

LAS CÉDULAS Y EL DISEÑO EDITORIAL EN LOS MUSEOS

Silvia Zarid Álvarez Lozano

Departamento de Tecnología y Producción



INTRODUCCIÓN



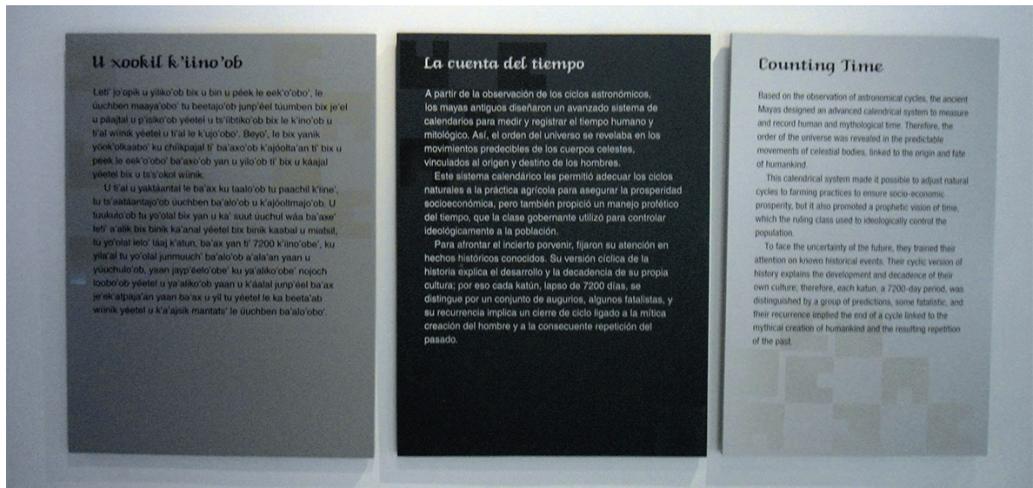
DENTRO DE LA CONCEPCIÓN de la nueva museología y según el Consejo Internacional de Museos, ICOM¹, en la actualidad los museos son espacios en los que se realizan diferentes acciones como exhibir, conservar, adquirir, educar, difundir un patrimonio tangible e intangible. En estos lugares específicamente las exposiciones son consideradas medios de comunicación, que se valen de otros medios (textos, audiovisuales, interactivos e imágenes) para comunicar sus mensajes; las formas en que se utilizan estos medios constituyen los soportes comunicativos de la exposición en un espacio y tiempo determinados (Miles², 1989). De todos los medios mencionados, el texto es el tejido conector, el transmisor de información y gracias a la tipografía las palabras adquieren presencia física y son capaces de expresar los conceptos de la ex-

Cédulas temáticas y contextuales en una vitrina de la sala egipcia del Museo Británico. Fotografía: Zarid Álvarez.

¹ El Consejo Internacional de Museos (en inglés: International Council Of Museums, ICOM), creado en 1946, es la única organización de museos y profesionales de museos con alcance mundial dedicada a la promoción y protección del patrimonio cultural y natural, presente y futuro, material e inmaterial. Con aproximadamente 35 000 miembros en 136 países, el ICOM es una red de profesionales de los museos que actúan en una amplia variedad de disciplinas relacionadas con el patrimonio y los museos (<http://icom.museum>).



Cédula trilingüe en el Gran Museo del mundo Maya. Del lado izquierdo el texto está en lengua maya, al centro en español y a la derecha en inglés. Fotografía: Zarid Álvarez.



posición y la interpretación de los objetos. Los diseñadores gráficos debemos, por tanto, analizar los objetos, el espacio, el ambiente y los elementos especiales de la exposición, ya que los visitantes acuden a una exposición sin saber qué esperar y tienen que ver y comprender los signos y símbolos que el personal del museo está ofreciendo mediante múltiples medios comunicacionales.

EL DISEÑO GRÁFICO

El diseñador gráfico es un profesional que interviene en la propuesta expositiva de un museo de muy diferentes maneras, ya sea dentro de las salas de exhibición o alrededor de la exposición y el museo. La tarea más importante del diseñador gráfico en el museo es comunicar de una forma explícita, es decir, crear diseños que transmitan mensajes claros y comprensibles para el visitante; de tal modo que si las exposiciones son diseñadas

para las personas, el diseñador debe conocer las necesidades físicas, emocionales e intelectuales de públicos muy distintos, debe conocer sus mecanismos de aprendizaje para facilitar la comunicación del mensaje museal. La labor del diseño gráfico se basa en la combinación de tipos de letras e imágenes para transmitir un mensaje y puede contribuir de manera importante en el desarrollo de la exposición, puesto que sienta las bases del medio comunicativo entre los diseñadores de las exposiciones con el público. Al respecto, Locker (2011) comenta que los proyectos de mayor éxito son resultado de la colaboración entre los diseñadores de exposiciones y los redactores para crear un lenguaje de diseño coherente que aglutine el discurso en una narración lógica, congruente y con un ritmo claro.

El trabajo que el diseñador gráfico desarrolla para una exposición es muy amplio, en ella propone diferentes recursos

² Miles establece una clasificación de los distintos medios y soportes que generalmente se usan en las exposiciones y advierte que el uso de un medio determinado u otro no influyen directamente en el aprendizaje, aunque sí la forma en que estos medios son empleados en la exposición, dejando al visitante un papel activo o pasivo ante los elementos expositivos; en este sentido, el papel activo del visitante no se refiere exclusivamente a una actividad motora, sino también a la interacción entre el mensaje expositivo y los esquemas o procesos mentales de los propios visitantes.

de comunicación gráfica a través de los apoyos museográficos. Los apoyos museográficos son los elementos gráficos y técnicos requeridos para una mayor interrelación entre el objeto expuesto y el espectador ayudándolo, guiándolo y facilitándole la comprensión del mensaje en el proceso de comunicación en el espacio museal, y los cedularios son uno de los múltiples apoyos museográficos.

LAS CÉDULAS

También conocidas como ficha técnica, etiqueta y rótulo de identificación, son los textos que generalmente se encuentran alrededor de un objeto exhibido y su función es transmitir información sobre éste, datos que no son apreciados sólo con su contemplación y dependen del objeto de que se trate; la información varía en contenido, extensión y forma. De acuerdo con esto y la función que deben desempeñar, podemos clasificar a las cédulas de la siguiente manera:

- Cédula introductoria

Generalmente, una cédula introductoria ofrece una visión global del tema por tratar en la exhibición, genera expectativa y presenta la organización conceptual de la exposición. Se recomienda usar de 50 a 100 palabras. En el título se debe plantear el tipo de información. Separar las ideas en párrafos, máximo tres ideas por cédula.

- Temática

Se encuentra al inicio de una sala o tema y menciona de que se trata. Se recomienda usar de 100 a 250 palabras.

- Pie de objeto u objetual

Contiene información de la pieza que estamos observando como nombre del autor, título, técnica, procedencia, año de manufactura, dimensiones, etc. La



información puede cambiar dependiendo del tipo y temática de la exposición. Se recomienda usar de 40 a 50 palabras. Deben propiciar la lectura rápida y fluida, poder decir mucho con pocas palabras.

- Referenciales

Sirven para contextualizar el objeto por medio de alguna anécdota, algún dato extra (social, cultural, histórico).

- Para débiles visuales

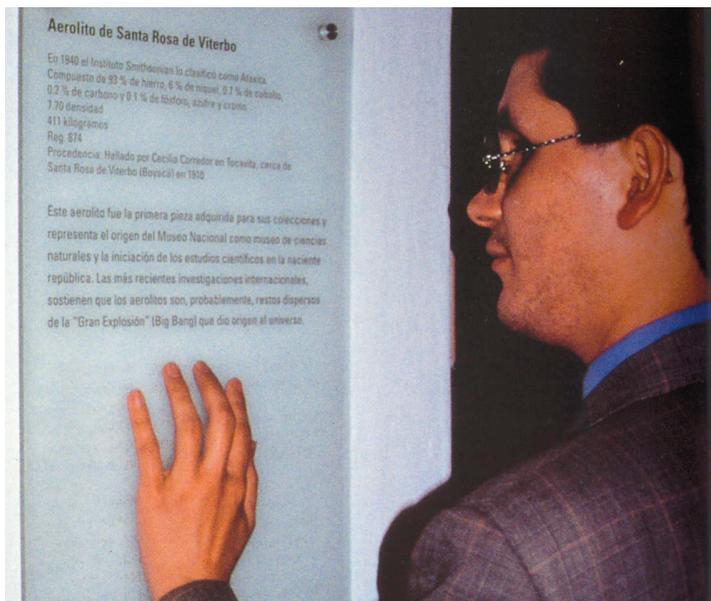
Contiene 1/3 de información que las demás y están impresas con puntajes mayores. En cuanto a contenido se parecen a las temáticas.

- En braille

El braille se lee con la yema de los dedos, por lo que es importante que los puntos resaltados sean suaves y redondos. Su ubicación debe ser colocada de



Cédulas objetuales en sala egipcia del Museo Británico. Fotografía: Zariid Álvarez.



Cédula para débiles visuales y en braille. "Los caracteres táctiles en braille deben distribuirse de manera coherente y predecible entre los elementos de una exposición, con objeto de facilitar el acceso a ellos". (Museo Nacional de Colombia), en: *Diseñando con tipografía. Exposiciones*, p. 17.

manera estratégica, y debe ser accesible para los visitantes con silla de ruedas. Otro medio eficaz es la inclusión de imágenes táctiles.

- De sala

Enfocadas por lo regular al público escolar, contiene poca información y están apoyadas por ilustraciones o íconos. Por lo general, están impresas en una sola página la cual está protegida por una mica o bien colocada en un acrílico para que el visitante pueda llevarla consigo durante el recorrido de la sala.

- Plurilingües

Generalmente, la extensión del texto en otro idioma es menor al idioma local. Debe considerarse que los textos traducidos presentan una variación de entre 10 y 30% al traducirlo. Es notable la jerarquización de los textos del idioma principal con respecto a las traducciones.

SOBRE LA INFORMACIÓN EN LAS CÉDULAS

El hecho de que existan tantas formas distintas de considerar un objeto hace

esencial el conocimiento y la comprensión de sus posibilidades comunicativas. La apreciación del visitante comienza con una observación de su apariencia visual y es con las cédulas cuando se pueden conocer datos más exactos o puntuales sobre el objeto. Las cédulas en su contenido son elaboradas por los investigadores y pedagogos, sin embargo, la tarea debería ser asumida por un especialista, escritor o editor, las cédulas en su forma están hechas por los diseñadores.

ALGUNOS CRITERIOS PARA EL DISEÑO DE CÉDULAS

Son múltiples las posibilidades textuales y visuales que se pueden aplicar en el diseño de una cédula, a continuación, se enlistan algunos parámetros que nos pueden guiar en su desarrollo creativo.

- En cuanto al color, se recomienda un contraste mínimo de 70% con respecto a la tipografía y el fondo. Las tipografías oscuras colocadas sobre fondos claros son más legibles que las tipografías claras sobre fondos oscuros.
- Adecuarse a las finalidades de la exposición.
- Que resulten funcionales.
- Que sean estéticas y fáciles de elaborar y mantener.
- Que armonicen con los apoyos y elementos museográficos.
- No usar más de dos familias tipográficas.
- Se recomienda número de palabras en títulos: 10; en temáticas o referenciales: 100; en introductorias o generales: 200.

- No usar tipografía de fantasía.
- Utilizar mayúsculas y minúsculas para facilitar la lectura.
- Tener cuidado con la alineación de los párrafos para no provocar ríos entre las palabras.
- Cuidar los tamaños de las tipografías de acuerdo con la distancia y altura de lectura para que sean leíbles y legibles.
- Tener en cuenta el tipo de sustrato de la cédula (materiales) en cuanto al brillo, transparencia, rugosidad, textura y color, para que esto permita que sean leídas sin dificultad.



ELEMENTOS QUE SE DEBEN TOMAR EN CUENTA PARA LA CREACIÓN DE CÉDULAS



Cédula objetual. El texto está impreso sobre acrílico transparente. En algunos casos la transparencia y la reflexión de la luz dificultan la lectura. Museo del vidrio. Fotografía: Zarid Álvarez.

No existen formatos establecidos para las cédulas ni tampoco medios exclusivos de impresión para ellas, esto lo determina el diseñador gráfico, por ello, debe tomar en cuenta que cada exposición tiene diferentes necesidades.

Una queja frecuente entre los visitantes del museo es que no pueden leer las cédulas de las exposiciones. Las quejas proceden de individuos muy distintos, desde invidentes hasta personas que sufren la pérdida de vista, propias de la tercera edad, así como personas disléxicas y otras que no son más que víctimas del diseño gráfico mal desarrollado. Esto hace que la información no llegue: con frecuencia la tipografía es la culpable junto con otros conspiradores como el contraste cromático limitado o una iluminación insuficiente.³

Público, contenido, fuentes tipográficas, legibilidad, longitud de línea, espaciado, alineación, equilibrio, color, contraste, escala, iluminación, ritmo, jerarquía visual, reticulación, idioma, circulación, espacio, tipo de exposición y antropometría.

DISTANCIAS Y TAMAÑOS DE TIPOGRAFÍA

Es indispensable que la información que se presenta en una exposición tenga una tipografía con puntaje que pueda leerse sin ninguna complicación, así como estudiar las alturas donde se coloca esta información.

La siguiente tabla muestra la relación que debe existir entre el tamaño de la tipografía y la distancia a la que se encuentra el usuario para una lectura funcional.

Distancia y tamaño de la tipografía				
Tipo de texto	0 a 1.5 m	1.5 a 2 m	9 m	18 m
Títulos	72 puntos	96 puntos	348 puntos	576 puntos
Encabezados	48	72	288	480
Cuerpo de texto	24	40	192	348
Objetuales	18	21	---	---

³ Rob Carter, J. DeMao y S. Wheeler, *Diseñando con tipografía. Exposiciones*, Mc Graw Hill, Barcelona, 2019, p. 76.



CONCLUSIÓN

Cédula de sala
en el Gran
Museo del
Mundo Maya.
Fotografía:
Zarid Álvarez.

Este es un breve escrito que resume algunos de los puntos más importantes que tiene que ver con el diseño editorial desarrollado en los cedularios, el tema resulta verdaderamente amplio y muy interesante, porque al visitar un museo o alguna exposición tenemos la oportunidad de realizar un ejercicio reflexivo sobre el quehacer del diseñador de la comunicación gráfica en espacios poco estudiados en la academia del diseño, nos permite contemplar *in situ* otras opciones para el desarrollo de nuestro trabajo en lugares y circunstancias que salen de los parámetros habituales. Dentro del complejo espacio museal, en donde se llevan a cabo múltiples maneras de comunicación e interpretación usando muy variados recursos comunicativos y en donde interactúan diferentes públicos, el quehacer del diseñador encuentra un campo fértil y lleno de amplias posibilidades de desarrollo. En este contexto, en el proceso comunicativo, el diseñador debe contemplar la posibilidad de utilizar información breve, clara, visible, oportuna y además motivadora; debe trabajar con diseños interpretativos cada vez mejores, amigables ante los lectores y que le permita vivir experiencias, pero principalmente que le den al visitante la oportunidad de construir sus propias interpretaciones y conclusiones. El diseño de cédulas resul-

ta ser uno de los trabajos más complejos para el diseñador gráfico, ya que partiendo del contenido que provee el curador, el diseñador debe incluir el contexto dentro del mensaje, el papel del visitante y la acción requerida; cada cédula tiene sus particularidades en donde la selección de la tipografía, el color, la imagen, el tamaño, el contenido y la jerarquía deben conjugarse para crear una composición armónica que permita ser legible y principalmente comprensible para su lector, así pues, el cedulario resulta ser uno de los recursos gráficos y comunicativos más relevantes en las exposiciones y la tipografía continúa funcionando como instructora o mediadora y puede ser la responsable de que una exposición resulte más equitativa y accesible para todo el público: la tipografía es una herramienta capaz no sólo de comunicar al visitante, sino de provocarle a ampliar sus conocimientos sobre el tema expuesto. 

Referencias

- Belcher, M. *Organización y diseño de exposiciones, su relación con el museo*, Trea, México, 2001. (Bibliotecología y Administración Cultural).
- Carter, Rob, DeMao, J., Wheeler, S., *Diseñando con tipografía. Exposiciones*, Mc Graw Hill, Barcelona, 2019.
- Fernández, L., *Museología y museografía*, Ediciones del Serbal, Barcelona, 1999.
- Locker, P., *Diseño de exposiciones*, Gustavo Gili, Barcelona, 2011.
- Miles, R., *Evaluation in communications context*. Center for social design, Tech. 1989.
- Pastor M., *Pedagogía museística. Nuevas perspectivas y tendencias actuales*, Ariel Patrimonio, Barcelona, 2007.
- Romero, C. y Bernal, M., *Montaje y exposiciones. Manual de museología/museografía*, Bogotá, 1992.
- <http://icom.museum>
- http://www.artesvisuales.com.mx/museos/permanentes/museo.php?PER_CONSECUTIVO=38.