

16	1. Introducción
16	1.1. Definición del objeto de estudio
20	1.2. Objetivos de la investigación
21	1.3. Metodología
21	1.4. Estructura de la investigación
24	2. Los museos y sus funciones. La era del diálogo
29	2.1. La difusión cultural del patrimonio y sus fines. El cambio de paradigma en las funciones del museo
30	2.2. El museo como espacio: análisis del museo dentro del marco general de la comunicación
33	2.3. La democratización de la información: acercando el museo a todas las personas
36	2.4. La educación en el museo. Más allá de la exposición de información
38	2.4.1. El origen del museo como herramienta formativa para la población
40	2.4.2. La escuela moderna y las nuevas posibilidades didácticas de los objetos
41	2.4.3. La educación permanente y la educación a lo largo de la vida. La distinción de modelos educativos
46	2.5. La evolución del objeto como instrumento didáctico
46	2.5.1. Narrativas a partir del patrimonio
48	2.5.2. Decodificando el objeto y sus múltiples significados
50	2.5.3. El método de análisis objetual
54	2.5.4. La actualización del concepto patrimonio. Nuevas lecturas más allá del bien material

56	2.5.5. La dimensión humana del patrimonio
59	2.5.6. La educación patrimonial: con, del, para, desde y hacia el patrimonio
61	2.6. El museo y su relación con los públicos
61	2.6.1. La publicidad o comunicación comercial del museo
68	2.6.2. La influencia de internet y las redes sociales en la imagen y comunicación del museo: la interacción con el usuario
73	2.6.3. Ampliando la experiencia de visita: jugar con el museo dentro y fuera del museo
80	3. La comunicación del discurso en el espacio: la interpretación gráfica
81	3.1. La interpretación del patrimonio como técnica de traducción de ideas y conceptos
87	3.2. Provocación, no instrucción. Más allá de la mera presentación de información
89	3.3. La elaboración de la estrategia de contenido: conceptualización y organización de las ideas para establecer una interpretación eficaz
95	3.4. Modalidades de interpretación
99	3.5. El factor emocional en la narración de historias
112	3.6. Caso de estudio: «Cultura Politécnica. Habitar el presente, construir el futuro»
112	3.6.1. Contexto del proyecto
114	3.6.2. La elaboración de la estrategia comunicativa y definición del proyecto de comunicación gráfica
116	3.6.3. Descripción del contenido y recorrido
122	3.6.4. Evaluación del proyecto y conclusiones

124	4. Del discurso expositivo a los elementos gráficos
125	4.1. El contenido de los elementos gráficos de una exposición
129	4.2. Los sistemas de señales de orientación para el público
132	4.3. Los elementos gráficos de una exposición: tipos, funciones, usos y ejemplos
145	4.4. Pautas de diseño aplicadas a la gráfica expositiva
145	4.4.1. Las exposiciones inclusivas: el diseño para todos
149	4.4.2. Consideraciones sobre diseño, tipografía, composición de textos y recursos gráficos en museografía
150	4.4.2.1. Colocación de los elementos: ubicación y alturas
150	4.4.2.2. Ordenación el discurso y jerarquía visual
153	4.4.2.3. Tipografía y composición de textos
156	4.4.2.4. Iconos, símbolos, pictogramas
163	4.4.2.5. Sistemas de comunicación accesible
165	4.4.2.6. Infografías y diagramas
173	4.4.3. Soluciones gráficas para el diseño de sistemas de jerarquías en museografía
179	4.4.4. El poder comunicativo de la tipografía
187	4.5. Condicionantes para el diseño gráfico aplicado a exposiciones
196	4.6. El diseño de espacios didácticos en el museo
197	4.6.1. Los laboratorios participativos del MoMA
206	4.6.2. Espacios de aprendizaje y participación para adultos
210	5. Diseño de exposiciones bajo criterios de sostenibilidad
210	5.1. Conceptos sobre ecología y sostenibilidad
212	5.1.1. La ecoeficiencia y los movimientos de residuos cero

214	5.1.2. Relación entre sostenibilidad y diseño: la huella ecológica y la ecoefectividad (Cradle to Cradle)
219	5.1.3. La circularidad frente al actual sistema productivo lineal
225	5.1.4. Hacia una museografía sostenible
229	5.2. El proceso de diseño y producción de una exposición
230	5.2.1. Tipos de exposiciones y sus características
232	5.2.2. El ciclo de producción de una exposición
236	5.3. La sostenibilidad en el diseño y producción de exposiciones
236	5.3.1. Términos generales y pautas para controlar el impacto medioambiental en la producción de exposiciones
241	5.3.2. Soluciones creativas y formales a partir de materiales sostenibles para el diseño de exposiciones temporales e itinerantes
247	5.3.3. Producción sostenible de soportes de comunicación: materiales e impresión
262	5.3.4. La tecnología como variable para la producción física de soportes de comunicación
269	5.4. Cambio de paradigma en el diseño de exposiciones
269	5.4.1. Casos de estudio
286	5.4.2. Retos y perspectivas de futuro
296	6. Conclusiones
300	7. Referencias