

Mtra. María de Jesús Gómez Cruz

Directora de la División de Ciencias y Artes para el
Diseño UAM Xochimilco

INFORME FINAL DE SERVICIO SOCIAL

Museo de Arte Moderno.

INBA-Instituto Nacional de Bellas Artes

Periodo: 18 de abril de 2016 al 18 de octubre de 2016

Proyecto: Investigación y Difusión del Patrimonio Artístico

Mexicano del siglo XX

Clave: XCAD000222

Rigel Fernando Covarrubias Trejo Matrícula: **2113063328**

Licenciatura: **Diseño de la Comunicación Gráfica**

División de Ciencias y Artes para el Diseño

Tel: 56892723

Cel: 04455 1510 0651

Correo electrónico: rigostrack@gmail.com

Introducción

El Museo de Arte Moderno (MAM) de la ciudad de México, inaugurado en 1964 como parte del programa de institucionalización de la cultura del gobierno del presidente Adolfo López Mateos, fue en aquellos años un emblema oficial de la modernización del país. En un principio, las salas del museo ofrecían un amplio perfil historicista, pero pronto confiaron en la actualizada renovación del arte nacional que cuestionaba el discurso de la identidad nacional heredado de la Revolución, esto mediante la primera gran exposición dedicada a Rufino Tamayo, quien encarnaba la revocación de los códigos del muralismo y la Escuela Mexicana.

El MAM ha sido con el pasar de los años, un recinto dedicado a la promoción de las vanguardias que se han convertido ya en el canon, de manera que junto a las actuales circunstancias de la cultura global y digital, su función se orienta a focalizar aquellas tendencias narrativas de los lenguajes de avanzada que impulsan la escena de las artes visuales dentro y fuera de nuestro país, y a analizar su genealogía en relación a las tradiciones en que se insertan.

El Museo de Arte Moderno, dicta una línea curatorial centrada en el acceso prioritario a las ramificaciones del arte moderno que sintetiza la trama de su acervo, y que atiende al mismo tiempo los fenómenos estéticos más relevantes en los diversos campos de la creación actual.

Respondiendo a la línea curatorial del MAM, y con la finalidad de presentar ante el público una parte del acervo poco conocida, se plantea la exposición *Monstruosismos*, curada por la narradora, ensayista y editora Daniela Tarazona, quien fuera la encargada de hurgar entre las colecciones del INBA y en acervos particulares, para reunir 64 obras “anormales” o “degradadas” que desafían el patrón común de lo bello, lo verdadero y lo justo. Esta exposición no tiene como intención funcionar como tratado de teratología, ni hacer un estudio de lo anormal, sino que intenta exponer las virtudes de lo grotesco y lo abyecto.

Las obras presentadas, muestran lo deforme, lo feo, lo ridículo y risible, lo que no se debe hacer, e incluso aparece el ámbito de lo religioso, y es por eso que esta exposición representa un reto comunicacional, pues es necesario invitar al público confrontar a sus prejuicios estéticos, sin dejar de

lado el constante compromiso del museo de ser un espacio que ofrece una experiencia individual y trascendente.

Objetivo General

Resolver las necesidades de comunicación gráfica de la exposición *Monstruosismos* en el Museo de Arte Moderno a través de diferentes medios, físicos y digitales.

Actividades realizadas.

- Diseño de logotipo para la exposición

Todas las exposiciones presentadas en el Museo de Arte Moderno, cuentan con su propia identidad gráfica que las distingue y dota de un carácter individual.

Dadas las particularidades de la exposición, el logotipo se ideó como un homenaje a los carteles de películas de serie B. La tipografía seleccionada para realizar el logotipo fue *Tondu*, una fuente *display* de palo seco muy versátil, diseñada con proporciones clásicas y una estilización moderna. Esta fuente resulta especialmente útil para su uso en grandes titulares. Adicionalmente, la fuente fue estilizada con un efecto de barrido que recuerda a las líneas de escaneo de los viejos televisores de tubos de rayos catódicos, además de una textura para dar un efecto de degradado que sirve al público como un sutil preámbulo de los contenidos de la exposición.

Se realizaron dos aplicaciones del logotipo; dado que el título de la exposición resulta muy largo (catorce caracteres), su aplicación horizontal resultaba en algunos casos poco armoniosa, por lo que se realizó una segunda versión del logotipo en formato vertical.

- Selección de obra para medios

Fue necesario hacer una exhaustiva selección de entre las obras que componen la muestra para poder ser utilizadas en diferentes medios. Primero se revisó cuáles de las obras se encontraban ya en el acervo fotográfico del museo. Una vez con el material fotográfico recopilado, se hizo una selección destinada a los kits de prensa que serían entregados a diferentes medios para poder realizar una comunicación efectiva de la exposición. Además se

hizo una selección de las obras que pudieran funcionar para los diferentes productos gráficos necesarios para la promoción de la exposición.

Las imágenes seleccionadas, fueron sometidas a un riguroso proceso de edición, que incluyó la corrección de color y restauración digital a las obras que lo necesitaran.

- Diseño de invitación para medios e inauguración

Una de las principales necesidades gráficas de la exposición, era la realización de un diseño digital que invitara al público a la inauguración, y a los diferentes medios interesados a la rueda de prensa protocolaria para las exposiciones de los museos pertenecientes al Instituto Nacional de Bellas Artes.

Para la realización de las invitaciones, se seleccionó la obra *El brujo*, del artista mexicano Ricardo Martínez de Hoyos, una obra que presenta una total pertinencia hacia los temas de la exposición. La selección de esta obra como principal imagen de la exposición, resultó en la posterior decisión museográfica de ser colocada en la entrada de la sala como pieza inaugural.

Para la realización de las invitaciones, fue necesario seguir rigurosamente los lineamientos institucionales de la Secretaría de Cultura, que incluyen la colocación de los logotipos institucionales del INBA y la Secretaría de Cultura como encabezado en una pleca equivalente al 10% del total del formato seleccionado. Además, se incluyeron los diferentes logotipos de instituciones pertenecientes al patronato del museo, de forma armónica y equilibrada en el diseño final de las invitaciones.

Fueron realizadas también, versiones en diferentes formatos para su publicación en diversas plataformas digitales, además de una última versión que incluía la invitación a la apertura del proyecto expositivo *20 mujeres y Elena Garro. A 100 años de su nacimiento*, que sería inaugurada en el museo el mismo día.

- Diseño de espectacular para la exposición

Una de las particularidades del Museo de Arte Moderno es su ubicación, pues se encuentra dentro del Bosque de Chapultepec y cuenta con un acceso sobre Av. Paseo de la Reforma, una de las principales arterias viales

de la Ciudad de México. Es por esto que el museo cuenta con 5 espectaculares colocados sobre la avenida, con la finalidad de captar la atención del público potencial que circula por la vía pública.

Ante la inminente apertura de la exposición, era necesario realizar el diseño de uno de los anuncios espectaculares de 1.5 metros de alto y 9 metros de ancho. Para su realización, se utilizó el logotipo de *Monstruosismos* en su aplicación horizontal, a un gran tamaño y en color blanco sobre fondo negro para alcanzar de esta forma un gran contraste que ayudara a llamar la atención de los transeúntes. Fue utilizado también un detalle de una de las obras más icónicas de la exposición, *Autorretrato (la crítica)*, del artista mexicano Julio Ruelas, en la que aparece un pequeño monstruo sobre la cabeza del artista, y fue justamente este monstruo, plasmado con gran detalle en tinta sobre papel, el seleccionado para aparecer en el espectacular.

Con el afán de dotar al espectacular de un elemento gráfico que lo diferenciara de los otros anuncios, el monstruo de Ruelas se trazó en curvas para poder realizar un impreso en gran formato sobre vinil autoadherible que sería montado sobre una lámina de pvc rígido cortado con router, y de esta forma poder dar la ilusión de que el monstruo reposa sobre el logotipo, como si este fuera la cabeza del propio Julio Ruelas.

- Diseño de gráficos y formación de textos para sala

Otra de las particularidades de la exposición es que la curaduría corre a cargo de una escritora que no necesariamente se dedica a la práctica curatorial, por lo que el recorrido museográfico resulta un poco diferente a lo que tradicionalmente se muestra en el MAM.

Monstruosismos se divide entonces en cuatro núcleos temáticos ideados por el fantástico imaginario de la curadora. El primero, *Alteridad, instinto y disfraz*, propicia a través de máscaras rituales y de luchadores, el encuentro con identidades ocultas, o da pauta a lo bestial en la naturaleza y las culturas populares.

El segundo núcleo, es *Metamorfosis: el animal y yo*, en el que se observa que toda deformidad es anunciada por un animal; aparecen seres duales, híbridos, cuyas intersecciones revelan espacios nuevos de significado.

Religión, ritual y purificación aborda la manera en la que la reunión se convierte en un acto atravesado por el sacrificio. Lo monstruoso se suspende del suelo como si los propios animales se ofrecieran en un rito de purificación.

En el apartado final, *El disloque*, los cuerpos padecen; hay violencia y dolor; la vida se oscurece, y las figuras explotan o se desdibujan, se desmarcan y se fugan. Los cuerpos indican el mundo más allá de sí.

Como puede observarse, los textos que acompañan a cada núcleo temático difieren radicalmente a los presentados comúnmente en un museo de arte, por lo que cada uno fue cuidadosamente formado en cajas de texto de 80 cm de ancho con un puntaje de 105 pt, e ilustrado con un pequeño ícono que ayude al espectador a comprender de mejor manera cada uno de los textos y su relación con las obras presentadas. La fuente seleccionada para los textos fue Akzidenz Grotesk, una tipografía sin patines diseñada en Alemania en 1896.

Además de los textos de núcleo, también fue necesario formar el texto introductorio de la sala. Éste está presentado en un puntaje mayor al del resto de los textos, pues al ser colocado en la entrada de la sala, requería de un mayor tiro visual para poder ser leído simultáneamente por una mayor cantidad de visitantes.

Otro requerimiento gráfico de la exposición, era la colocación de citas provenientes de diversos textos referentes a los contenidos de la muestra. Estas citas fueron formadas en cajas de texto con una justificación “dinámica”, y producidas en un vinil de color dorado y con acabado metálico para poder diferenciarlas fácilmente del resto de los textos de sala.

Una vez formados los textos, se produjeron en vinil autoadherible y fueron colocados cuidadosamente por instaladores profesionales a una altura media de 1.60 m, para que su lectura resultara cómoda para todos los visitantes del museo.

Finalmente, se realizó el diseño de la entrada a la sala, que consiste en el logotipo colocado por encima de *El brujo* a una altura de 2.7 m en vinil blanco sobre una mampara de color negro con acabado mate.

- Diseño y producción de cédulas para la exposición

Como en todos los museos, fue necesario colocar cédulas informativas para cada una de las obras. Éstas fueron realizadas con la misma fuente seleccionada para el resto de la exposición, Akzidenz Grotesk con un puntaje de 18 y 15 pt que permite su fácil lectura desde una distancia adecuada. Cada ficha debía contener el título de la obra, el autor y año de producción, además de la técnica y soporte utilizados en la obra y la colección de la cual provenía; todos estos datos jerarquizados respectivamente a través de la fuente y el puntaje utilizados. Dependiendo del color del muro o base sobre la que se fuera a colocar cada cédula, se seleccionó el color para ésta, siendo la mayoría de color negro con textos blancos.

Para evitar saturar la sala con una gran cantidad de fichas, se realizó un pequeño análisis junto a los diseñadores museográficos para identificar qué obras se colocarían juntas, para de esta forma poder realizar cédulas de conjunto que ahorraran material y espacio.

Las cédulas se imprimieron en papel opalina de 120 g y fueron montadas en pvc rígido del color correspondiente a cada ficha.

- Apoyo en el diseño del folleto para la exposición

La curadora Daniela Tarazona, valiéndose de sus dotes de escritora, realizó un cuento corto que surgió del guión curatorial de la exposición. A partir de este texto y su interacción con las obras, se realizó un pequeño folleto impreso con la finalidad de que la experiencia de los visitantes durante el recorrido de la sala fuera aún más trascendental, y que pudieran llevar consigo un objeto de diseño que trascendiera a la efímera temporalidad de la exposición.

Para la realización este impreso, mi rol consistió en el cuidado editorial de los textos, que se formaron en bandera justificada a la izquierda sin separación silábica. El folleto fue impreso en cuatricromía sobre papel bond de 90 g con un tiraje final de 1000 pz.

Metas alcanzadas

Gracias al trabajo realizado, logramos obtener una imagen adecuada para la exposición, que reflejara su esencia y sus contenidos, obteniendo además buenos comentarios del público asistente durante y después de la inauguración.

Los diseños realizados para la promoción de *Monstruosismos* lograron llamar la atención del público potencial, consiguiendo un buen nivel de audiencia a través de los diferentes medios digitales en los que se difundió la información. El diseño de la sala resultó en una imagen sobria y de fácil lectura para los asistentes, todo esto, manteniéndose dentro de los lineamientos institucionales que dicta la Secretaría de Cultura, y del presupuesto asignado por los administrativos del museo.

Adicionalmente, el folleto ayudó a que el público pudiera comprender de mejor manera la intención de la muestra, logrando así que las personas se interesaran en este tipo de obra plástica.

Resultados y conclusiones

El diseño para la sala en la que se presenta *Monstruosismos* significó diversos retos, principalmente referentes al inusual trabajo curatorial que presenta al recorrido de la exposición más como una historia de fantasía que como a un texto de índole informativa, sin embargo, gracias al trabajo realizado dentro y fuera de la sala, se logró una exposición bien fundamentada, fácil de entender y que ofrece a los espectadores una experiencia memorable.

Es indiscutible que el diseño de una exposición no es tarea fácil, y sería una tarea casi imposible de realizar sin el apoyo de un equipo interdisciplinario de profesionales. La relación entre curadores, diseñadores gráficos y diseñadores museográficos es vital para obtener buenos resultados, siempre con el objetivo final de comunicar, informar y educar de forma eficaz a los asistentes de un museo.

Recomendaciones

A mi parecer, uno de los mayores problemas de los museos de México (y sin limitarnos a los museos de arte), es el lenguaje utilizado en la comunicación

dentro de las salas. Los textos informativos suelen ser mucho más complejos y extensos de lo necesario. Tomando en cuenta que una de las principales funciones de un museo es la educación, estos textos deberían ser de accesible lectura para públicos de todos los niveles sociales y educativos. Parece necesaria la creación de departamentos dedicados exclusivamente a la revisión de estos textos, para poder de esta forma reducir la cantidad de visitantes que se pasean por las salas sin entender del todo la intención detrás de cada exposición.

Referencias.

Helguera, P. (2005). *Manual de estilo del arte contemporáneo*. 1a ed. México, D.F. Tumbona.

Zavala, L. (2012). *Antimanual del museólogo*. 1a ed. México, D.F. Universidad Autónoma Metropolitana.

Los ojos de Hipatia. (2016). *LO GROTESCO COMO CATEGORÍA ESTÉTICA*
<http://lojosdehipatia.com.es/cultura/arte-2/lo-grotesco-como-categoria-estetica/>

Fp.chasque.net. (2016). *Signos (V)- El arte abyecto*.
<http://fp.chasque.net/~relacion/9909/signos.htm>