



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA

Diseño Exposiciones: Componentes Gráficos

Apellidos, nombre	Puyuelo Cazorla, Marina ¹ (mapuca@ega.upv.es) Merino Sanjuán, Lola ² (mamesan@ega.upv.es)
Departamento	Expresión Gráfica Arquitectónica
Centro	Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño



Resumen de las ideas clave

En este artículo se recogen los aspectos que se han de tener en cuenta para el **análisis y el diseño de una instalación expositiva desde el punto de vista del diseño gráfico. Se definen los principales elementos y soportes gráficos** que intervienen en un montaje de exposición con el fin de caracterizar, comunicar y aportar identidad a estas instalaciones y en definitiva, favorecer la interpretación de los contenidos. A través de distintos ejemplos, se muestran distintas aplicaciones de estos gráficos en estos montajes tratando de incidir en las posibilidades de estos recursos en la comunicación general y particular de la exposición.

Los principales temas que se tratan en este artículo muestran los gráficos integrados en el contexto de la instalación como elementos caracterizadores de primer orden. Finalmente se hace particular hincapié en la importancia de la organización compositiva y del empleo de los textos como gráficos que resultan determinantes en la interpretación final del conjunto. De todo ello se desprenden una serie de consejos útiles para el diseño gráfico aplicado a los espacios expositivos. El artículo permite abordar con criterios específicos, el **proyecto de diseño gráfico de una instalación expositiva**.

Los contenidos que se exponen en este artículo se sintetizan en esta tabla:

Componentes Gráficos en el Diseño de Sistemas Expositivos
1. Definición de elementos gráficos en el contexto del diseño de exposiciones
2. Función y características principales de una instalación o montaje expositivo
3. Componentes gráficos de la Exposición
4. Diseño y composición de gráficos en un entorno expositivo

Tabla 1. Componentes y ámbitos relativos al diseño gráfico en una instalación expositiva

1 Introducción

¿Qué son los componentes gráficos de una exposición? Como tratamiento gráfico de una exposición se entiende el conjunto de elementos que tienen como objetivo la comunicación visual a partir de aplicaciones que tienen su origen en el diseño bidimensional

Un buen empleo de los gráficos determina el comportamiento y el seguimiento del visitante en la muestra, conduciéndolo hacia ella y dentro de ella por los espacios que la constituyen.



Imagen 1. Distintos ejemplos de aplicaciones gráficas en exposición al abierto y en recinto cerrado, Valencia exposición artística al abierto de Jasper Jones (2007) y de la exposición del evento de la Copa de América (2008)

A través de los gráficos se incorporan los elementos comunicacionales necesarios para generar una determinada imagen del espacio y del contenido de la muestra, además de transmitir información textual. Por ello los componentes gráficos son fundamentales en la escenificación de las exposiciones y en la relación que establece el visitante con los elementos expuestos. La aplicación de los símbolos de identidad de una muestra en el espacio expositivo, define su imagen global a la par que contribuye de modo directo en la interpretación del tema que se propone desarrollar.

Los gráficos se incorporan en todo tipo de soportes y materiales facilitando la comunicación global necesaria para el seguimiento, comprensión e incluso la localización de la exposición. El diseño gráfico es fundamental en la promoción y difusión de todo tipo de muestras y eventos.



Imagen 2. Ejemplos de niveles y planteamientos de comunicación gráfica. Niveles de textos y aplicaciones de la marca corporativa y gráfica decorativa.

En el caso de la identidad corporativa de una determinada empresa ésta encuentra en el conjunto de la instalación un lugar donde ampliar su efectividad incorporando múltiples componentes que, en última instancia se transforman en ambientaciones corporativas y por tanto, en imagen.



Aunque como se ha indicado con anterioridad, los componentes gráficos de una instalación expositiva provienen del diseño bidimensional, su integración en el proyecto expositivo, arranca en paralelo con el concepto del diseño tridimensional de la instalación.

Los gráficos deben ser legibles a las distancias previstas, con el contraste suficiente para facilitar su lectura, comprensibles en cuanto a organización y planteamiento. Es útil manejar distintas escalas o niveles de texto para discriminar las partes o los componentes de un determinado sistema. Es conveniente considerar los potenciales visitantes para dar respuesta a sus capacidades ofreciendo mensajes gráficos adaptados a su nivel intelectual y emocional. En una exposición se emplean generalmente distintos tipos de aplicaciones y niveles de comunicación e información.

Suele ser de gran utilidad analizar detenidamente el contexto de la instalación para valorar el tipo de componentes gráficos que resultarán más eficaces en el mismo observando factores de escala, visibilidad, aproximación y entrada a la muestra en cuestión.

El contenido de este artículo recoge de modo sintético los aspectos gráficos principales del diseño de las instalaciones expositivas, de tal modo, que se identifiquen como conjunto en esta especialidad del diseño, y pueda servir de instrumento útil durante **el proyecto de diseño de exposiciones**.

Este artículo **se desarrolla** en una **estructura del contenido** organizada en los siguientes apartados

1. Introducción
2. Objetivos
3. Componentes gráficos de la Exposición
 - Aplicaciones Gráficas Singulares
4. Diseño y Composición de gráficos en un entorno expositivo
 - Empleo del texto
5. Cierre

2 Objetivos

Además de ampliar la cultura sobre el diseño de exposiciones y el diseño gráfico en general, este documento permite:

- Diseñará soluciones gráficas a partir de bases teóricas
- Observará el diseño gráfico como componente de escenificación e interpretación del tema de la exposición
- Analizará distintas aplicaciones gráficas en los montajes expositivos.
- Identificar los tipos de aplicaciones más destacadas en la comunicación del espacio expositivo.
- Disponer de terminología específica de este ámbito profesional aplicable al desarrollo de proyectos propios.



3 Componentes gráficos de la exposición

Las **aplicaciones gráficas** que habitualmente se utilizan sobre los elementos verticales de distintos materiales, se **imprimen digitalmente sobre vinilos** de corte que se adhieren directamente sobre distinto tipo de superficies. Estos vinilos en diferentes colores, admiten el silueteado de todo tipo de formas que directamente se imprimen en plóters de corte para su manipulación.

Otra técnica utilizada generalmente para transferir párrafos, es el transfer en seco cuyas impresiones se realizan en film a la inversa y se aplica por frotación en la superficie elegida. También existen vinilos que se imprimen sobre una base transparente y letras transferibles provistas de una línea guía. A través de los textos y las imágenes se trata de conectar a nivel intelectual y emocional con los visitantes, aportando distintos niveles de lectura modos de aprendizaje.

El **uso del color** en paredes, pavimentos o paneles y otros recubrimientos gráficos suele indicarse empleando alguno de los sistemas estándares de carta de color como es el caso de la carta Pantone que dispone de referencias cuantitativas para la reproducción de colores en distintos medios, soportes y acabados superficiales (mate, brillo...). Con estas cartas se emplea directamente el número de referencia sobre los planos u otros documentos técnicos, de modo que resulten claras las especificaciones.

3.1 Aplicaciones gráficas singulares en las exposiciones

Los principales **componentes gráficos** que recoge una exposición pueden agruparse en tres ámbitos de comunicación diferenciados según el tipo de comunicación al que apuntan, aunque siempre han de mantenerse interrelacionados para producir una imagen compacta y coherente de conjunto.

- Aplicaciones de la marca y la identidad corporativa

Los elementos de identidad corporativa son todos los que se refieren a la personalidad del evento en sí, el promotor del mismo o de una determinada empresa en las instalaciones comerciales. Una exposición constituye un buen medio para revitalizar y reforzar la marca de una empresa y es tarea del diseño conseguirlo.

En el caso de las empresas, estas aplicaciones gráficas suelen estar previamente definidas en su manual de identidad corporativa como aplicaciones normalizadas de la marca, logotipo, colores corporativos, etc. Estos manuales contemplan las condiciones de uso de la marca y las directrices para el desarrollo de aplicaciones complementarias. Es muy importante no alterar los elementos corporativos de la marca en cuanto a sus especificaciones gráficas. Sin embargo y cada vez con más interés, se realizan proyectos expositivos de marcas "inmersitas" en los que se plantea un todo un desarrollo escenográfico en torno a la imagen de marca.

Para una correcta reproducción de los símbolos corporativos, es necesario disponer de copias digitales de alta resolución o en formato vectorial para que puedan ampliarse en tamaños grandes.

Los elementos primarios de una identidad corporativa son el anagrama y el logotipo de la empresa o de la exposición en otros casos. En el caso de los grandes museos e instituciones culturales consideran su marca como un activo que se aplica de modo sistemático en sus instalaciones dejando poco margen al diseñador. Se tratará de generar una imagen estimulante a partir de unos elementos prefijados que refuerzan la propia marca.



Imagen 3. Distintos ejemplos de aplicaciones de la marca corporativa o la imagen gráfica de la exposición.

- De presentación: el scaffolding

El contenido temático de cualquier exposición será mejor comprendido una vez se ha obtenido un conocimiento básico previo a la visita. Este proceso de introducción y preparación es conocido como SCAFFOLDING [aprendizaje guiado] y queda representado y situado al inicio de cualquier exposición.

A menudo esta presentación es la representación gráfica mas completa de la muestra en tanto que reúne los componentes narrativos del mensaje expositivo (resume los antecedentes y qué se va a ver) y los elementos de diseño y lenguaje en que se va a mover el proyecto expositivo (colores, tipografía, signos icónicos y todos los contenidos semánticos derivados de la misma).

¿Puede considerarse esta aplicación, análoga al clásico video de presentación de una empresa o entidad?

Si. El Scaffolding es un aplicación de máximo rendimiento comunicativo pues está al principio de una exposición, a la entrada. Ocasionalmente se apoya en otros medios como el audiovisual ya que su uso favorece la receptividad y sugestión de los visitantes.

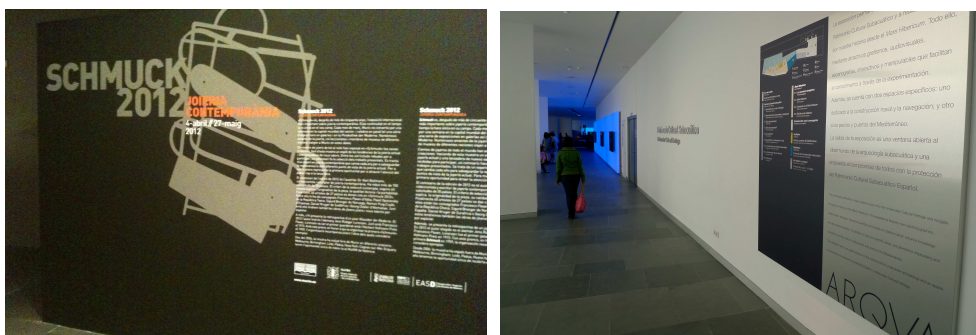


Imagen 4. Ejemplos de scaffolding en exposición temporal, Scmuck 2012 en el Muvim de Valencia y en Museo Naval de Cartagena

- De información

Los elementos de información puede ser también elementos icónicos, gráficos y textuales. Todos ellos actúan como intermediarios para la captación del contenido expositivo y por tanto son fundamentales en el proyecto expositivo. El tratamiento de los textos constituye en factor clave en el seguimiento de las explicaciones, los contenidos, los recorridos a seguir.

También recogen informaciones precisas y útiles sobre datos relativos a los productos y las empresas (descripciones detalladas, composiciones, contacto, dirección social, etc).



Imagen 5. En el nivel más próximo a los elementos de contenido expositivo se sitúan las cartelas de los productos y fichas de datos que funcionan como elementos de identificación

- De señalización

Los signos que conducen el recorrido en una exposición se conocen como *wayfinding* y tratan de dirigir de modo intuitivo y eficaz al visitante por la muestra. Conviene diseñar sistemas de señalización que resulten fáciles de seguir, de instalar y reponer. Es aconsejable que guarden una relación directa con el resto de mensajes gráficos e icónicos que caracterizan la exposición y que a la par, le sitúe como visitante en el transcurso de la misma.

Según la dimensión de una instalación expositiva, un museo o una feria de muestras, el tránsito se despliega en diferentes tipos de vías, calles secundarias, placetas y áreas de servicios. Estas áreas precisan de la señalización que facilite y garantice el recorrido del conjunto y la localización de enclaves en particular.

Constituye un recurso efectivo y nemotécnico, diseñar y disponer de elementos de señalización fuera del montaje expositivo, con un diseño característico que facilite su relación con la exposición y evoque la muestra.

4 Diseño y composición de gráficos en un entorno expositivo

Los elementos gráficos se distribuyen en el espacio expositivo creando una imagen tridimensional y ambiental. No obstante, se pueden distinguir dos ámbitos globales de actuación en los que se centran estas aplicaciones.

- Como ambientación cromática en todo lo que se refiere a los colores usados en la exposición del entorno, puede contener colores relativos a la imagen

corporativa, a la propia escenografía, en la estructura, en el suelo etc... El uso del color como elemento configurador y caracterizador de gran plasticidad, del espacio y los materiales. Destaca su importancia en Los pavimentos y paramentos ofrecen superficies determinantes en la imagen de la instalación, así como su estrecha relación e impacto con la iluminación.

- Las múltiples y variadas aplicaciones particulares que se superponen y distribuyen en la instalación y en las que cobra especial relevancia el empleo de textos y otros elementos gráficos.

Ambos aspectos se complementan en la creación de un conjunto que debe apuntar a unos fines ambientales y comunicacionales concretos. Para ello, es de utilidad observar las posibilidades que ofrecen y analizar detenidamente el contexto de la instalación para valorar el tipo de componentes gráficos que resultarán más eficaces en el lugar.

Para la organización de las aplicaciones gráficas es muy aconsejable trabajar con retículas compositivas que son **sistemas de ordenación que estructuran y organizan los elementos facilitando su** disposición sobre las áreas establecidas produciendo una imagen más coherente y unitaria.

Las **retículas** permiten disponer de una serie de líneas guía imaginarias (verticales y horizontales), sobre las que ajustar las imágenes, bloques de texto, logotipos, etc. manteniendo referencias posicionales entre los distintos elementos y generando cierta continuidad visual en la organización espacial. Las retículas son muy empleadas en la maquetación grafica de paneles, y en los programas de autoedición. En el siguiente ejemplo a partir de determinar las áreas de composición para título, mancha de texto y zona de imágenes, se ha generado un orden y una continuidad visual que admite un tratamiento formal y cromático atrevido e impactante.



Imagen 6. El empleo de una retícula compositiva permite generar una continuidad y articular los distintos elementos figurativos. Exposición Científicos Invisibles, Museo de Bellas Artes de Castellón, Noviembre 2005. Diseño: Marina Puyuelo, Juan José Vidal.

En resumen debemos insistir en el interés de utilizar retículas en la composición de paneles o la distribución de espacios, ya que éstas facilitan la ordenación y distribución de los elementos aportando coherencia visual y continuidad entre las partes y el conjunto. En el siguiente apartado realizaremos una incursión en el uso del texto como recurso fundamental del proyecto expositivo.



El empleo del Texto

El uso del texto en los montajes expositivos adquiere múltiples dimensiones y escalas desde las aplicaciones de la identidad corporativa en la rotulación a los distintos paneles y transferibles en los paramentos. En el ámbito de las exposiciones tanto temporales como permanentes, los textos son esenciales en los proyectos expositivos y por ello existen muchos ejemplos de índole diversa en los que la creatividad materializa aplicaciones sorprendentes.

En las aplicaciones en paneles es importante el empleo de retículas organizativas que permitan una maquetación unitaria y a su vez variada conjugando texto, color e imágenes. La relación entre estos factores determina la **legibilidad de un texto**, la facilidad con que se puede leer e interpretar de modo directo y eficaz.

A la hora de seleccionar una determinada tipografía hay que tener en cuenta el objetivo del diseño, el contenido del mensaje, el público al que va dirigido, la distancia en que se leerá y el sistema en que éste se va a reproducir.

Algunos de los factores que inciden directamente en la legibilidad de los textos son:

- El *diseño de la letra*: la forma de la letra denominada "tipo". Las de diseño clásico *latinos* y las minúsculas, ofrecen mayor legibilidad y se adecuan mejor a textos de reducidas dimensiones.
- *Espaciado entre letra y letra*
- El *tamaño de la letra*: Como carácter general puede decirse que una letra de tamaño grande siempre es más legible que otra de tamaño más pequeño.
- La *longitud de la línea*: Las líneas largas entorpecen la lectura y dificultan el paso de una línea a la siguiente.
- El *color* o colores empleados y el nivel de contraste entre tonalidades y el color de fondo.

Los siguientes consejos pueden ser útiles para el empleo de textos y la composición de párrafos:

- o El *texto centrado* resulta más convencional y se asocia generalmente a composiciones clásicas. Presenta ciertas dificultades cuando ha de combinarse en maquetaciones con columnas múltiples.
- o El *texto alineado a la derecha* es el menos empleado pues dificulta la lectura por el simple hecho de que el ojo ha de buscar en cada línea el inicio de la misma.
- o El *texto justificado* es el que ajusta las líneas a ambos márgenes de la hoja o el párrafo. Requiere de algún sistema de separación de párrafos que facilite discernirlos, como espacio anterior o posterior, sangrados en primera línea, etc.
- o El ajuste adecuado del **espacio entre líneas o interlineado** que se mide desde la línea base de la parte inferior de una mayúscula, a la parte inferior de mayúscula en la línea inmediatamente inferior. Tanto si es muy reducido (dificulta el seguimiento de la línea por el ojo), como muy amplio (la vista se pierde en el mismo) hacen que la legibilidad se vea disminuida y la experiencia visual fatigosa.
- o Los tipos para los **títulos** deben ser visibles pero también legibles, cuidando especialmente la separación entre palabras y la separación entre caracteres para que no se produzcan vacíos y efectos no deseados en la visión a distancia.

En el proceso de diseño de un espacio expositivo, es muy aconsejable desarrollar una ficha técnica que defina las características relativas al empleo del texto como instrumento para proporcionar detalles y especificaciones precisas a los equipos de trabajo.

5 Cierre

A lo largo de este objeto de aprendizaje hemos estudiado cómo se aplican los gráficos al proyecto de una instalación expositiva y algunos recursos determinantes para su efectividad y su comprensión. A continuación se muestra un esquema de las principales ideas y temas tratados en este artículo.

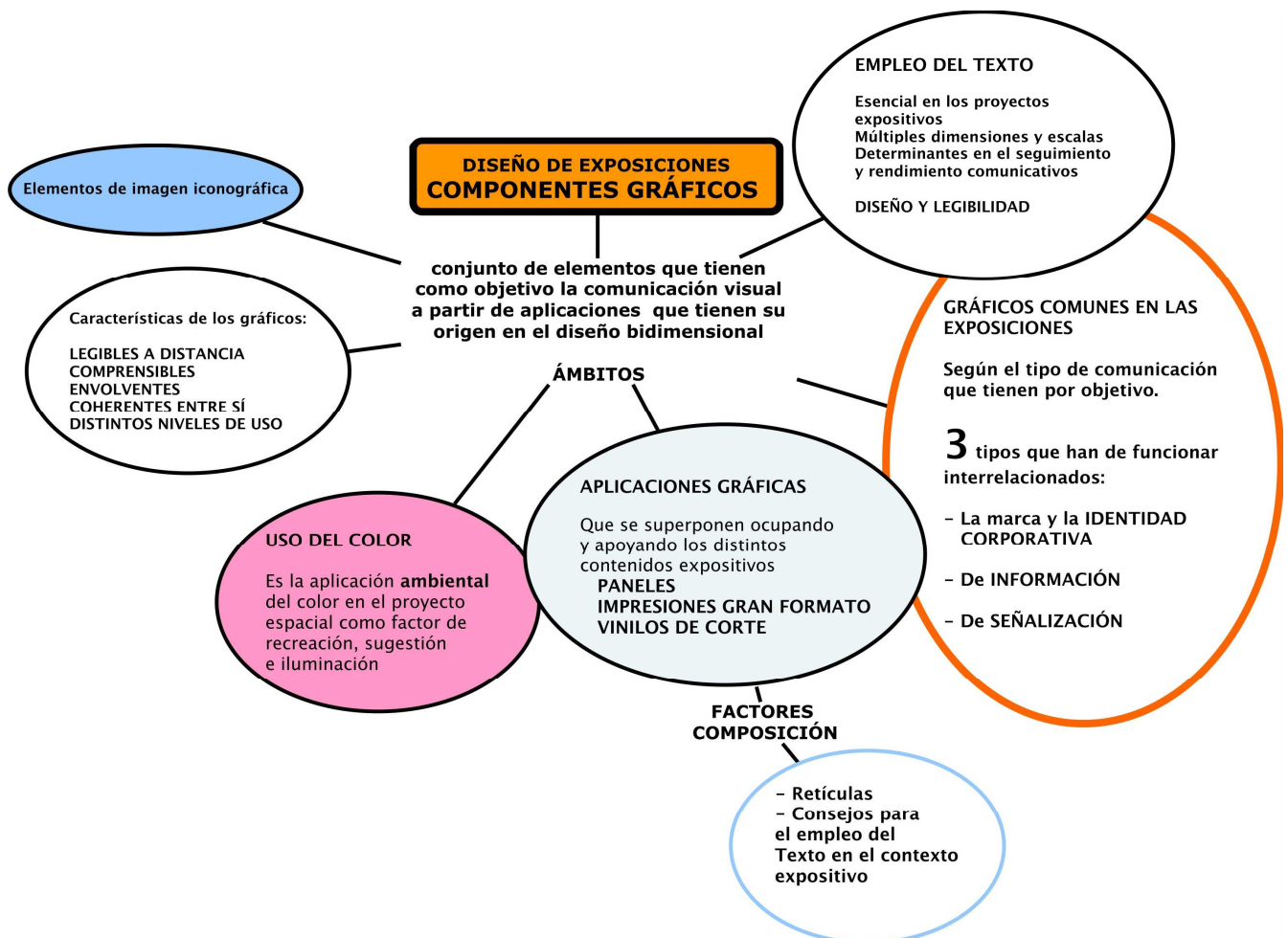


Gráfico 1. Estructura del contenido de este artículo docente

Ahora que hemos sabemos cuáles son los componentes gráficos necesarios para una comunicación efectiva en un entorno expositivo, un buen ejercicio es tratar de identificarlos en una exposición temporal o permanente y analizar su diseño y efectividad.



6 Bibliografía

6.1 Libros y revistas:

- [1] BROTO, CARLES; "Diseño de Exposiciones", Ed. Links: Barcelona, 2010
- [2] Hughes Philip: "Diseño de Exposiciones: Nuevos conceptos", Ed. Promopress, Barcelona, 2010.
- [3] "Museums for a New Millenium", Munich, Prestel, 2001. ISBN 9 783791-322193
- [4] Morgan, Tony: "Visual Merchandaising. Escaparates e Interiores Comerciales", Ed. GG, SL, Barcelona 2010
- [5] Pracht, Klaus: "Tiendas Planificación y Diseño", Ed. GG, SA, Barcelona 2004
- [6] Cheng, Kelly; Yabuka, Narelle: "Tiendas y Showrooms con Estilo", Ed. Loft Publications SL, Singapore 2005
- [7] AAVV: "ARQUITECTURA EFIMERA-EXHIBIT DESIGN", Ed. Monsa Instituto de Ediciones, 2008
- [8] VV. AA. NUEVO DISEÑO DE STANDS. Valencia: Links, 2007
- [9] DISEÑO DE EVENTOS
Innovación y creatividad
- [10] Atelier Brückner: "FORM FOLLOWS CONTENT" Architecture, Exhibition and Scenography, Ed. Atelier Brückner, 2003
- [11] Revista DETAIL. Revista de Arquitectura y Detalles Constructivos:
- Año 2002-3. Interiorismo y Acabados.
- Año 2004-2. Espacios comerciales. Tiendas.
- [12] Revista ON Diseño nº 259. "Museos y espacios expositivos". Diseño Nómada.

6.2 Referencias de fuentes electrónicas:

www.atelier-brueckner.de

www.esmoarte.com

www.tallercreativo.info

www.londondesignfestival.com

www.kingmiranda.com

www.intervento.com

www.vgomezdecoracion.com

www.empty.es