones y la publicación de los resultados.

**Cédula:** Identificación en forma de tarjeta que lleva cada objeto en la exposición; esta debe ser clara, sintética, de color adecuado a la sala y al objeto, su medida debe estar de acuerdo al tamaño y características del objeto.

**Design Thinking:** es una metodología para resolver problemas reduciendo riesgos y aumentando las posibilidades de éxito. Empieza poniendo las necesidades humanas en el centro y a partir de ahí, observando, planteando prototipos y testando, conecta conocimientos de diversas disciplinas

**Difusión:** Aplicada al museo o a la exposición, debe entenderse como la acción encaminada a extender o propagar en la sociedad el mensaje y contenidos de la institución museística o de un proyecto de exposición concreta.

**Discurso Museográfico:** Discurso integrado por el proceso de comunicación museográfica, es decir, por el proceso de interacción entre las expectativas del visitante y las del equipo de producción de una exposición o de un espacio museográfico cualquiera.

**Ecosistema:** Es una unidad compuesta de organismos interdependientes que comparten el mismo hábitat.

**Educativo:** Relativo a la apropiación de elementos cognitivos y valorativos, determinados por las estrategias de interpretación y representación de la identidad cultural.

**Ente:** Lo que es, existe o puede existir. Cosa o ser que tiene existencia real o imaginaria. Organismo, institución o empresa, generalmente de carácter público.

**Ergonomía:** Adaptación de los elementos a las condiciones y escala del cuerpo humano.

**Espacio Museal:** Espacio en el que es posible tener una experiencia museográfica, lo cual incluye no sólo exposiciones de objetos con fines didácticos, sino también centros históricos o naturales adaptados para su exhibición y visita.

**Estudios de público:** Estudios e investigaciones relacionadas con los visitantes, no sólo de museos y exposiciones tradicionales, sino de otros centros de divulgación científica y cultural

**Evaluación de museos:** Disciplina que tiene como objetivo la valoración de una exposición, que debe incluir estudios sobre valoraciones del público, pero también del equipo emisor de la exposición, de los agentes de desarrollo de la misma, de los expertos, de los media, etc.

**Gestión:** Actividad consistente en que se realice del modo más eficaz la toma de decisiones en el proyecto y ejecución de la exposición a fin de obtener adecuadamente los objetivos de ésta.

**Guía de recorrido:** Material eminente didáctico que sugiere diferentes alternativas de circulación para una exposición.

**Identidad Cultural:** Construcción imaginaria que permite establecer diferencias entre comunidades o individuos entre sí.

**Instalación:** Conjunto de operaciones constructivas que, realizadas con los elementos o presentadores expositivos, crea una situación espacial nueva adecuada al diseño y al escenario previstos para la presentación de objetos y la circulación del público.

**Interacción:** Acción recíproca entre dos o más objetos, sustancias, personas o agentes. En el museo se encuentra en la relación entre los visitantes con el museo y entre ellos.

**Interdisciplina:** Campo de estudio que cruza los límites tradicionales entre varias disciplinas académicas o entre varias escuelas de pensamiento, por el surgimiento de nuevas necesidades o la elección de nuevas profesiones

**Jardín:** Zona del terreno donde se cultivan especies vegetales, con posible añadidura de otros elementos como fuentes o esculturas, para el placer de los sentidos. En castellano se llamaba antiguamente huerto de flor para distinguirlo del huerto donde se cultivan hortalizas. La adopción de la palabra en francés hizo más fácil la distinción entre uno y otro vocablos.

**Jardín romántico:** Se inclina por reflejar un tipo de belleza ideal donde los elementos vivos: prados, árboles, agua y cielo se dejan libres de una configuración exacta, dando un sentido de colaboración “amiga” con la naturaleza; en él, la voluntad formativa y la vitalidad de la naturaleza orgánica se expresan conscientemente, donde su visión figurativa contempla el crecimiento y la vitalidad de las plantas, los valores lumínicos de la atmósfera y los cromáticos de los cambios estacionales.

**Jardín histórico:** composición arquitectónica y vegetal que, desde el punto de vista de la historia o del arte, tiene un interés público. Como tal está considerado como un monumento.

**Lúdico:** Relativo al juego, apoyado en el principio del placer; tolerante ante la incertidumbre, independientemente de si se apoya en la sensación de vértigo o en la sujeción a reglas.

**Método:** Medio utilizado para llegar a un fin. Su significado original señala el camino que conduce a un lugar.

**Metodología:** Conjunto de procedimientos racionales utilizados para alcanzar una gama de objetivos que rigen en una investigación científica, una exposición doctrinal o tareas que requieran habilidades, conocimientos o cuidados específicos.

**Monumento histórico:** Elemento, construcción o lugar que representa un gran valor histórico, patrimonial o arquitectónico y que es protegido por ley.

**Multidisciplina:** Mezcla no-integradora de varias disciplinas en la que cada disciplina conserva sus métodos y suposiciones sin cambio o desarrollo de otras disciplinas en la relación multidisciplinar.

**Museo:** Institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo.

**Museografía:** Técnica que expresa los conocimientos museológicos en el museo. Trata especialmente sobre la arquitectura y ordenamientos de las instalaciones científicas de los museos.

**Museología:** Ciencia del museo; estudia la historia y razón de ser de los museos, su función en la sociedad, sus peculiares sistemas de investigación, educación y organización, relación que guarda con el medio ambiente físico y clasificación de los tipos de museos.

**Paisajismo:** Actividad destinada a modificar las características visibles, físicas y anímicas de un espacio, tanto rural como urbano, entre las que se incluyen: los elementos vivos, tales como flora y fauna, lo que habitualmente se denomina jardinería, el arte de cultivar plantas con el propósito de crear un bello entorno paisajístico; los elementos naturales como las formas del terreno, las elevaciones o los cauces de agua; los elementos humanos, como estructuras, edificios u otros objetos materiales creados por el hombre; los elementos abstractos, como las condiciones climáticas y luminosas; y los elementos culturales.

**Patrimonio:** Herencia cultural propia del pasado de una comunidad, con la que ésta vive en la actualidad y que transmite a las generaciones presentes y futuras.

**Público asiduo:** Conjunto de visitantes a un museo que lo frecuentan.

**Público potencial:** Tipo de visitantes que se busca descubran el museo.

**Proceso creativo:** Se refiere a las fases que se deben seguir para la aplicación de la creatividad y la generación de ideas entorno a un reto o un problema a resolver.

**Romanticismo:** Movimiento cultural y político originado en Alemania y en el Reino Unido (Gran Bretaña e Irlanda del Norte) a finales del sigloxviii como una reacción revolucionaria contra el racionalismo de la Ilustración y el Clasicismo, confiriendo prioridad a los sentimientos. Su característica fundamental es la ruptura con la tradición clasicista basada en un conjunto de reglas estereotipadas. La libertad auténtica es su búsqueda constante, por eso es que su rasgo revolucionario es incuestionable. Debido a que el romanticismo es una manera de sentir y concebir la naturaleza, la vida y al hombre

mismo que se presenta de manera distinta y particular en cada país donde se desarrolla; incluso dentro de una misma nación se manifiestan distintas tendencias proyectándose también en todas las artes.

**Soporte:** Elemento físico utilizado en el diseño de comunicación.

**Trabajo de identidad:** Proceso a través del cual se construye, mantiene y adapta el sentido de identidad personal y se persuade a otras personas a creer en ella

**Transdisciplina:** Práctica de un aprendizaje y quehacer holístico, que trasciende las divisiones tradicionales del saber y el conocimiento, pero no necesariamente las ignora



