

Diseño gráfico del museo como estímulo creativo en educación patrimonial

Graphic museum design as a creative stimulus in heritage education

Ricard Huerta

Universidad de Valencia, España

ricard.huerta@uv.es

<https://orcid.org/0000-0002-1430-3198>

Citación: Huerta, R. (2024). Diseño gráfico del museo como estímulo creativo en educación patrimonial. *[i2] Investigación e Innovación en Arquitectura y Territorio*; 12(2), 107-128. <https://doi.org/10.14198/12.25744>

Fecha de recepción: 06/08/2023

Fecha de aceptación: 17/06/2024

Financiación: este estudio no ha recibido financiación.

Conflicto de intereses: el autor declara que no hay conflicto de intereses.



Licencia: este trabajo se comparte bajo la licencia de Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional de Creative Commons (CC BY-NC-SA 4.0): <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

© 2024 Ricard Huerta

Resumen

El diseño gráfico es un elemento importante que cada museo incorpora a sus instalaciones, un contexto visual que define también su promoción y publicidad. Tanto las salas de la colección permanente como las exposiciones temporales nos permiten indagar en la imagen que ofrece cada institución. El presente estudio analiza, desde la cultura visual, los diseños gráficos que definen varios entornos, centrándonos en siete museos de la ciudad de Valencia. Se incide en el análisis de aspectos puntuales, elaborando un conjunto de categorías. El criterio de selección prioriza las entidades públicas. Abordamos aspectos concretos, como el diseño de elementos gráficos en exteriores e interiores arquitectónicos. El interés se extiende al impacto que tienen las decisiones al optar por un tipo de diseño u otro, ya que la imagen del museo está fuertemente vinculada al grafismo aplicado. Los públicos que visitan el museo reciben un impacto determinado a través de los diseños, gracias al mensaje gráfico. La visita se convierte así en un proceso de conocimiento sobre las posibilidades comunicativas del espacio. El museo educa la mirada de los públicos, al generar estímulos constantemente. Entre los resultados de la investigación, destacar el impacto que tiene el diseño en sus visitantes, así como el valor implícito de las políticas comunicativas de cada institución para favorecer la educación patrimonial.

Palabras clave: diseño gráfico; museo; creatividad; educación patrimonial; cultura visual; interiores arquitectónicos; elementos gráficos; Valencia.

Abstract

Graphic design is an important component of any museum. It creates a visual context of both communication and advertising across the installations. The halls of both permanent collections and temporary exhibitions allow examining the museum's self-representation, image, and identity the museum wishes to convey. In this study, we adopted a visual-culture approach to examine the graphic design of seven museums in Valencia (Spain). Specific aspects were observed, leading us to define a set of categories. Public institutions were prioritised in the selection, and characteristics such as the design of graphic elements in exterior and interior architectural spaces were addressed. The analysis was extended to the impact of teams' decisions when opting for a specific type of design. The designs influence visitors in some specific way through the graphic messages they convey. The visit thus becomes a knowledge-building process about the communicative possibilities of the space. Museums educate, and the visual mediation experienced during visits can represent a significant pedagogical tool. Notable among the research results was the impact of the design on visitors, and each institution's implicit communication value regarding Heritage Education.

Keywords: graphic design; museums; creativity; heritage education; visual culture; architectural interiors; graphic elements; valencia.

1. Introducción

Los museos constituyen espacios privilegiados para dar a conocer las instituciones públicas y privadas, convirtiéndose en referentes aventajados del patrimonio. La observación de cada museo nos ayuda a detectar hasta qué punto el diseño de sus espacios y la imagen corporativa constituyen elementos significativos de la institución. Pero el museo es también un entorno educativo que se construye y disfruta. Dicho entorno necesita a personas que lo interpreten y lo transformen, en función de las necesidades que van surgiendo desde una perspectiva sostenible, ya que debe ser un espacio de disfrute, aprendizaje y diálogo (Eslava Cabanellas, 2023). Generar un entorno educativo con potencial creativo supone asumir un reto, algo que en diseño y en educación siempre resulta arriesgado (Londoño, 2023). Conviene atender a las nuevas propuestas de espacios museísticos que configuran nuestro entorno patrimonial. Quienes los promueven impulsan todo un proceso que parte de la ilusión y la experiencia. Cuando hablamos de educación patrimonial en espacios informales, se atiende a lo que estas acciones pueden significar. Se debe prestar atención igualmente a las iniciativas innovadoras en temas de educación patrimonial, ya que se puede dar forma a propuestas comprometidas y participativas (Raedó y Atrio, 2017).

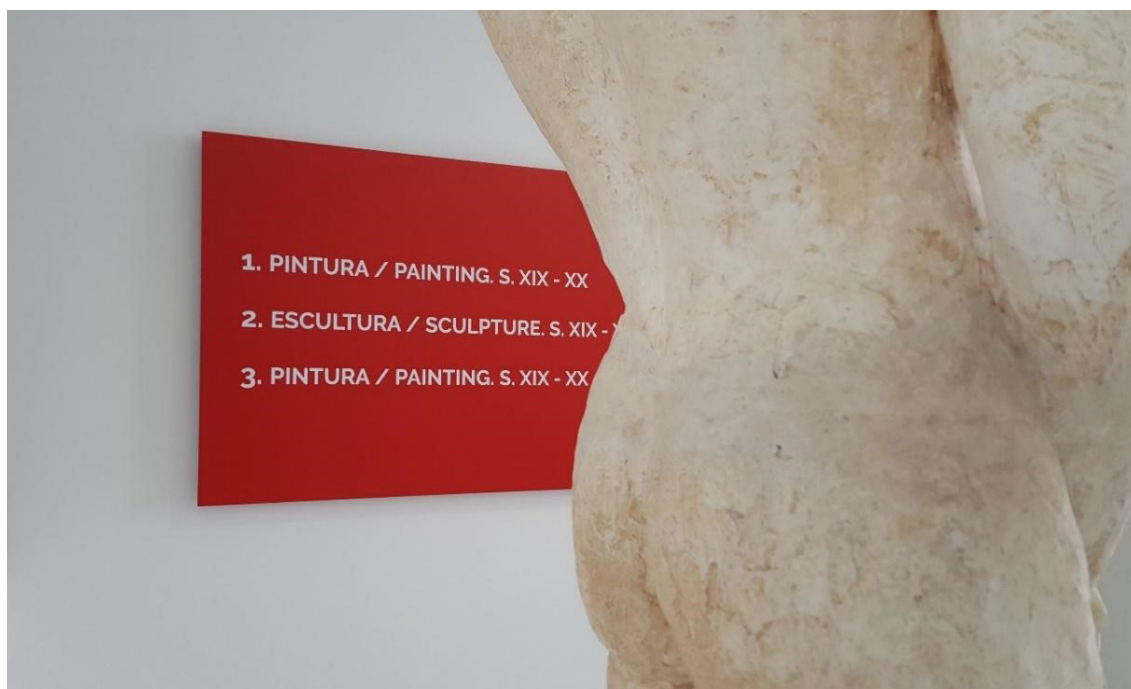


Figura 1. La señalética en los espacios interiores sirve para orientar a los visitantes del museo. En este ejemplo del Museo de Bellas Artes de Valencia se ha actualizado la estética de los indicadores. Fuente: elaboración propia.

La capacitación y las buenas prácticas provocan escenarios de ideas, laboratorios de engranajes educativos. Esto atañe al espacio concreto, un entorno que suele ir acompañado de numerosos registros gráficos (fig.1), ya que cuando nos referimos a la arquitectura, toda construcción debe adoptar un compromiso con el entorno y con el medio ambiente. A partir de la importancia que ha adquirido el factor pedagógico de los museos, los proyectos deberían contemplar un espacio generoso para la actividad educativa. Cabe insistir en la precariedad de los departamentos educativos, con equipos que cuentan con poco personal asignado. Superando las dificultades, y atendiendo a las necesidades de los públicos, el diseño gráfico añade valor comunicativo a los entornos del museo, impulsando la creatividad mediante el potencial expresivo de sus

elementos compositivos y estéticos. Si se quiere potenciar la creatividad en el público visitante, se trata de cuidar al máximo las decisiones que toman los equipos directivos al elegir un grafismo para su institución. Impulsar la creatividad inclusiva mediante la relación entre centros educativos y museos supone igualmente mejorar el nivel de recepción de cada visita.

El objeto de estudio que comporta la presente investigación se basa en la observación a través de visitas con alumnado de secundaria a siete museos valencianos, mediante un acercamiento al impacto que produce en los públicos la gráfica de la institución visitada. Para lograrlo, se analizan inicialmente los elementos característicos de cada museo, centrándose en el diseño gráfico de aquellos seleccionados: Museo de Bellas Artes de Valencia, Instituto Valenciano de Arte Moderno (IVAM) (fig.2), Museo de Prehistoria de Valencia, Museo Valenciano de Etnología (L'ETNO), Bombas Gens Centro de Artes Digitales, Museo Valenciano de la Ilustración y la Modernidad (MuVIM) y Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias González Martí. Determinar las características del grafismo institucional favorece el posterior acercamiento a los efectos que produce en los públicos. La novedad en nuestro estudio consiste en dar valor a la gráfica como elemento relevante para generar estímulos creativos.



Figura 2. Los espacios exteriores del edificio del IVAM muestran mediante pancartas verticales la programación que podemos encontrar en sus salas. La esmerada presentación gráfica es una constante en este museo. Fuente: elaboración propia.

La imagen del museo comienza en la publicidad que nos llega a través de internet. Si se trata de ciudades turísticas, como es el caso de Valencia, la información proviene sobre todo de campañas institucionales. Para Trachana y Cacsire el neo-urbanita es la conjunción y mezcla del turista, del nativo y del migrante que intercambian costumbres y se contagian *modus vivendi*. Porque hay una ciudad de acceso restringido y excluyente, el ciudadano se ha convertido en un turista, un extranjero, un simple voyeur en su propia ciudad que contempla, pero no puede usar (Trachana & Cacsire Grimaldos, 2020).

Los montajes de las exposiciones deberían estar pensados para atender a todos los públicos, incluido el alumnado de distintos ciclos educativos. Mediante procesos gráficos aparentemente sencillos, se pueden diseñar formatos expositivos atractivos, participativos y amenos, con los cuales los equipos de mediación puedan transmitir al público aquellas interpretaciones que ofrecen los materiales expuestos cuando se convierten en cruce de intereses (Ponce Delgado, 2022). Que las propuestas planteen las visitas de forma lúdica da más relieve al funcionamiento participativo de las exposiciones. Los buenos resultados de este tipo de experiencias deben aprovecharse para continuar impulsando nuevos retos educativos, de diseño y de empoderamiento de usos pedagógicos. En nuestro caso, nos centramos en la educación no universitaria.

El diseño gráfico que incorpora el museo activa la recepción del visitante, que aprende. Por ello resulta necesario y urgente revisar qué hacer para potenciar la creatividad entre los públicos escolares. La urgencia viene marcada porque las pruebas PISA (Programme for International Students Assessment) ya incorporan este marcador -la creatividad- como un dato a destacar en su barómetro de la calidad de las instancias educativas entre los países de la OCDE (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico).

La educación formal que está muy pendiente de la transmisión de información y conocimientos, lo cual suele ir en detrimento de la formación en pensamiento creativo. La prueba de que no hay un excesivo interés por esta cuestión entre los responsables del currículum es la escasa presencia que tiene actualmente la educación artística en los diferentes períodos de escolarización.

La educación en artes, uno de los pilares del fomento de la creatividad en el ámbito educativo, está en una situación delicada respecto a su presencia curricular. Ante tal situación desfavorable, apostamos por impulsar una mayor relación con las entidades educativas no formales, en este caso los museos, para reactivar el impulso de la formación en creatividad, desde lo visual y lo estético.

2. Marco teórico

Hay que tener muy en cuenta la imagen gráfica de los museos, ya que se trata de entornos educativos relevantes, y por tanto dan cobertura cultural a numerosas actividades. Está en juego la formación de la ciudadanía en muchos sentidos, tanto desde la perspectiva estética (Miserachs, 2022), como desde el ámbito de las humanidades, pero también desde el empoderamiento del profesorado y del personal de mediación educativa (Huerta, 2022). Esperamos y deseamos que las apuestas por un diseño atrevido y sostenible sigan desbordando los márgenes de lo previsible, para que en los espacios de los museos continúen teniendo lugar experiencias motivadoras, de modo que quienes disfruten lo sigan haciendo, pero también para abrir fronteras hacia públicos nuevos, de modo que se propicien los deseados escenarios de respeto y atención hacia la ciudadanía que tanto necesitamos (Caminero Gabernet & Amann Alcocer, 2023).

Se pueden conseguir experiencias que impulsen la creatividad mediante el uso del espacio, del diseño y del color, observando la disposición de los elementos gráficos (textos en vinilos de pared, cartelas, indicadores, etc.), ofrecer un entorno agradable y relajado, construir un sitio acogedor donde sentirse a gusto (fig.3). De esta forma nos encontramos en un lugar donde aprender, un lugar en el que potenciar la creatividad, no sólo desde el arte o el diseño, sino también a través del contacto con las personas

con las que participamos de un ritual compartido, generando reflexiones que lleven a plantearnos aspectos como el respeto a la diversidad, la sostenibilidad, o el adecuado uso de los recursos, todo lo cual revierte en personas más creativas (Tam & Hui, 2023).

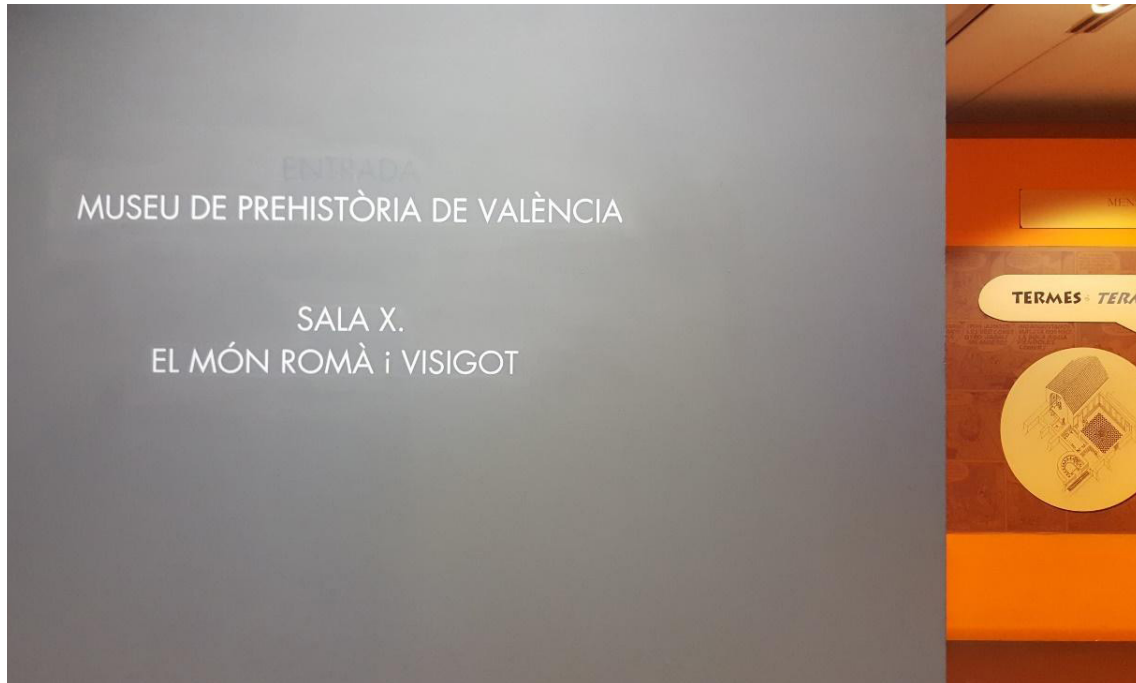


Figura 3. El Museo de Prehistoria de Valencia mezcla tipografías diversas en sus recorridos, sin prejuicios gráficos. Dominan los colores cálidos en el resultado visual. Fuente: elaboración propia.

En esta fase de la investigación del Proyecto Dechados el objetivo principal consiste en analizar elementos de diseño gráfico en distintos museos.

Con ello lograremos elaborar nuevas miradas hacia el museo, planteando posibilidades para programar el futuro, en tanto que prácticas creativas en los entornos formativos, especialmente en la formación del profesorado.

Al generar espacios de reflexión a partir de lo aprendido durante las visitas se fomenta la implicación del alumnado y el profesorado. John Dewey advierte que “el proceso educativo es un proceso de reorganización, reconstrucción y transformación continuas”, añadiendo que tanto los niños como las personas adultas “están consagrados por igual a crecer”, y “la diferencia entre ellos no es a crecer o no crecer, sino a los medios de crecimiento apropiados a las distintas condiciones” (Dewey, 1998: 53). Expresado así, no podemos olvidar la lección de la artista Louise Bourgeois, que inauguró la Sala de Turbinas de Tate Modern en 2000 con su escultura titulada “I Do, I Undo and I Redo”. En esa instalación espectacular había marcas de vida —entonces la artista ya tenía más de ochenta años—. Cada una de las tres torres y escaleras medía nueve metros de altura, y estaba coronada por unos espejos que reflejaban en todas direcciones. Cuando subías podías sentarte en una silla a observar, o bien a observarte, revelando así una intimidad que sobrecogía. Los espejos reflejaban el encuentro entre quienes participaban con las miradas y la arquitectura del recinto. De hecho, las torres habían sido construidas con materiales reciclados de las antiguas turbinas de la central eléctrica donde ahora está ubicada Tate Modern. El símil entre “I Do, I Undo and I Redo” de Louise Bourgeois y un buen diseño de entorno de museo parte de la semejanza de sus criterios de concepción y desarrollo. Bourgeois nos hablaba en su obra de las relaciones humanas, de hacer y deshacer, de construir mundos, de reconstruir miradas, de

replantear encuentros. Un museo busca también en esos mismos sitios. Los caminos que ambos recorren tienen similitudes, puesto que están abiertos a interpretaciones y sentimientos (Benjamin, 2005). Son espacios que permiten una práctica estética, pero también un significativo aprendizaje que fluye en todas direcciones. Se trata de empujar sensaciones, facilitando así encuentros creativos.

Los espacios reflejan intimidad. “La intimidad es política” rezaba el título de una importante exposición concebida por la curadora Rosa Martínez para el MetQuito (Quito, Ecuador). A través del arte y el diseño presentaba un panorama de acciones que hacemos a diario, de problemas que van de lo que es personal hacia lo social, y que convierten la intimidad en un acto de dimensiones políticas (Morrisey, Fraser & Ball, 2022). El ambiente que consiguen crear los espacios bien diseñados recuerda enormemente el ambiente del taller del artista, ese lugar mágico donde se dan de la mano la duda, la expresión y lo creativo. La intimidad del taller del artista es llevada a la intimidad del espacio del museo, como ocurre en algunos montajes que recrean talleres de artistas. Lo que consigue un buen diseño es elaborar un discurso actual, que mira hacia el futuro, que toma como base las prácticas favorecidas por el *giro educativo* (Rogoff, 2008), y *que ve en la suma de todos estos factores un encuentro de negociaciones con el espacio, colores, objetos, ideas y sensaciones. Queda pendiente un análisis más centrado en el papel que juega el universo digital en lo referido a visitas a museos* (Nekoui & Roig, 2022).

Cada museo elabora su imagen en función de los elementos que decide destacar, habitualmente el edificio (arquitectura), una exposición temporal relevante (obras), o un evento con repercusión mediática (actividades). También resulta eficiente el diseño gráfico de un buen logo. Al preparar visitas a museos con grupos de estudiantes, conviene un acercamiento previo al espacio web del museo, para familiarizarse con el sitio, y preparar la actividad académica que pueda surgir. Para ello resulta aconsejable que ya desde la observación inicial de la web, atendamos a cuestiones de diseño:

La información, estructura y relaciones que se establecen entre los bloques de contenido de una página web, deben ser percibidas por los usuarios tanto a nivel gráfico, como programáticamente (...). En el mismo sentido, el color no debe utilizarse como medio exclusivo para transmitir información. Cualquier diseño debe presentar una ratio de contraste mínima suficiente entre texto y fondo y entre elementos no textuales. (Alcaraz & Massaguer, 2021, p. 98)

Se pueden compartir experiencias creativas, utilizando las más diversas técnicas (Lucas Palacios, Trabajo Rite & Reyes Soto, 2023). La web es un elemento importante que merece un análisis más detallado en próximas indagaciones.

3. Metodología

La metodología que impulsamos se basa en un modelo de observación participante desde el que favorecer las acciones que promueven la creatividad durante las visitas a los museos, en un proceso de investigación que pone en valor lo que se está haciendo, especialmente en lo referido al uso del diseño gráfico para vertebrar la información en los espacios arquitectónicos. Se trata de una metodología mixta, ambientada en el estudio de caso, incorporando la Investigación Basada en Artes (*Arts-Based Research*). Esta segunda vertiente está sobre todo en las imágenes, que no son fotografías para “ilustrar” la búsqueda, sino que configuran por ellas mismas un discurso visual, paralelo al escrito.

También se atiende a cuestiones de accesibilidad e inclusión, factores relevantes en las recientes investigaciones sobre museos. La gráfica del museo debe tener muy presente estos aspectos, respetando la diversidad de los públicos visitantes al generar diseños inclusivos. Desde una perspectiva internacional, atendiendo a cuestiones de índole social, Eleanor S. Armstrong es partidaria de incorporar la inclusión al espacio museístico mediante tours que planteen una mirada queer, implementando acciones de investigación que comportan métodos científicos, como es el caso de la mirada STEEM (*Science, Technology, Engineering, Economics and Medicine*), lo cual puede beneficiar al visitante desarrollando conocimiento científico. La autora se centra en los museos de ciencias, teorizando al mismo tiempo que se usa como método la co-creación, implicando al público participante. Todo ello beneficia a la diversidad como elemento favorecedor de enfoques creativos (Armstrong, 2022).

La perspectiva de los estudios de caso (Yin, 2009) permite adentrarnos en las casuísticas particulares de cada visita. Revisar el papel del diseño gráfico en una sociedad marcada por las imágenes digitales supone atender a las necesidades actuales. Los entornos constituyen el inicio de un planteamiento positivo para realizar buenas prácticas en materia educativa (fig.4). Así lo defienden quienes trabajan la temática de los entornos educativos desde la educación artística y desde la estética.



Figura 4. L'ETNO es el más tipográfico de los museos valencianos, donde encontramos un despliegue gráfico que utiliza el alfabeto latino hasta extremos lúdicos. Fuente: elaboración propia.

Es el entorno lo primero que nos llama la atención. Viene marcado por sus dimensiones, y también por los recorridos. Tal y como nos lo plantea Arias respecto a las aportaciones del arquitecto holandés Rem Koolhaas:

(...)las circulaciones no son casi nunca fáciles, Koolhaas nos somete a circular, a la necesaria aprehensión de una importante densidad de acontecimientos, transformando nuestro recorrido en una experiencia situada por encima de lo que es estrictamente el objetivo principal del recorrido, apartándose en ocasiones de los tradicionales requisitos de funcionalidad y economía de trayecto. (Arias Madero, 2022, p. 39).

Resulta necesario aumentar el espacio y el tiempo para aprender, un esfuerzo que nos une a quienes nos dedicamos al diseño y la educación, lo que no sólo es beneficioso para tomar impulso de cara al futuro, sino que es exigible como reflexión provechosa: “La inactividad caracteriza al *flâneur* de Walter Benjamin: la peculiar indecisión del *flâneur*. Del mismo modo que aguardar es el estado propio del contemplativo inmóvil, parece que la duda lo es del *flâneur*” (Han, 2023, p. 12).

Para innovar en el presente se debe contar con las previsiones de cambios que pueden acontecer en el futuro, atendiendo a la deriva digital, a las problemáticas de la eco-diversidad (Ramon-Camps, 2019) y por supuesto en la educación inclusiva (Pallarès, 2020). Para mejorar el panorama actual intentamos generar un espacio de encuentro para profesionales de la educación en artes y diseño (Huerta y Domínguez, 2020), fomentando un espíritu colectivo integrador entre el profesorado (Duncum, 2015), y facilitando un mayor acercamiento entre docentes. Se trata de inculcar interés por el diseño gráfico en la formación inicial y en la formación continuada, estableciendo planes de acción para el fomento de la educación en diseño en los centros educativos (Escaño, 2019). Crear una red entre centros para estimular nuevas colaboraciones docentes en materia de investigación y educación en diseño (Hamlin & Fusaro, 2018), atendiendo a criterios curriculares innovadores. Se trata de coordinar el trabajo entre universidades y docentes de todos los niveles promoviendo la educación en diseño desde lo cotidiano.



Figura 5. El diseño arquitectónico del Centro de Arte Bombas Gens replantea el original modernista de la antigua fábrica, combina adecuadamente con la propuesta gráfica actual. Fuente: elaboración propia.

El presente estudio se centra en cómo favorecer la creatividad durante las visitas a museos, atendiendo al factor del diseño gráfico como decisivo componente visual, describiendo el espacio arquitectónico y la imagen corporativa de cada entidad (fig.5). Para ello se revisan investigaciones realizadas sobre el desarrollo del potencial creativo en contextos informales de aprendizaje (Soto-González, Rodríguez-López & Renovell-Rico, 2023), planteando el museo como espacio de socialización y educación patrimonial (Fontal-Merillas & Castro-Martín, 2023). El proceso de investigación tiene un carácter de auscultación respecto a distintas prácticas y espacios observados. Para el análisis de resultados se sigue una perspectiva teórica centrada en entender la creatividad como proceso o proyecto de generación de ideas, especialmente en los entornos donde se re-

significan y negocian los símbolos culturales, dando lugar a la emergencia de nuevos espacios de sentido. Todo ello tiene lugar en un complejo entramado de mediaciones históricas y sociales, donde cada sujeto interviene desde sus vivencias y experiencias como intérprete y gestor del proceso. Los resultados apuntan a la necesidad de trabajar sobre tres dominios fundamentales: el dominio cultural, el institucional y el de las prácticas, que influyen directamente en la naturaleza de las acciones que se desarrollan en los museos potenciando el desarrollo de la creatividad.

4. Marco empírico de la investigación

En este artículo se elabora un estudio comparativo de los elementos de diseño gráfico observados, analizando 7 museos de la ciudad de Valencia antes citados Museo de Bellas Artes de Valencia, IVAM, Museo de Prehistoria de Valencia, L'ETNO, Bombas Gens, MuVIM y Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias González Martí. De cada museo tomamos cinco elementos gráficos, clasificados por las siguientes categorías:

1. Cartelería de la fachada y exteriores del edificio.
2. Elementos gráficos de los recorridos expositivos.
3. Cartelas de las obras expuestas en la colección permanente.
4. Indicadores en el interior del edificio.
5. Publicidad, señalética y anuncios en otros lugares de la ciudad.

A partir de estos elementos observados y analizados elaboramos un estudio comparativo del papel asignado a cada elemento, atendiendo al entorno en el que están dispuestos, a fin de establecer una serie de categorías definitorias de la temática abordada.



Figura 6. El espectáculo arquitectónico del MuVIM, con un edificio emblemático, contrasta con la falta de atrevimiento de la señalética. Fuente: elaboración propia.

Se analizan los elementos gráficos que hemos detectado en distintos museos valencianos. Se trata de seis museos de entidades públicas y una privada. La indagación se centra especialmente en la parte física de los museos, que en todos los casos se trata de instituciones con un edificio propio (fig.6). También se presta atención a la web de cada museo. Al interesar la parte física de los espacios, se observan los rótulos e indi-

cadadores dispuestos en los diferentes entornos de cada museo, indicando el grado de adecuación gráfica que define cada intervención, en tanto que diálogo eficiente con los públicos (Maia, 2023). Si bien se atiende a la realidad física, se recuerdan los consejos de Byung-Chul Han:

En lugar de guardar recuerdos, almacenamos inmensas cantidades de datos. (...) Nos acostumbramos a percibir la realidad como fuente de estímulos, sorpresas. Como cazadores de información, nos volvemos ciegos para las cosas silenciosas, discretas, incluidas las habituales, las pequeñas o las comunes, en las que no nos estimulan, pero nos anclan. (Han, 2021, pp. 10-11)

Para Mikel Asensio (2022) los programas públicos y educativos son la base con la que una institución cultural se relaciona con la sociedad. Son, por tanto, la parte más sustancial de su identidad corporativa, base de su retorno social y de la captación de recursos. Los departamentos de educación han de ser conscientes de su potencial institucional, deben recibir el reconocimiento conveniente en términos de gestión del presupuesto y recursos humanos, así como el apoyo de las autoridades político-administrativas y de las direcciones gestoras de los centros (fig.7). Por ello conviene apostar por procesos co-creativos que van ligados a la actividad de los centros donde se potencia la participación (Asensio Brouard, 2022).



Figura 7. El edificio barroco donde se ubica el Museo de Cerámica y Artes Suntuarias González Martí es el Palacio del Marqués de Dos Aguas, en pleno centro histórico de la ciudad. Fuente: elaboración propia.

4.1 Museo de Bellas Artes de Valencia

La web de este importante museo está encabezada por dos logos en color rojo, el de la institución principal que gestiona (Generalitat Valenciana), y el logo del propio museo, un recuadro con letras mayúsculas blancas de diferentes grosores, recientemente actualizado. También la web ha sido recientemente renovada. En un fondo dominado por el blanco encontramos siete apartados o menús desplegables: Visita, Colección,

Exposiciones, Educación, Comunicación, Actividades, Año Sorolla. La parte del catálogo de la colección se ordena por las técnicas tradicionales: escultura, pintura, dibujos, estampas, artes suntuarias, arqueología. La cartelería del museo es discreta, siempre combinando sutilmente la gama de colores de cada sala con los textos impresos en vinilos o los que existen en las cartelas. Se ha optado por incorporar, en numerosas ocasiones, breves explicaciones sobre la pieza. Por lo general, el tamaño del texto es de un cuerpo excesivamente reducido, por lo que resulta complicada la lectura, teniendo en cuenta que algunas salas están poco iluminadas para proteger las piezas que se exponen. Dominan las tipografías con serifas.

El diseño gráfico está más elaborado en las salas de las exposiciones temporales, mientras que en las salas de la colección permanente se ha optado por no cargar de textos los espacios, respetando así la relevancia de las obras, ya que la colección de pintura gótica, renacentista, barroca y modernista que ofrece el museo es de gran calidad, con piezas importantes y muy representativas de cada estilo. Las paredes de cada sala se han pintado de diferentes colores, en función de cada estilo.

El diseño arquitectónico del Museo de Bellas Artes es tan ecléctico como el número de entidades que forman parte del patronato que lo regenta: Ayuntamiento, Generalitat Valenciana, Ministerio de Educación y Ciencia y Real Academia. Al edificio renacentista originario le acompaña la cúpula neoclásica que actualmente sirve como recepción, un distribuidor del que surgen las diferentes entradas que nos llevan a las salas de la colección y a las exposiciones permanentes. Otro espacio distribuidor intermedio es el claustro del Embajador Vich, una reconstrucción del que fue patio columnario de la casa del embajador valenciano de los papas Borja en Roma (fig.8). Este suntuoso patio nos lleva a las salas más nuevas del museo, donde se encuentra la colección de pintura y escultura del siglo XIX, hasta llegar a un espacio dedicado en exclusiva a la obra de Joaquín Sorolla, artista emblemático del museo, junto con los grandes nombres del gótico mediterráneo, así como figuras célebres como Juan de Juanes y José de Ribera.



Figura 8. Logo marcado en un cristal de puerta del Museo de Bellas Artes de Valencia, con la imagen de la fachada del edificio. Al fondo el patio reconstruido del palacio del Embajador Vich. Fuente: elaboración propia.

4.2 Instituto Valenciano de Arte Moderno – IVAM

El Instituto Valenciano de Arte Moderno aterrizó en el Barrio del Carmen de Valencia en los años 80 del siglo pasado, en pleno auge de la arquitectura espectáculo. La marca que dejó en el barrio fue desoladora: destrucción de buena parte de las viviendas expropiadas, rotura de la trama urbana, desatención hacia los afectados por los desahucios. Décadas después todavía sigue esa desafección hacia el barrio, si bien el museo, gracias a la intensa inyección económica que siempre recibió de la Generalitat Valenciana, ha logrado situarse en lugares importantes del panorama internacional. La arquitectura de Emilio Giménez y Julián Esteban se configura como un contenedor pétreo, monumental y abstracto. Se encuentra implantado sobre una gran plataforma pública en el límite del centro histórico de la ciudad y abierta al río Turia. El acceso se produce en un vestíbulo de cristal de triple altura, cubierto por una losa y un gran vuelo que invita al ingreso y le confiere una gran monumentalidad. El edificio se organiza según dos ejes axiales que responden a la secuencia entre entrada y salón de actos y transversalmente a las zonas de exposición. La gran altura del rellano de entrada con escalera recoge las dos plantas de exposición de la banda interior, que tienen en el nivel superior una sucesión de salas de exposición en encaramada provistas de un lucernario continuo.



Figura 9. La limpieza compositiva de la señalética del IVAM encaja con su arquitectura diáfana y nítida. Fuente: elaboración propia.

El tique de entrada del IVAM deja siempre bien visible el logotipo del museo, que originariamente había sido obra del artista Andreu Alfaro, pero se ha reconvertido en cuatro mayúsculas de palo, rectas. También la marca luce en la web del centro, donde de nuevo encontramos el blanco como elemento imperante, y las tipografías en negro informando de los *banners* en los que hay fotografías de cada exposición o actividad. Tras la pandemia el museo ha eliminado la mayor parte de la información impresa sobre papel (*flyers*, hojas de sala y carteles), centrándose en la documentación que se puede encontrar en la web. También se ha revisado el planteamiento de los catálogos, que antes eran de dimensiones desorbitadas, y actualmente se han reducido a muchas menos páginas, con la posibilidad de acceder gratuitamente al documento en versión digital.

Los paneles explicativos de vinilo sobre la pared, siempre en tres idiomas, siguen siendo la marca original del museo (fig.9), por lo que en cada sala encontramos una descripción de lo que estamos viendo. Estas explicaciones escritas ayudan a concretar el espíritu de la muestra, teniendo en cuenta que el arte contemporáneo puede resultar algo laberíntico para buena parte de los visitantes. Los indicadores en el interior resultan clarificadores —W.C., restaurante-cafetería, salas, auditorio, ascensores, salidas de emergencia, etc.— atendiendo a la generosa amplitud de la mayoría de los espacios transitables. La buena disposición gráfica de los elementos educa en positivo al alumnado de secundaria, y consigue transmitirles ejemplos cargados de complicidad creativa.

4.3 Museo de Prehistoria de Valencia

Lo primero que salta a la vista en este museo es la intención pedagógica que domina el ambiente. Inmerso en un contenedor cultural de la Diputación de Valencia denominado “la Beneficencia”, en la entrada principal se nos indica claramente que las dependencias de prehistoria están a la derecha, en las plantas que configuran los diferentes espacios del museo.



Figura 10. Los paneles del Museo de Prehistoria siguen una coherente deriva pedagógica, pero en ocasiones el diseño gráfico se resiente, por las yuxtaposiciones estilísticas poco cohesionadas. Fuente: elaboración propia.

De todos los ejemplos analizados, éste sería el museo donde se le sigue dando más importancia al material gráfico impreso, ya que en la entrada se nos ofrecen trípticos con ilustraciones que nos explican, en tres idiomas, las diferentes dependencias que configuran el conjunto. Muy instructiva la presentación de los despleables, en los que encontramos información de cada espacio: 1ª Planta. Historia del dinero (monedas, billetes, medallas y otros utensilios vinculados). 2ª Planta. Cultura ibérica (utensilios, cerámica y escultura funeraria de los poblados). 2ª Planta. Mundo romano (nueve siglos desde la llegada de los romanos hasta los visigodos).

Se nos va conduciendo por las distintas salas, con poca iluminación, atendiendo a colores cálidos, ocre, verdes, marrones, que van descubriendo las distintas capas es-

tratigráficas de los yacimientos en los que se han hallado las piezas expuestas, entre ellos destacan la Cova Negra de Xàtiva, la Cova del Parpalló en Gandia, la Bastida de les Alcusses en Moixent, y el Tossal de Sant Miquel en Lliria.

Uno de los apartados más destacables del museo es el dedicado a la ruta de los Íberos, gracias a la interesante información que transmite (fig.10). La parte del diseño gráfico ha hecho excesivas concesiones a un supuesto “diseño pedagógico” que mezcla diferentes tipografías y ordena de forma convencional los bloques de contenidos, por lo que en ocasiones parece que estamos hojeando un libro de texto. Esto no resulta positivo si se pretende impulsar la creatividad entre el alumnado de secundaria.

4.4 Museo de Etnología de Valencia – L’ETNO

Es el museo más tipográfico de la ciudad. Recientemente galardonado con el Premio Europeo al Mejor Museo, su abigarrado concepto expositivo sirve para convertir el espacio en una verdadera instalación artística, al tiempo que permite mostrar la gran cantidad de objetos que conserva la colección (fig.11).

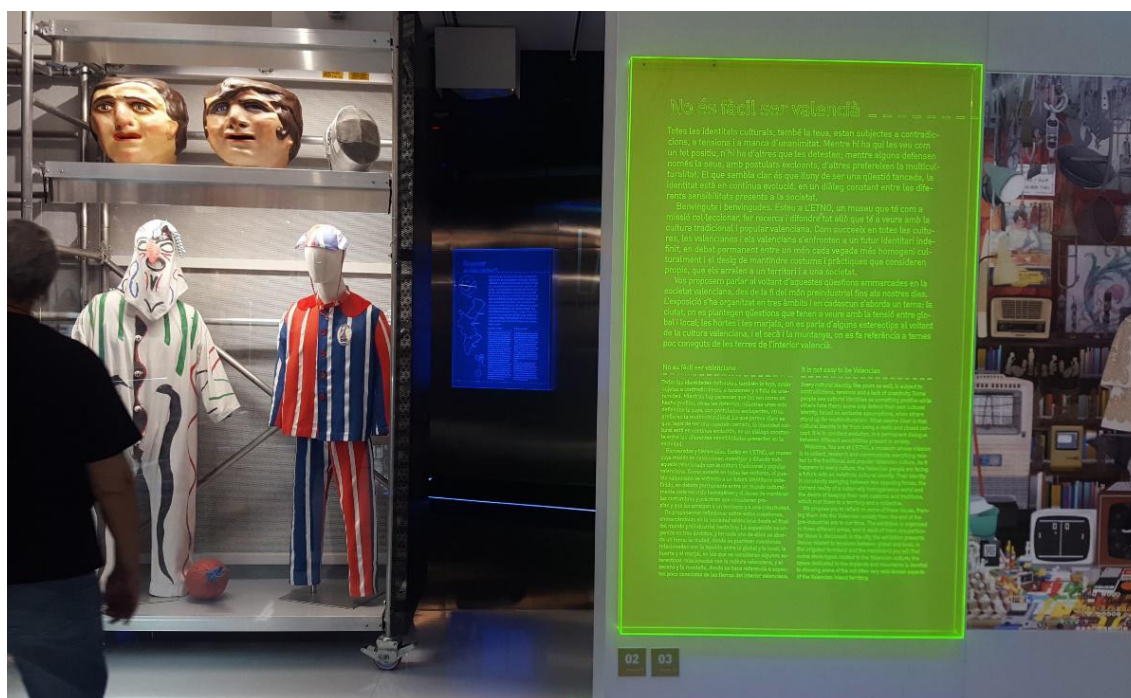


Figura 11. Los diferentes espacios del museo L’ETNO tienen en común la constante intervención de los textos como elemento indispensable del recorrido. Fuente: elaboración propia.

Los textos inundan las salas, tanto si se trata de explicaciones, como por estar incluidos en las mismas piezas expuestas. El juego de luces y espacios convierte la visita en un itinerario laberíntico que evoca mil y una insinuaciones a cada visitante. El poder que emanan los objetos al ser dispuestos así nos acerca a una experiencia visual intensa, repleta de sugerencias culturales.

Por su eficaz sentido lúdico, se trata de un museo que estimula positivamente la creatividad de los visitantes, de todas las edades, y por tanto también del alumnado de secundaria. Además de los efectos de luz, composición y distribución de los objetos, aparece constantemente un recurso gráfico que consiste en un personaje que va indi-

cando al visitante lo que puede encontrar en cada rincón. Pasa de un momento histórico a otro, de un espacio geográfico al siguiente, con indicaciones precisas que van situando cada sitio y cada época.

Este museo aplica de la tradición iniciada a principios del siglo XX por Henry Chapman Mercer. Este museo planteó en su momento la relación entre experiencia inmersiva y progreso técnico/tecnológico, mediante un análisis estético-cultural de los imaginarios de la modernidad y el pasado pre-industrial, algo que ya resulta habitual en el contexto de los archivos etnográficos y museos de folklore, el estudio de objetos y el ornamento tradicional y artesano, cuyas formas de enunciación y exhibición se fundan, de manera *sui generis*, a partir de estrategias desbordantes. Así lo demuestra el museo etnográfico fundado por Henry Chapman Mercer a comienzos del siglo XX en Doylestown (Pennsylvania), donde se propone una reflexión en torno a la naturaleza inmersiva de los archivos de las culturas populares tradicionales y su valor crítico en el presente, abordando la emergencia de experiencias tecnológicas que operarían en nuestra época como una compensación frente a la devaluación de la experiencia material y social (Sánchez-Mateos Paniagua, 2023).

4.5 *Bombas Gens Centro de Arte*

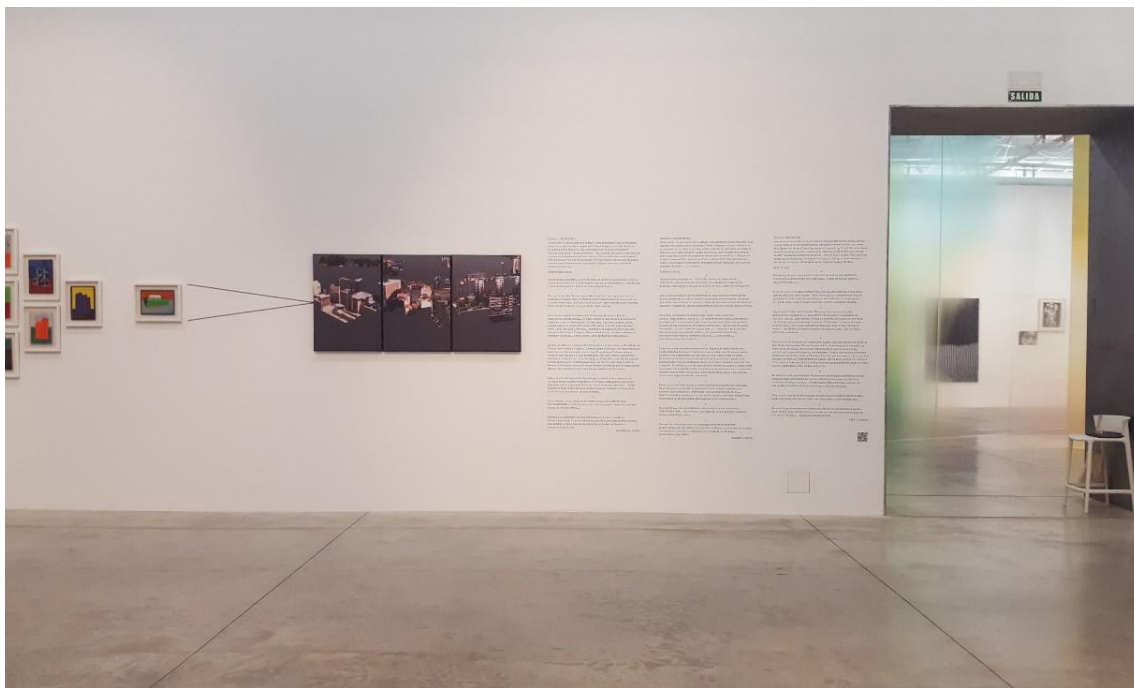


Figura 12. El juego de texturas entre los diferentes elementos gráficos y los materiales de las estancias del museo combinan de forma exquisita en este centro de arte. Fuente: elaboración propia.

Se ha convertido en los últimos años en un centro de referencia de la actividad artística en la ciudad. Impulsado por una familia de empresarios, que gestiona la *Fundación por Amor al Arte*, ha centrado su estrategia en la colección fotográfica, transmitiendo un mayor interés por la obra de artistas que desde la vertiente conceptual, incorporan reflexiones de cariz bioético a su discurso artístico. La restauración de una antigua fábrica modernista de bombas de extracción de agua, utilizando elementos como el jardín de especias únicas, apostando por la gastronomía, y recuperando el refugio antiaéreo de la guerra civil, han sido hitos bien valorados por los públicos y los especialistas (fig.12). La

gráfica es un acierto estilístico, y combina a la perfección con la esmerada restauración de los diferentes edificios que constituyen el conjunto. Parece que el futuro del centro pasa por incorporarlo a la gestión pública, atendiendo a las noticias que llegan sobre la supuesta falta de solvencia económica de los fundadores.

4.6 Museo Valenciano de la Ilustración y la Modernidad – MuVIM

La arquitectura de este museo fue concebida por el arquitecto Guillermo Vázquez Consuegra. Destaca la utilización extrema del hormigón y el juego de volúmenes. El MuVIM no tiene colección, es un museo sin objetos, puesto que la función radica en mostrar la Ilustración como nodos de pensamiento filosófico, defendiendo así el patrimonio inmaterial, el pensamiento y las ideas. Las exposiciones son de temáticas muy diversas, sin un guion argumental claro.



Figura 13. La gráfica inicial del MuVIM tuvo una fuerte presencia en los espacios arquitectónicos del museo, dependiente de la Diputación de Valencia. Fuente: elaboración propia.

La gráfica es un elemento importante en la producción de este museo, que desde sus inicios ha ofrecido gratuitamente a los visitantes los carteles y las diferentes muestras gráficas impresas que ha generado, en una apuesta por difundir el trabajo de los profesionales del diseño gráfico (fig.13). Se utiliza el juego de la doble significación del concepto *ilustración*, ya que sirve tanto para referirse al período que comprende el estallido de la modernidad en tanto que concepto filosófico —desde el siglo XVIII—, como al uso de este término cuando nos referimos al libro ilustrado o al trabajo de quienes ilustran en tanto que artistas y diseñadores.

4.7 Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias González Martí

Es el único museo nacional de la ciudad, dependiente del Ministerio. El resto de los que hemos analizado pertenecen a la Generalitat Valenciana, la Diputació de València, y una empresa privada. A nivel gráfico es el menos esmerado de todos. No existe un criterio estético definido, ni a nivel de carteles informativos y señalética, ni tampoco en la vertiente de cartelas y vinilos. Sin embargo, es uno de los museos más visitados por los turistas, ya que resulta muy atractivo por la maravilla arquitectónica que es el palacio barroco del Marqués de Dos Aguas. También tiene mucho éxito en las visitas escolares, incluso con grupos de alumnado universitario. Hemos girado la mirada hacia el edificio de al lado, donde encontramos un hotel que lleva por nombre “Marqués House”, con una gráfica que incorpora un diálogo conceptual con el museo (fig.14).



Figura 14. Junto a la fachada principal del Museo de Cerámica se encuentra el Hotel Marqués House, quienes se apropian del nombre del museo. Fuente: elaboración propia.

5. Conclusiones

El acierto de las iniciativas de cada museo puede radicar en los elementos gráficos o en la disposición de los materiales comunicativos. Cada color y cada tipografía incorporan un concepto, por lo cual, si uno de los ámbitos está más pensado para descifrar ideas sobre las exposiciones, el otro nos anima a intervenir. Se demuestra la importancia que adquiere utilizar pequeñas indicaciones, contando con una adecuada accesibilidad, atendiendo a necesidades de inclusión, dedicando el tiempo a observar, reflexionar, debatir, y por supuesto también generar acciones. Cuando visitamos un espacio expositivo coincidimos con otros visitantes, grupos de personas que encontrarán en estas visitas una posibilidad de aprender, participando cada cual desde sus propios intereses y deseos. Se trata, en última instancia, de fomentar la creatividad desde la propia visita.

Esta propuesta destaca la importancia del diseño gráfico en las visitas a museos, centrándose en los elementos del diseño de siete museos valencianos, a fin de evaluar el impacto que puede tener la arquitectura y el diseño de estas instituciones entre los públicos visitantes. Esta indagación constituye un análisis inicial para dar forma a posteriores estudios, impulsando así el fomento de la creatividad en las visitas a museos. Se descubre cómo algunos de los museos analizados han priorizado el diseño, mientras que otros no le han dedicado la suficiente atención. Las diferencias son contundentes, corroborando que un buen planteamiento del diseño gráfico del museo permite un mayor impulso de la creatividad entre sus visitantes, puesto que activa elementos de aprendizaje estético y cultural.

Al observar las visitas detectamos que tanto la arquitectura como la disposición de elementos gráficos en el espacio, funcionan como detonantes para la activación de pensamiento creativo. Detenerse en cada elemento gráfico favorece un mayor grado de observación, y por tanto aumenta las posibilidades de enfrentarse adecuadamente a retos futuros con más creatividad. Se apela por tanto a un mayor interés por parte de las instituciones para mejorar todo lo vinculado a los entornos arquitectónicos y de diseño gráfico de interiores y exteriores, puesto que redundarán positivamente en el aumento de habilidades creativas entre los públicos visitantes del museo. Otro aspecto que mejorar en futuras investigaciones es el tratamiento que se le da al profesorado en sus visitas, a las que acuden acompañando al alumnado. No se puede dejar en segundo plano a dicho profesorado, de manera que deben implementarse aspectos esenciales como la formación permanente, la investigación e innovación, y el acercamiento hacia la educación en artes, incidiendo de modo especial en la defensa del diseño como parte integral de la formación de la ciudadanía. Todos estos aspectos ocuparán nuestro interés en sucesivas indagaciones.

Referencias

- Alcaraz, R., & Massaguer, L. (2021). ¿Qué papel juega el diseño gráfico en la accesibilidad web?, *grafica*, 9(18), 95-104. <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.208>
- Arias Madero, J. (2022). Performance arquitecturale: una aproximación al concepto de dérive en la arquitectura de Rem Koolhaas. [i2] *Investigación e Innovación en Arquitectura y Territorio*, 10(1), 35-52. <https://doi.org/10.14198/I2.19430>
- Armstrong, E. S. (2022). Towards queer tours in science and technology museums. *Museum & Society*, 20(2), 205-220. <https://doi.org/10.29311/mas.v20i2.3941>
- Asensio Brouard, M. (2022). *Plan estratégico de los servicios de educación y acción cultural. Consejería de Cultura. Cabildo de Gran Canaria.*
- Caminero Gabernet, J., & Amann Alcocer, A. (2023). El poder biopolítico oculto de la arquitectura. La descajane-grización del túnel entre dos edificios brutalistas en un campus de Berlín. *I2 Investigación e Innovación en Arquitectura y Territorio*, 11(2), 85-100. <https://doi.org/10.14198/i2.23577>
- Dewey, J. (1998). *Democracia y educación*. Morata.
- Duncum, P. (2015). Transforming Art Education into Visual Culture Education through Rhizomatic Structures. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 5(3), 47-64. <https://doi.org/10.18039/ajesi.66849>
- Esaño, C. (2019). La mirada como acto político. El cine y otros audiovisuales como herramientas educativas de (re)construcción del mundo. *EARI Educación Artística Revista de Investigación*, 10, 251-261. <https://doi.org/10.7203/eari.1014152>
- Eslava Cabanellas, C. (2023). hEXtable: una mesa en crecimiento. Un proyecto desde lo común. *Dearq*, 1(35), 41-52. <https://doi.org/10.18389/dearq35.2023.04>
- Fontal-Merillas, O., Castro-Martín, P. de (2023). El patrimonio cultural en la educación artística: del análisis del currículum a la mejora de la formación inicial del profesorado en Educación Primaria. *Arte, Individuo y Sociedad* 35(2). 461-481. <https://dx.doi.org/10.5209/aris.83752>
- Hamlin, J. & Fusaro, J. (2018). Contemporary Strategies for Creative and Critical Teaching in the 21st Century, *Art Education*, 71(2), 8-15. <https://doi.org/10.1080/00043125.2018.1414529>
- Han, B. C. (2021). *No-cosas. Quiebras del mundo de hoy*. Taurus.
- Han, B. C. (2023). *Vida contemplativa*. Taurus.
- Huerta, R. (2022). La Memoria. Investigación Basada en las Artes para la formación del profesorado. *Arte, Individuo y Sociedad*, 34(1), 27-45. <https://doi.org/10.5209/aris.70081>
- Huerta, R., & Domínguez, R. (2020). Por una muerte digna para la educación artística, *EARI Educación Artística: Revista de Investigación*, 11, 9-24. <https://doi.org/10.7203/eari.11.19114>
- Londoño, R. J. (2023). Proyectar con la infancia. *Dearq*, 1(35). <https://doi.org/10.18389/dearq35.2023.08>
- Lucas Palacios, L., Trabajo Rite, M., & Reyes Soto, N. A. (2023). Patrimonio y emociones en el alumnado de ESO:

- análisis de una experiencia en el museo. *REIDICS. Revista de Investigación en Didáctica de las Ciencias Sociales*, 12, 142-162. <https://doi.org/10.17398/2531-0968.12.09>
- Maia, M. (2023). A perspective about design cognition to research through making validation in graphic design, *grafica*, 11(21), 91-97. <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.252>
- Miserachs, T. (2022). Diseño útil / diseño inútil, algunas cosas que pienso sobre diseño gráfico. *Grafica*, 10(19), 11-21. <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.238>
- Morrisey, K., Fraser, J., & Ball, T. (2022). Museums and social issues: Heuristic for creating change. *Museum & Society*, 20(2), 190-204. <https://doi.org/10.29311/mas.v20i2.3814>
- Nekoui, Y., & Roig, E. (2022). Afectos en la ciudad mediada por la tecnología. El papel de los juegos de realidad aumentada en la infancia y el sentido de apego al lugar. [i2] *Investigación e Innovación en Arquitectura y Territorio*, 10(2), 39-59. <https://doi.org/10.14198/I2.22121>
- Pallarès, M. (2020). Educación humanizada. Una aproximación a partir del legado de Heinrich Rombach. *Estudios Sobre Educación*, 38, 9-27. <https://doi.org/10.15581/004.38.9-27>
- Ponce Delgado, A. (2022). Museos y estrategias de intervención para el estímulo del potencial creativo infantil. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 10, 143-160. <https://revistas.uh.cu/revflasco/article/view/3558>
- Raedó, J., & Atrio, S. (2017). Educación y Arquitectura para la Justicia Social. *Revista Internacional de Educación para La Justicia Social*, 6(1). <https://revistas.uam.es/riejs/article/view/7650>
- Ramon-Camps, R. (2019). Prácticas artísticas de visualización entre cuerpo y objeto en entornos de mediación pedagógica. *Arte, Individuo y Sociedad*, 31(13), 509-526. <http://dx.doi.org/10.5209/aris.60881>
- Rogoff, I. (2008) Turning. *Journal e-flux*, 0. <https://research.gold.ac.uk/id/eprint/3859>
- Sánchez-Mateos Paniagua, R. (2023). Dimensión inmersiva del folklore y la cultura material tradicional en el marco de una crítica al progreso técnico. Apuntes en torno al museo de Henry Chapman Mercer. [i2] *Investigación e Innovación en Arquitectura y Territorio*, 11(1), 11-30. <https://doi.org/10.14198/i2.22477>
- Soto-González, M. D., Rodríguez-López, R., & Renovell-Rico, S. (2023). Transdisciplinarity and Reflective and Creative Thinking through Art in Teacher Training. *Education Sciences*, 13, 1003. <https://doi.org/10.3390/educsci13101003>
- Tam, C.-O., & Hui, C.K.-Y. (2023). Teachers Curating Virtual Exhibitions for Learning Visual Arts: A Study of Impact and Effectiveness. *IJADE International Journal of Art and Design Education*, 42(2), 1-17. <https://doi.org/10.1111/jade.12471>
- Trachana, A., & Cacsire Grimaldos, R. A. (2020). *El urbanita tecno-nómada y la ciudad excluyente*. [i2] *Investigación e Innovación en Arquitectura y Territorio*, 8(2), 5-29. <https://doi.org/10.14198/i2.2020.2.02>
- Yin, R. K. (2009). *Case Study Research*. Sage.

