



Universidad de  
**San Andrés**

Universidad de San Andrés  
Departamento de Humanidades  
Licenciatura en Diseño

**Rediseño del catálogo tradicional de exhibición del MALBA**

**Almuna:** Isabella Di Pasquale  
**Legajo:** 30070  
**Mentor:** Federico De Rosso  
**Lugar:** Buenos Aires, Argentina  
**Fecha:** 20/12/2022

## Resumen

La revolución tecnológica ha modificado las prácticas de lectura debido a la innovación en dispositivos y soportes de lectura. En ese contexto, el presente trabajo analiza los desafíos que enfrenta el Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires en relación con el actual catálogo de muestra para ofrecer una solución a través del rediseño del mismo. Para dar forma al producto, se toman en cuenta las tendencias, los cambios y las estrategias que los nuevos lectores han adoptado en los últimos años. Para llevar adelante esta labor, por un lado, se indaga en las posibles razones que pueden justificar la escasa venta del catálogo del museo. Por otro lado, se presenta la propuesta del sistema-solución que consiste en el rediseño en formato bolsillo del tradicional catálogo. Este producto constituye una alternativa que se ajusta a los nuevos públicos que ha captado dicho museo.

**Palabras clave:** Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires; MALBA; dispositivos; soportes de lectura; catálogo de exhibición tradicional; museos; diseño; guía.

## Abstract

The technological revolution has modified reading practices due to innovation in devices and reading mediums. In this context, the present work analyzes the challenges faced by the Museum of Latin American Art of Buenos Aires in relation to the current sample catalog to offer a solution through its redesign. To shape the product, the trends, changes and strategies that new readers have adopted in recent years are taken into account. To carry out this work, on the one hand, it investigates the possible reasons that may justify the low sales of the museum's catalog. On the other hand, the proposal of the system-solution that consists of the redesign in pocket format of the traditional catalog is presented. This product constitutes an alternative that adjusts to the new audiences that said museum has captured.

## Key words:

Museum of Latin American Art of Buenos Aires; MALBA; reading devices; traditional exhibition catalog; museum catalog; design; museums; guide.

## Índice

<b>1. Introducción</b> .....	3
<b>2. Investigación</b> .....	5
<b>Objetivos de investigación</b> .....	5
<b>El rol del catálogo de exhibición</b> .....	5
<b>La importancia del papel</b> .....	7
<b>El museo, el espectador y la semiología de la imagen</b> .....	12
<b>3. Oportunidad</b> .....	15
<b>Introducción</b> .....	15
<b>Propuesta</b> .....	17
<b>4. Sistema-Solución</b> .....	19
<b>Producto</b> .....	19
<b>Producción</b> .....	21
<b>Venta y promoción</b> .....	21
<b>Diseño</b> .....	22
<b>Recorrido MALBA</b> .....	22
<b>Artista</b> .....	23
<b>Texto crítico</b> .....	23
<b>Ahora vos</b> .....	24
<b>Preguntas y respuestas</b> .....	24
<b>¿Sabías qué?</b> .....	25
<b>Juego</b> .....	26
<b>Sopa de letras</b> .....	26
<b>Diferencias</b> .....	26
<b>Tu obra</b> .....	26
<b>Tu obra</b> .....	27
<b>Completá los espacios</b> .....	27
<b>Collage</b> .....	27
<b>Introspección</b> .....	28
<b>Stickers</b> .....	28
<b>Feedback</b> .....	28
<b>Bolsillo</b> .....	29
<b>5. Conclusión</b> .....	29
<b>6. Bibliografía</b> .....	34
<b>7. Anexos</b> .....	29

## 1. Introducción

El Museo de Arte Latinoamericano (MALBA), fundado en 2001, es una institución privada sin fines de lucro que tiene el objetivo de coleccionar, preservar, investigar y difundir el arte latinoamericano. Su única sede, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, conserva y exhibe aproximadamente 700 obras a través de exposiciones temporales y, también, cuenta con una colección permanente. Es el segundo museo más visitado de Argentina y logró un reconocimiento a nivel mundial llevando a cabo intercambios con museos sumamente prestigiosos como el MoMA, el Met y la Pinacoteca de Sao Paulo.

Asimismo se desarrollan actividades culturales y educativas a través de distintos soportes, como el cine, la literatura y el diseño, al igual que una innovadora propuesta para involucrar a las generaciones más jóvenes llamada Malba Joven. Cuenta también con la Tienda Malba donde se venden los catálogos de exhibición, libros de literatura y demás publicaciones editadas por el museo que también se encuentran a la venta en su página web. Las publicaciones del museo varían desde un catálogo de exhibición, libros de literatura, hasta una revista. Sin embargo, el museo todavía no cuenta con un sello editorial propio, por lo que este tipo de materiales se gestionan internamente.

El desafío actual con el que se encuentra el MALBA es imaginar nuevas experiencias de transferencia de lecturas. Los comitentes del museo, Leandro Chiappa y Guadalupe Requena, comentaron que desde 2019 el público demanda una guía de obras maestras que aún no existe por parte del MALBA. A esta la reemplaza el catálogo de muestras temporales y permanentes tradicional, pero que no cumple la misma función. El catálogo tradicional es grande, pesado, costoso y poco sustentable, pero tiene un valor agregado de colección y decoración. A pesar de eso, el 90% de las publicaciones son de catálogo, y solamente el 5% corresponde a literatura, es decir, un rango amplio de temáticas no necesariamente relacionadas con las muestras del museo. Por su parte, el catálogo de exhibición, utilizado universalmente en todos los museos, no resulta muy atractivo para el público, generando una gran cantidad sobrante de libros en stock. Es importante destacar que con cada nueva exposición temporal, se producen entre 1000 y 2000 unidades solamente del catálogo de exhibición. En comparación, los libros de bolsillo, que son categorizados bajo libros de literatura, actualmente se producen como iniciativas esporádicas, pero son casualmente las publicaciones que se agotan, cuenta Chiappa. Por lo cual, es importante cuestionar las prioridades editoriales del museo.

A partir de esta necesidad, se puede comprender el interés del MALBA por querer innovar y reinventar su propuesta editorial, dado que es una institución que está al tanto de las tendencias y los hábitos culturales de su público. Por eso, el desafío al que se enfrenta hoy es imaginar nuevas experiencias de transferencia de conocimiento a través de la lectura desde su lugar de prestigio, posicionándose como un referente que pueda aportar valor a las experiencias culturales que ofrece, manteniendo su propia identidad, pero participando de las tendencias contemporáneas, teniendo en cuenta los cambiantes patrones de consumo y de contenidos, principalmente los culturales.

Para resolver los desafíos que presenta, el museo plantea necesidades, objetivos y expectativas para llevar a cabo el desarrollo de la solución. Estos son:

1. Desarrollar formas más eficientes de transferencia de conocimiento a través de la lectura.
2. Integrar la producción de MALBA a partir de la definición de una identidad editorial que le garantice una “mirada curatorial” a lector.
3. Proyectar escenarios posibles en el 2026 que posicionen a MALBA como generador de contenido teniendo en cuenta que los lectores pueden tener un rol tanto pasivo como activo.

Frente al desafío, como diseñadora, es menester indagar los estímulos sensoriales que los lectores del catálogo reciben, debido a que hace más productiva la experiencia cultural con el museo. Para continuar con claridad, se llamarán lectores a los usuarios que consumen el material de lectura del Museo, específicamente el catálogo, y se llamarán espectadores los usuarios que acuden al museo en búsqueda de interpretar una obra.

Por lo tanto, teniendo en cuenta los desafíos, objetivos y expectativas del museo a la hora de reinventar su propuesta editorial, se desarrollará un rediseño del catálogo de muestra tradicional del museo. Esto permite implementar un catálogo alternativo, que transforme la lectura del catálogo, para darle a la institución un nuevo enfoque en la producción de dicho material. De esta manera, se atiende la demanda originada por el público del museo hecha en 2019, además de los nuevos públicos que demandan orientación en las visitas al museo y una resolución a la problemática presentada sobrante de stock de los libros tradicionales de muestra. En este trabajo se describirá el proceso de diseño de este catálogo alternativo y justificará la decisión de la implementación de dicha solución, llamada “Apropia”.

## 2. Investigación:

### Objetivos de investigación:

Esta investigación parte de la premisa dictada por el comitente MALBA en una entrevista ofrecida por las autoridades del museo: **Imaginar nuevas experiencias de transferencia de conocimiento a través de la lectura, donde MALBA pueda aportar valor desde una mirada tan propia como contemporánea, que considere los cambiantes patrones de consumo de contenidos, y particularmente los culturales.**

A partir de esto surgen nuevas preguntas que servirán como parámetro, guía y disparadores para el desarrollo del siguiente trabajo. ¿Qué rol tiene el catálogo de muestra? ¿Cómo cambia este rol en la era de la digitalización de los libros? ¿Es importante mantener el catálogo de exhibición en papel? ¿Qué sucede si alguien sin conocimiento crítico va a un museo? ¿Si quiere profundizar su conocimiento de la muestra? ¿Puede ser la lectura un facilitador para la interpretación de las obras? ¿Puede usarse como herramienta para la apreciación artística? ¿Existe algún método para universalizar los elementos de interpretación de una obra de arte? ¿Cómo se puede aplicar la semiótica de la imagen en la interpretación del arte?

Estas preguntas son necesarias para poder llevar a cabo la investigación y hacer foco en cómo se desarrolla la solución, habiendo analizado el problema en profundidad.

La investigación se va a estructurar de la siguiente manera: en primer lugar, la *introducción*, donde se presentará la problemática y la investigación que se llevará a cabo para poder entender el contexto de este y así, en segundo lugar, presentar la *oportunidad* que identificará la solución a dicho problema y cómo se llevará a cabo su desarrollo, en lo que sería el *sistema-solución*.

### El rol del catálogo de exhibición

Para comenzar, es importante definir que es un catálogo. El Comité Asesor de Catalogación de la Sociedad de Bibliotecas de Artes de Norte América describe al catálogo de muestra como una “obra publicada con fin de documentar una exposición, donde se incluye una lista de obras expuestas. Puede o no contener información adicional, como ilustraciones, ensayos introductorios, análisis de las obras de arte, información biográfica de los artistas, etc (Cataloging Advisory Committee, 2008, pp.2). Ahora, el catálogo de muestra del MALBA se caracteriza por, en primer lugar, contar con todas las obras que han sido expuestas en la

muestra pertinente, junto a una selección de textos en inglés y español. En segundo lugar, un ensayo curatorial escrito por un profesional con expertise en el tema que abarca la muestra y el tipo de arte, es decir, moderno, abstracto, etc. Y en tercer lugar, un texto, ensayo, entrevista o información adicional pertinente por diversos autores especializados.

Pero, ¿qué rol ocupa en un museo? Tradicionalmente, los catálogos de muestra son un componente crítico de la misión de los museos. Permiten un acercamiento más profundo y analítico de la muestra, artista u obras específicas disponible al público para poder tener un pequeño fragmento de la muestra en el hogar. Son reveladores leales de las actividades públicas de la institución y aseguran que la muestra mantenga un lugar en la historia. Logran convertirse en un recurso vital para los aficionados, curadores, amantes del arte o los investigadores, como también objetos de valor propio y de colección a lo largo de su ciclo de vida (Cano, 2017).

Según un artículo publicado en la biblioteca digital de la Universidad de Toronto llamado *Why exhibition catalogues?* (2022), los catálogos son un tipo de literatura muy importante en la historia del arte ya que proveen documentación extensa y curada sobre y en relación con los elementos expuestos en el museo o la galería. Asimismo, como se mencionó anteriormente, facilitan nuevos conocimientos académicos a través de ensayos temáticos de curadores y académicos. Hasta las últimas décadas, la mayoría de los catálogos de exposiciones eran chicos y simples. En su mayoría, tomaban el estilo de una *checklist*, enumerando el título de la obra, las dimensiones, el medio y el creador. Ahora, los catálogos de exhibición se asemejan a la forma editorial de libros sustanciales que contienen una introducción, ensayos, obras mostradas, imágenes en color nítidas en papel brillante, una bibliografía y, a veces, un índice. Suelen ser de tapa dura y con una extensión de más de 150 páginas. Pero, más allá de la utilidad intelectual que pueda aportar el catálogo, tiene, también, un valor agregado que trasciende su usabilidad; una muestra no está completa sin un objeto duradero que pruebe su existencia. Un catálogo permite la posibilidad de acceder a obras de arte en la comodidad del hogar que usualmente pueden ser inaccesibles de acceder y ver en persona o no están disponibles en internet. Pero no solamente debe poder venderse como catálogo de exhibición, sino como un gran libro de referencia independientemente de la exhibición

El catálogo es más que el recuerdo tangible de una muestra, es aquello que posiciona la en un determinado nivel, dependiendo el tipo de catálogo, su diseño, la elección del papel y de la tapa. Pero también es importante remarcar la crisis del papel que existe hoy en día, que no solo afecta a la Argentina, sino también al resto del mundo, específicamente en la producción de libros y catálogos, aumentando costos y

contando con una gran falta de materia prima. Esta crisis comienza desde el 2020 con el golpe de la pandemia mundial causada por el coronavirus, la cual llega a la Argentina en el 2022, según cuenta Pablo Raimondi en un artículo de *Infobae* (2022) sobre la crisis del papel. Esta problemática aumenta los costos de producción, especialmente de los catálogos de muestra ya que generalmente cuentan con más de 150 páginas de alta calidad y tapa dura.

En Estados Unidos, según el artículo *Do Exhibition Catalogues Have A Future? What Is It?* escrito por Judith H. Dobrzynski en *Arts Journal* (2010), varios museos optaron por salir de la producción del catálogo tradicional y ofrecer una impresión *on-demand* de ciertos catálogos como lo hizo el Los Angeles County Museum of Art, o directamente no ofrecer ningún catálogo impreso, sino un una guía de galería digital que permitiría a los visitantes online “caminar” por la exhibición remota. Pero, el diseño alternativo del catálogo tradicional más pertinente para este trabajo es del Brooklyn Museum, que a partir del 2002 incorporó una nueva versión miniatura del catálogo, para aquellas exhibiciones pequeñas con un presupuesto más acotado, el cual no permite la producción y publicación de un catálogo tradicional. Estos catálogos pequeños, o como los llama Dobrzynski, “folleto grande”, son generalmente de 15 x 23 cm, de encuadernación dura, con menos de 100 páginas e impresos con las prensas de serigrafía de cuatro colores que hay en el museo. La iniciativa de un catálogo de tamaño bolsillo solucionaría la problemática de costos de producción, y además la falta de ventas del catálogo de exhibición tradicional, ya que es caro y pesado.

Igualmente, si bien los catálogos son esa pieza final que permite que la muestra perdure en el tiempo, es importante preguntarse cómo afecta la era de la digitalización a estos catálogos.

### **La importancia del papel**

A lo largo de estas últimas décadas, en lo que se considera la era digital, la relación de la sociedad frente a la tecnología cambió exponencialmente. Lo que para los jóvenes de 1980 era algo novedoso, hoy es algo completamente cotidiano y está formalmente instaurado en la rutina tanto de los jóvenes como de los adultos. Esto se puede ver día a día, en la vida de cada uno. Lo primero que se hace al despertarse es revisar el celular, y lo último que se hace antes de irse a dormir es mirar el celular. Actualmente la sociedad está en contacto con absolutamente todo y todos las veinticuatro horas del día. Todo está disponible en la palma de la mano, ya no se tiene que esperar a terminar de leer el libro para saber el final, ni preguntarle a los mayores las preguntas o cuestionamientos de la vida, el teléfono se convierte en el profesor, en el mayor confidente y de leales respuestas sin juzgar la pregunta. Según el artículo escrito por Nicolas Carr



publicado en *The Wall Street Journal* (2017), evidencia que, si bien nuestros teléfonos ofrecen comodidad y diversión, también generan ansiedad, ya que su extraordinaria utilidad ofrece un control sin precedentes sobre la atención y una gran influencia sobre el pensamiento y comportamiento.

Pero, ¿cómo afecta esto a la lectura y al consumo de libros en papel? El surgimiento de los *e-books* plantean una supuesta guerra silenciosa entre los libros en papel y los libros digitales. Muchos consideraron que, con la llegada de estos dispositivos, iba a ser el final de los libros en papel, y que para este momento estarían muertos, según afirma Brandon Keim, en un artículo que escribió para la revista *Wired* en el 2014. Pero es 2021. Y, si bien como se mencionó anteriormente hay una crisis del papel, el libro físico no planea irse a ningún lado, y hasta este mismo artículo lo llama el dispositivo inteligente del futuro. Pero, ¿por qué? La lectura digital, precisamente a través de los *e-readers* —dispositivos que soportan las lecturas digitales como el Amazon Kindle, el Kobo Clara HD, Barnes & Nobles Nook, entre otros— tiene beneficios como la posibilidad de leer en cualquier lugar, tiempo y forma, y cargar una gran cantidad de libros dentro de un aparato pequeño y ligero. Pero, como menciona Ferris Jabr en el artículo sobre la mente lectora en la era digital para la revista *Scientific American* (2013), la evidencia de varios experimentos, encuestas e informes que son mencionados en el artículo, indican que las pantallas y los *e-readers* no logran recrear adecuadamente ciertas experiencias táctiles que conlleva la lectura en papel.

Estas impiden que las personas puedan navegar por los textos de manera intuitiva, presentando dificultades que inhiben la comprensión lectora. Asimismo, en comparación con el papel, las pantallas pueden agotar más los recursos mentales mientras uno lee y hacer que sea más difícil recordar lo leído previamente. Ya sea un acto consciente o no, muchas personas se acercan a las computadoras y tablets con un estado de ánimo menos propicio para el aprendizaje que el que llevan al papel.

En el mismo artículo de *Scientific American* (2014), donde se recupera el trabajo de Abigail Sellen, de Microsoft Research Cambridge en Inglaterra y la co-autora de *The Myth of the Paperless Office*, que sostiene la importancia del sentimiento implícito de saber por que parte del libro uno va. Por el contrario, el libro digital no ofrece esa misma experiencia.

Esto demuestra la importancia y el valor agregado que tiene leer en papel. El libro digital no toma en cuenta la relación que se formó a lo largo de los años entre el lector y el libro, lo que eso genera en uno y la sensación de escape que puede presentar “perdersé” en las hojas de un libro. El lector puede enfocarse en una única página del libro de papel sin perder de vista el resto del texto, puede ver dónde comienza y dónde termina esa página en relación a los bordes. Hasta puede sentir el grosor de las páginas y cómo

afecta al tacto al cambiar de hoja. En libro de papel estimula los sentidos visuales, y táctiles, y puede también estimular el olfato, con el olor a libro nuevo o libro usado. Para los lectores de papel la importancia de poder hacer un seguimiento del avance y el ritmo que lleva durante la lectura.

A su vez, un estudio llevado a cabo en Noruega, llevado a cabo por Mangen, A., Walgermo, B. & Brønnick, K. (2013), que investiga el potencial impacto de la modalidad de lectura en ciertos aspectos de la comprensión lectora en estudiantes, concluye que la lectura de narrativa lineal y textos expositivos a través de pantallas lleva a una lectura mucho más pobre que la lectura en papel. Es decir, la lectura digital, si bien resulta útil en determinadas circunstancias, no aporta a una absorción completa de la comprensión lectora, y como se discutió anteriormente, puede llevar a disminución de atención y retención de lo leído. Por lo tanto, aunque es más cómodo acceder al contenido digital, lo que conlleva el de leer un libro en papel genera un momento más íntimo y de mayor ganancia de conocimiento.

En consecuencia del crecimiento y el avance tecnológico, es evidente que la lectura digital, los *e-books* y los *e-readers* crezcan con el paso del tiempo, a tal punto que el debate de digital o papel ya no será necesario, y finalmente podrán convivir ambos sin poner en juego la existencia del uno o el otro. Mientras tanto, para este trabajo, es importante destacar los beneficios del papel y porque es un recurso más útil para diseñar un catálogo de muestras que un libro digital o online. El libro físico permite jugar con sus superficies, apropiarse del texto, modificarlo, tacharlo con lápiz, pasar la mano por una tapa aterciopelada, y admirar las características de la impresión y el tipo de papel que fueron debatidos por largo tiempo. Para esta propuesta, el papel es el material perfecto, porque permite la interacción del visitante con el libro, admirar y poder poseer una versión pequeña y de alta calidad de las obras de una muestra preferida.

Asimismo, el libro permite y genera una experiencia y una relación entre libro y lector, que es necesario para el desarrollo de la propuesta para el MALBA. Requiere una toma de decisión con respecto al peso, al volumen, al tamaño, y al diseño a la hora de su venta. Para los más aficionados, la tipografía, los colores, los materiales y la calidad del libro también es importante. Pero todas estas cosas son factores que luego favorecen al libro, en este caso al catálogo, a la hora de elegir llevarlo.

Un gran valor en favor del libro es la experiencia subjetiva que genera frente al lector. Es individual y única entre cada individuo y su objeto, pero es una relación, a través del papel, que el libro en versión digital jamás podrá igualar. El objeto libro da lugar a un vínculo trascendental entre el lector y el objeto, en

donde la persona logra apropiarse por determinado tiempo del ejemplar. Es una experiencia inmersiva y sensorial, táctil, olfativa, visual, y motriz. El usuario puede doblar las esquinas, escribir una nota, subrayar, y tiene un componente nostálgico, de recuerdo y memoria. El olor a libro nuevo, a libro viejo, el color de las hojas. Todas estas características forman parte de la experiencia subjetiva del lector y de su vínculo con el objeto.

La experiencia subjetiva del lector se ve influenciada por muchos factores, ya sea desde su contexto físico, como el lugar, el sonido, el ambiente, el diseño, la estructura y el desplazamiento espacial. Estos factores condicionan la experiencia y las emociones que pueden llegar a sentir las personas frente a una situación específica. Es decir, cada experiencia va a ser única e independiente del propio lector, tomando en consideración el contexto físico del lugar, el contexto propio de la persona, y los demás factores que contribuyen a la subjetividad.

Un estudio realizado por Centro Regional Para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe–Unesco (CERLALC, 2018) profundiza sobre una prueba realizada en Cambridge sobre un grupo de estudiantes al cual se lo dividió en tres, dándole a cada pequeño grupo el contenido de estudio en distintos soportes: al primero en papel, al segundo tanto en papel como digital y al último solo en digital. Los resultados fueron sorprendentes, ya que evidenciaron que los estudiantes con soporte de papel obtuvieron calificaciones sumamente más altas que el resto de los grupos. Estos explicaron que al poder interactuar físicamente con el contenido se mejoró notablemente la adquisición y contención de conocimiento. Se realizó una encuesta para esta investigación a través de Google Forms a una muestra de 155 personas entre 22 y 60 años conformada por 20 preguntas de carácter cuantitativo. A continuación con el argumento establecido anteriormente, la encuesta revela que el 71,6% de los encuestados prefieren el papel como soporte de lectura, como se puede ver en la Figura 1.

## ¿Qué soporte usas para leer?

155 respuestas

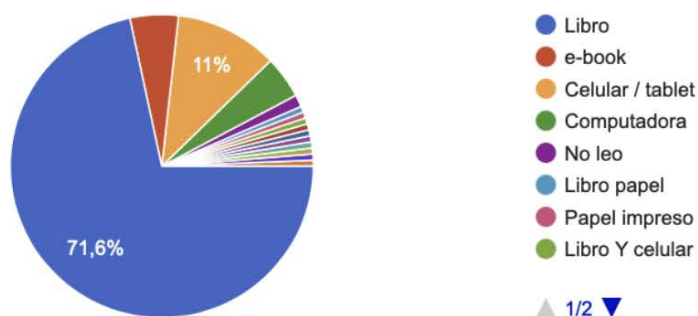


Figura 1: Encuesta sobre los soportes de lectura

Pero, ¿cómo se traduce toda esta información al rediseño del catálogo de exhibición para el MALBA? Es importante tener en cuenta las preferencias y las modalidades de usos de los consumidores del museo para poder solucionar las problemáticas mencionadas por el MALBA de la mejor manera posible, analizando los factores y las variantes que puedan afectar la solución. De esta manera, se puede ver que el papel como soporte de lectura tiene un valor agregado abundantemente mayor y se alinea con los objetivos tanto del museo como de la solución a ser presentada. La idea de este rediseño de catálogo es poder trasladar el contenido del catálogo de muestra tradicional a un soporte más sencillo, accesible y cómodo, pero que refresque la mirada del consumidor. De este modo, se dará al MALBA un posicionamiento más relevante entre los jóvenes y una oportunidad de constituirse como pionero en la innovación. El catálogo actual no cumple con los objetivos de venta del museo, y, consecuentemente, tampoco con las expectativas de los visitantes. El papel como material es fundamental para el desarrollo de este catálogo de exhibición alternativo, al que se llamará guía.

Asimismo, se puede mencionar, dentro de las nuevas tecnologías, los libros interactivos y sus beneficios a la hora de incorporar conocimiento y apropiarse de un texto. En 2007 se publica un libro interactivo llamado *Wreck this journal*, ligado a las actividades individuales y grupales entre jóvenes, pero se transforma en un *boom* en 2014 con la llegada de las redes sociales. Según *Medium* (2021), hoy en día hay diversas opciones de libros interactivos para niños y adultos, que van desde aquellos para colorear, los orientados a hacer tu propio final hasta los de autoayuda. Los libros interactivos generan una fuerte relación con el lector ya que requieren un nivel de atención específico para llevar a cabo las actividades propuestas. Y proponen de esta manera, un espacio para generar un recuerdo. Esto es lo que se busca

como objetivo, asimismo, para la ideación de la guía.

Finalmente, varias instituciones y compañías lograron innovar en el desarrollo de sus productos, por ejemplo, el MoMA optó por digitalizar sus colecciones, lo cual permite expandir el radio de usuarios, el Tate Modern por el lado de la gamificación y creando un juego para que los usuarios aprendan la historia del arte a través del entretenimiento. Por otro lado, Google Arts & Culture brinda la posibilidad de poder recorrer virtualmente los museos de todo el mundo a través de imágenes y videos. Como se mencionó anteriormente, el Brooklyn Museum en 2002 con el lanzamiento de su catálogo miniatura, entre otros. El MALBA, siendo el primer museo en Argentina en presentar un catálogo alternativo, quedaría plasmado como un pionero e innovador en su industria.

### **El museo, el espectador y la semiología de la imagen**

Para profundizar la comprensión para el desarrollo de la oportunidad, es importante contextualizar al museo en la actualidad y la experiencia del espectador dentro de él.

En el 2001, Umberto Eco brindó una conferencia en el Museo Guggenheim de Bilbao sobre la relación entre Semiótica y Museo, donde cita a Paul Valéry en un texto de 1923, afirma “el oído no aguantaría a 10 orquestas tocando juntas” (Eco, Pezzini, 2014, p.16). Esto hace referencia a su clasificación del museo tradicional y el museo moderno. El museo tradicional, según Eco, tiene tres características que lo definen: es oscuro, silencioso y poco amigable, hay una falta de contextualización para situar las obras singulares y un exceso de estimulación visual y una abundancia de obras de arte e historia. El museo moderno resuelve las primeras dos de características que mejoran la experiencia del espectador en su visita; siendo espacioso, amistoso y con una distribución del espacio en relación entre contexto y obra. Pero, ¿qué sucede con la tercera característica? No es posible hacer un rediseño inmediato de la distribución de espacios y obras en un museo, y la presentación de una sola obra en un espacio presenta una gran dificultad en términos de estrategia, presupuesto y objetivos del museo. Pero sí se puede rediseñar la experiencia del espectador frente a la obra.

¿Quién es el espectador?, ¿Qué tipo de espectador es?, ¿Quiénes van al museo? El Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires, es, por defecto, un espacio turístico. Según Juan Batalla, en un artículo publicado en Infobae en septiembre de 2021, el MALBA recibe un promedio anual de 500 mil visitantes al año (pre pandemia) y siendo el 35% turistas extranjeros. En forma paralela, no existe guía turística

internacional que recorra Buenos Aires que no incluya al MALBA como un punto ineludible. De igual manera, una encuesta publicada en el artículo “El Malba, entre los 25 museos elegidos por los viajeros del mundo” del diario *Clarín* en 2015 establece que el 43% de los visitantes son del extranjero, consecuentemente dejando el 57% de los otros visitantes como locales.

Asimismo, según el comitente y sus representantes, en un intercambio de preguntas y respuestas con la participación de Leandro Chiappa, director editorial, y Guadalupe Requena directora institucional, en septiembre de 2021, establecieron que el público se puede dividir en dos: público general y público especializado. En la primera categoría entran quienes acuden al MALBA como un espacio introductorio al mundo del arte, y en la siguiente, las personas que se consideran de la escena del arte y que se relacionan con el arte en su día cotidiano. Entre el 80 y 90% de los visitantes son de la primera categoría del público general, con un promedio de visita de una a dos horas máximo.

¿Qué sucede si alguien sin conocimiento crítico va a un museo?, ¿Qué sucede si alguien quiere leer el catálogo mientras ve la obra también?, ¿Si quiere profundizar su conocimiento de la muestra?, ¿Si no sabe cómo interpretar una obra? Las encuestas realizadas para la investigación de este escrito confirman que el 97% de los encuestados suelen no comprender las obras, el 64% no hace nada al respecto y al 89% le gustaría que hubiera alguna ayuda para interpretar las obras.

Si bien el museo provee contextualización a través de los textos de muestra, según un estudio por el Art Institute of Chicago (Smith et al., 2016) en sondeo realizado a 456 personas, resulta que 210 no leyeron los textos de muestra. La cantidad media de tiempo que se tomaron para mirar obras sin leer el texto de muestra fue 23.46 segundos, leyendo el texto y observando las obras fue de 30.04 y el total entre ambos fue de 28.63 segundos. Si bien hay variables como la cantidad de obras o muestras que hay en un museo para ver, se puede concluir que, sin leer los textos, 23.46 segundos es relativamente poco para observar, analizar, entender y conectar con una obra.

Pero, ¿Por qué es importante entender el arte? ¿Y cómo lo entendemos? Es de suma importancia para el desarrollo de esta propuesta, y la explicación de cómo entender el arte, destacar la semiología de la imagen y su significado. La semiología es “el estudio de los signos y su interpretación, explicando cómo percibe el ser humano su entorno y qué significado le otorga” dice Jorge Luis Huerta (2014) en un artículo de la revista *Forbes* de México. La semiótica tiene en cuenta la relación y los procesos de sentido y significación, que son subjetivos a cada individuo y a cada proceso de interpretación.

Umberto Eco, que fue quien propuso uno de los acercamientos más importantes de la semiótica moderna, sostiene en su libro *Tratado de Semiótica General* (2000 [1975]), que un código es “un sistema de significación que reúne entidades presentes y entidades ausentes” (p.25). Siempre y cuando una cosa presente de forma material al sujeto represente una cosa distinta “a partir de las reglas subyacentes, hay significación” (p.25). Para que se establezca una relación de significación debe haber un código que establezca una relación de correspondencia entre lo que se desea representar y lo que es representado. De esta manera “un sistema de significación es una construcción semiótica autónoma que posee modalidades de existencia totalmente abstractas, independientes de cualquier posible acto de comunicación que las actualice” (p.25)

Es decir, la semiótica es un concepto que establece una relación entre un objeto y su representación, y la representación que le otorga el destinatario independientemente de su significado original.

Si bien no existe una única manera de interpretar una obra de arte, ya que depende de cada individuo, su percepción y la cultura o sociedad que lo rodea y forma su mecanismo de pensamiento, la interpretación del espectador es quien completa y termina de dar forma al código de lectura. Cada obra tiene su propio código de lectura, tomando en cuenta, y en relación con, el contexto biográfico del artista, el contexto en el cual la obra fue hecha, la temática y la significación de los símbolos utilizados. Al realizar una obra, el artista delega el rol del significado e interpretación al espectador, y esta interpretación está condicionada, en cierto punto, por los elementos políticos, sociales, económicos e históricos, tanto de artista como de espectador, según una nota escrita por Hugo Rodríguez en *Crehana* (2021).

Por ejemplo, la imagen de una manzana como significante de la cultura Occidental. Si bien la imagen de la manzana *per se* denota a una fruta, lo cual es su significado literal, también está la representación de esa imagen tomando en cuenta la historia de Adán y Eva que, básicamente, ha formado a la cultura Occidental. La manzana es un símbolo de pasión, pecado, tentación, gracias a la historia bíblica, por lo tanto, si bien la imagen tiene un significado literal universal, también da lugar a la interpretación a través de un simbolismo más profundo que es consecuencia de la sociedad Occidental y la cultura que la rodea (Thipphawong, 2020).

Asimismo, según Erwin Panofsky en su libro *El significado de las artes visuales* (1987), de manera resumida, los tres pasos más importantes para entender el arte, son mirar, observar y pensar. Panofsky desarrolló tres métodos para la interpretación de una obra. En primer lugar, la significación primaria o natural, que consiste en la interpretación de significado a través del reconocimiento de contenido



familiar. Es decir, la interpretación de líneas, formas o iconografías de una obra como objetos naturales, humanos o demás. Esta primera instancia es mirar.

En segundo lugar, la significación secundaria o convencional, que habla sobre la observación y el entendimiento de los conceptos observados. Es decir, luego de interpretar y asociar los conceptos con nuestra experiencia, se puede profundizar sobre el análisis de una obra. Una vez que entendemos un concepto como tal de forma familiar, se acude a la observación para interpretar con alegorías su significado.

En tercer lugar, la significación intrínseca o contenido, que evoca el pensamiento, la interpretación y/o análisis de la obra en base a todos los elementos discernidos con anterioridad. Adicionalmente, la obra se vincula con el contexto. En palabras de Panovsky la "mentalidad básica subyacente de una nación, un período, una clase, una creencia religiosa o filosófica, calificada inconscientemente por una personalidad y condensada en una obra" (Panovsky, 1987, p. 49).

## **2. Oportunidad**

### **Introducción**

A partir de la investigación previa fue posible entender el funcionamiento de un catálogo de exhibición, la tradición y el diseño clásico, casi estereotípico, que lleva, casi como la responsabilidad de mantener el legado de una familia a lo largo de los años. Actualmente, para el MALBA, el catálogo tradicional no cumple con las expectativas de ventas y se convierte en un problema para el museo ya que con la actual crisis del papel en Argentina, los costos de producción aumentan considerablemente.

En forma paralela, si con anterioridad se consideraba que la digitalización representaba una potencial amenaza, actualmente se puede establecer que los soportes de lectura digital no compiten bajo ninguna circunstancia con los libros en papel, ya que son dos objetos completamente diferentes y uno no cancela el otro. Igualmente, cabe destacar, que cada soporte y método de lectura tiene un significado y un peso a la hora de utilizarlo y del impacto que puede generar en el lector. Para este caso, como se vió previamente, el libro en papel va de la mano con los ideales, objetivos y valores tanto del museo como de la nueva propuesta del rediseño del catálogo que será en formato guía, o como Dobrzynski llamó al , "catálogo miniatura".



Tomando como punto clave la semiótica de la imagen, y los conceptos de Erwin Panofsky en *El significado de las artes visuales*, se encontró una oportunidad en la transferencia de contenido del catálogo tradicional hacia un catálogo alternativo en formato pequeño, llamado guía, a través de la lectura y la interpretación como una herramienta para la apreciación artística. Luego de hacer foco en los beneficios de la lectura en papel y en los métodos de interpretación y semiótica, se puede determinar que la oportunidad para el desarrollo de una solución debe tener en cuenta estos elementos. Al trabajar con el MALBA, resulta pertinente abordar la lectura en términos de obra, su interpretación, el significado, el simbolismo y la iconografía en la ideación y desarrollo de la guía.

Como se mencionó anteriormente, el 71.6% de las personas encuestadas prefiere el libro como soporte de lectura. El papel tiene un rol importante en la apropiación del catálogo y crea un espacio para estar conectado en el presente, con el libro y con la muestra, interactuando con ambos. Se puede marcar, hacer un registro de avance, doblar la punta de las páginas, subrayar, romper. Se puede guardar el ticket de entrada, de la compra del libro o de la cafetería del MALBA, por lo que el catálogo comienza a ser parte del recuerdo y de la experiencia. Tiene el factor nostálgico con el olor particular del libro y si uno elige llevarse a su casa puede volver al libro para revivir la experiencia, investigar qué escribió ese día en la guía y más. Por eso, es fundamental llevar a cabo esta propuesta en este material, para poder fomentar la escritura y la apropiación de la guía y en cierta forma de la muestra. *Apropia* comienza a ser algo íntimo y personal que uno comparte con el MALBA y donde se genera una relación más profunda entre el museo y el público.

## Propuesta

Es importante mantener el prestigio de lo que conlleva un catálogo de museo. A lo largo de la historia de los catálogos, los catálogos tradicionales predominan en su sector, siguiendo la línea clásica de lo que no puede fallar, con un estilo determinado y una estructura elegante pero tradicional. Sin embargo, hay ciertos catálogos que logran establecerse en la cima y prevalecer en la memoria por su singular y único diseño que se diferencia del resto. Uno de ellos es el catálogo de muestra del Tate Modern para Louise Bourgeois en el 2007, editado por las curadoras Frances Morris y Marie-Laure Bernadac, que fue diseñado en formato de glosario, maravillosamente fortuito, compuesto de 200 ilustraciones que lo acompañan hábilmente insertadas en todas partes, como se puede ver en la Figura 2 y 3. El formato utilizado de de la A a la Z fue tan innovador y extraordinario que quedo en total armonía con el espíritu de la propia Bourgeois (Glover, 2020).



Figura 2: Imagen del interior del catálogo de Louise Bourgeois de 2007. Imagen del Tate Modern <https://shop.tate.org.uk/louise-bourgeois-exhibition-book/6768.html>

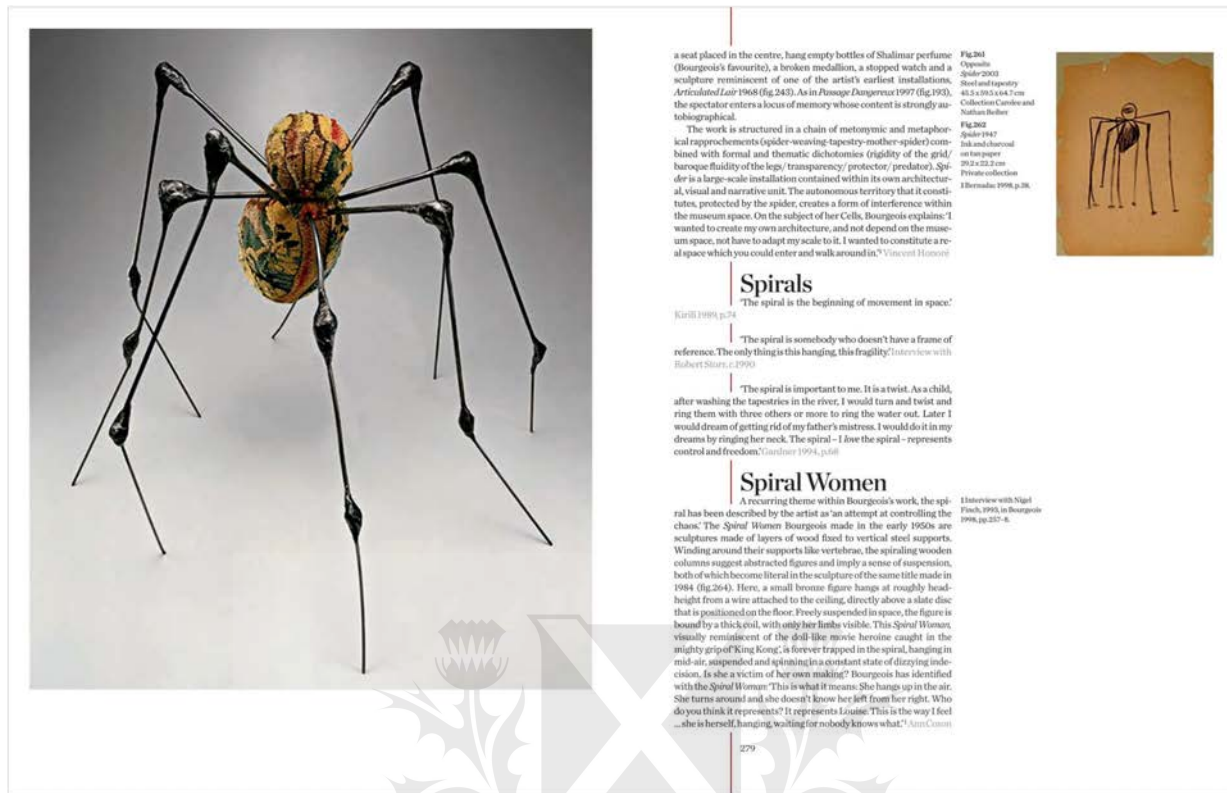


Figura 3: El interior del catálogo de Louise Bourgeois de 2007. Imagen del Tate Modern <https://shop.tate.org.uk/louise-bourgeois-exhibition-book/6768.html>

De la misma manera, el MALBA, como museo, necesita mantener el catálogo tradicional, pero dentro de tal, se puede diseñar algo innovador, caracterizado específicamente con los elementos principales que representan tanto a la muestra como al artista de la exhibición. De este modo, el nuevo catálogo de bolsillo, tomará esta forma para generar impacto y posicionar al MALBA como institución, tal como lo hizo el TATE en el 2007. Tomando como parámetro el Brooklyn Museum, se ve claramente una posibilidad para implementar un catálogo de exhibición pequeño, con menos de 100 páginas y que continúe con el mismo lenguaje de la muestra y el artista. Cabe destacar, que la propuesta de esta solución no buscará reemplazar el catálogo tradicional, sino diseñar un catálogo alternativo más accesible para reducir la producción del catálogo tradicional y reducir la cantidad de stock sobrante y los gastos en producción.

Dicho esto, este trabajo propondrá un rediseño del catálogo tradicional de exhibición con el objetivo de ser utilizado durante el recorrido de la muestra, que será por tiempo limitado (en paralelo a la muestra correspondiente) y de colección, con las características de su producto con mayor venta, es decir, en

formato libro de bolsillo, que se llamará “*Guía Apropia*”.

Para desarrollar la solución se hizo foco en tres ejes principales: curiosidad, acompañamiento por parte del museo al espectador, y finalmente apropiación de la guía de la muestra por parte del espectador.

El objetivo principal es que el espectador pueda interactuar con las obras y el artista en el museo a través de la guía, más allá de la experiencia de observación de las obras. El nuevo catálogo tomará la forma de guía de exhibición y permitirá al espectador poder hacer el recorrido recomendado por el museo mientras observa e interactúa con la guía.

El diseño de esta guía busca acercar a las generaciones más jóvenes al MALBA -tal como lo hace la propuesta Malba Joven- haciendo la guía accesible en términos de costos, tamaño y comodidad. Se propone, por lo tanto, un concurso para los jóvenes para poder participar en el diseño de una de las guías de exhibición temporales. De esta manera, se integra a los visitantes, y el museo se mantiene actualizado en relación a los cambios culturales y sociales que van surgiendo, que pueden afectar el diseño y el consumo del producto, al igual que el usuario.

Asimismo, en caso de que el museo desee una propuesta más sustentable, también se ofrece una reducción de la producción del catálogo de exhibición tradicional e imprimirlo *on demand*. Esto también impacta en el deseo, ya que es leído como fuera de stock.

### **3. Sistema-Solución**

#### **Producto**

*Apropia* es una guía de bolsillo tamaño A5 con terminación rústica (tapa blanda) en formato fanzine con una banda elástica de cierre.

La guía se va a llamar *Apropia* ya que es una relación entre la palabra propio y apropiación, se puede interpretar como una apropiación de la muestra, de la guía o hasta apropiarse de la interpretación individual. En cuanto al formato de la guía, está pensado para facilitar la producción, además de reducir

costos y ser más cómodo para el usuario.

Tendrá un máximo de 35 hojas y un mínimo de 25, entre ellas 2 a 4 informativas de texto crítico, 2 a 4 informativas de datos biográficos, 10 a 15 interactivas, 2 planchas de stickers, una sección de feedback, una carilla en blanco para escribir notas y una pequeña bolsa plástica para guardar objetos con un lápiz pequeño en el interior para poder usar a lo largo de la muestra. La transferencia de contenido del catálogo original se establecerá en 4 carillas informativas de contenido puramente crítico sobre el artista, las obras y la muestra y 10 carillas de contenido interactivo para el espectador. La sección de feedback va a contar con unas instrucciones de uso, además de improntas para responder sobre la muestra, la guía, la experiencia del usuario y el museo poder validar el testeo de la guía. Esto va a generar un insight para el MALBA, no solo de la nueva propuesta, sino también del museo, la muestra y generar una relación más cercana entre la institución y el espectador.

La reducción de contenido no solo favorece al lector, sino también hace a una producción más sustentable ya que reduce la cantidad de hojas en relación con el catálogo de muestra tradicional. Como mencioné anteriormente, el objetivo no es eliminar por completo el catálogo tradicional, sino reducir su producción ya que tiene un costo muy alto, tanto de producción como de venta, y no se logra agotar el stock de catálogo por muestra, según el comitente. Asimismo, *Apropia* tiene la posibilidad de ser impreso en papel reciclado, debido a la reducción de hojas y al tipo de acercamiento que busca con el usuario. Esto le da un valor agregado a la guía y al museo.

El nuevo catálogo cumple la función de guía y busca acompañar al espectador para poder hacer el recorrido de la muestra con una contextualización en mano sobre cada obra, el artista y la relación entre ambos. El objetivo de la apropiación del catálogo alternativo por parte del usuario es que sienta que se lleva algo de la muestra, más allá de la experiencia en sí. Que piense, que recuerde, que conecte, que forme una relación entre lo que sintió en la muestra y el museo. Además, se busca que el espectador pueda interpretar las obras siguiendo los lineamientos de Panofsky y de la teoría de semiología de Eco.

El MALBA cuenta con 4 muestras: tres temporales que varían dependiendo la fecha y una permanente. El objetivo de esta guía de bolsillo es que cubra los dos tipos de muestras, las permanentes y las temporales. Se busca que se adapte a las distintas necesidades y contenidos que presentan las muestras en cada guía diseñada. Esta debe seguir un lineamiento de diseño, redacción de preguntas y objetivos en sintonía con el lenguaje de la exhibición correspondiente. Asimismo, la guía no pretende eliminar el

catálogo tradicional, sino complementarlo y actuar ambos en conjunto, uno para mejorar la experiencia dentro del museo y otro para volver memorable esa muestra en la comodidad del hogar. La guía y el catálogo si bien podrán actuar en conjunto, cada uno debe tener relevancia individualmente.

### **Producción**

Se estima una producción inicial de entre 1000 unidades como el resto de los catálogos tradicionales del MALBA, incluyendo ejemplares para sponsors, y tirada en español e inglés de las muestras temporales y permanentes y reducir la producción del catálogo tradicional de muestra a 500 unidades. En caso de quedarse sin stock existe la posibilidad de volver a producir. Es importante también mantener un registro de las ventas de cada guía, para luego hacer un análisis de venta teniendo en cuenta las variables de cada catálogo.

Luego de los primeros meses de venta del catálogo, se puede modificar la cantidad de producción dependiendo el número de ventas para no tener abundancia de stock tanto de la guía de muestra como del catálogo. Si el nuevo catálogo evidencia una buena recepción el primer año, este "acompañamiento" podría hacerse extensivo a las distintas actividades que organiza el museo, como el cine MALBA, y poder proveer una reseña crítica de lo visto en el museo.

### **Venta y promoción**

La guía se va a entregar en la entrada del MALBA en el mostrador donde se compran los tickets de ingreso. Se va a sugerir al espectador adquirir la guía para acompañar el recorrido de la muestra. En primera instancia, la guía se va a entregar de manera gratuita mientras se hace un análisis de su desempeño sobre la base de cada muestra, y luego se decidirá, en caso de que corresponda, su salida a la venta, siempre teniendo en cuenta que el objetivo de esta guía es que sea accesible.

Se va a presentar y promocionar como un rediseño del catálogo de muestra en formato guía. Va a ser de colección, de edición limitada -por ser temporal- y dependiente del tiempo de exposición de la muestra en el museo. La venta va a ser únicamente presencial en el museo para alimentar la apropiación y la construcción de la relación entre el museo y espectador. Se va a publicitar con carteles y posters dentro del museo, y en las redes sociales. También, en la página web del museo, se va a diseñar una sección de guía donde se recopile toda la información necesaria, además de algunas respuestas a las actividades de

la guía.

Esta guía entraría en la categoría de catálogo del MALBA, ya que para desglosar su contenido, como se ve en el índice, se va a hacer un análisis y una contextualización del artista que expone en formato de texto crítico, donde se van a tratar temas como la colorimetría, la simbología y la iconografía de sus obras. Además, se van a proveer datos biográficos y actividades para interpretar y analizar hasta 8 obras del artista a través de la interacción entre el espectador y la muestra.

## **Diseño**

El diseño de la guía va a depender de cada muestra y cada artista. El objetivo es hacer una representación del artista, sus valores y su estilo artístico a través del diseño y edición de la guía. Se van a tomar en cuenta las temáticas que el o la artista utilice en sus obras, los colores, el material de la obra, ya sea pintura, fotografía o cualquier otro recurso para hacer un diseño de tapa, contratapa e inclusive el color del cierre elástico, que exprese los valores artísticos del artista. Esto tendrá en cuenta todos los aspectos y elementos de diseño desde la tipografía, los materiales, hasta el sistema de grilla de las páginas. Por ejemplo, en la guía prototipo de Remedios Varo, la tipografía, y los colores están pensados en relación con los recursos simbólicos, las temáticas y los colores de las obras de Varo (ver anexo 1).

La guía se va a dividir en 4 tipos de interacción con el espectador a lo largo de los capítulos: aprendizaje, gamificación, apropiación, y feedback.

## **Recorrido MALBA**

Luego del índice, “Recorrido MALBA” es la primera página de la guía que comienza a relacionarse directamente con el espectador. Esta sección cuenta con un plano gráfico del espacio de la exposición con una señalización roja (o del color correspondiente con la guía y la muestra) que muestra el recorrido recomendado por el museo para ver la muestra y poder aprovechar al máximo la experiencia, dado que el recorrido y la guía van a estar sincronizados.

El estilo del dibujo del plano sería a mano alzada, para que no resulte tan formal frente al espectador, y así poder posicionarse como un par frente al usuario. El ejemplo adjunto es una imagen del diseño de la



reforma edilicia del MALBA en el 2017 que se encuentra en la página web del museo.

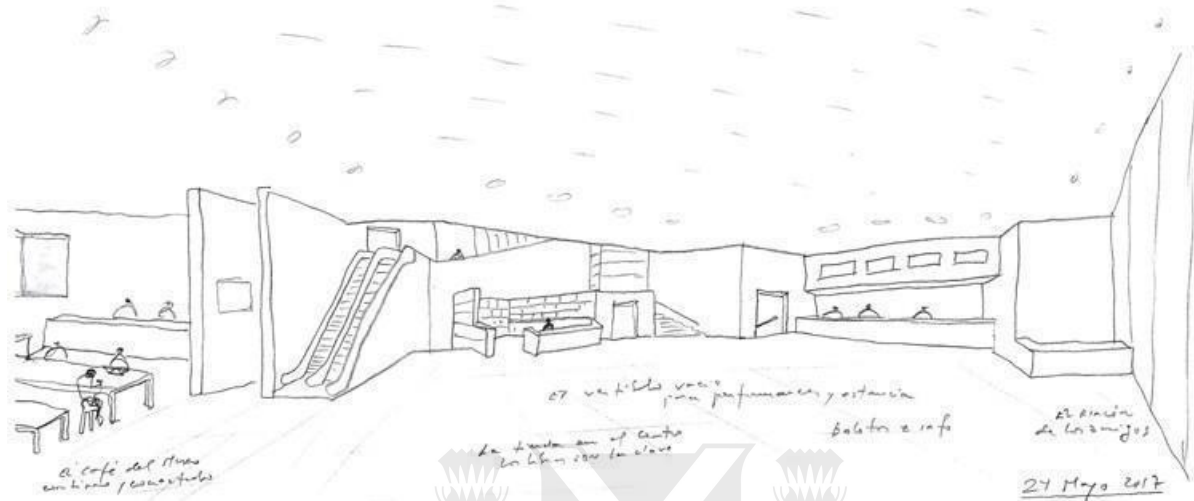


Figura 4: Simulación de lo que sería el dibujo para la sección Recorrido MALBA

**Artista (Prototipo: Remedios Varo)**

### Texto Crítico

La siguiente sección está compuesta por un texto crítico e información biográfica del artista; en este caso para el prototipo tomé a Remedios Varo. El texto crítico será escrito por algún curador o experto. Se encuentra al principio ya que puede servir como introducción al artista, su contexto, sus simbolismos y temáticas tanto como un análisis comparativo entre el artista y otros artistas en relación a los temas abordados en las obras, o una comparación entre las distintas etapas creativas del artista. En caso de que el espectador no quiera leerlo en el momento, puede continuar con la visita del museo sin afectar las actividades consiguientes que propone la guía. En el prototipo de la guía, el texto crítico posee 2 carillas, pero puede extenderse hasta 5.

En las siguientes dos carillas hay una breve introducción biográfica del artista diseñada para una rápida y fácil lectura. Estas dos carillas informan al espectador sobre la vida, datos concretos biográficos, y una recopilación de los temas de los que tratan las obras que va a ver el público. No es necesario seguir una estructura fija para esta sección, simplemente recopilar y plasmar la información pertinente de manera llamativa y concisa, siempre teniendo en cuenta al artista para el desarrollo del diseño, con el foco de



captar la atención del usuario y que logre recordar y obtener información que le resulte útil para la interpretación de las obras.

### **Ahora vos**

El segundo capítulo se llama “Ahora vos”, se va a subdividir en dos secciones, “Preguntas y respuestas” y “¿Sabías qué?”. El nombre del capítulo da la impronta de que si previamente el museo proveía la información sobre el artista, es ahora el usuario quien debe hacer su propia interpretación. Este capítulo está diseñado sobre el primer tipo de interacción entre usuario, guía y muestra para vincular los temas abordados.

#### **Preguntas y respuestas**

Van a haber un mínimo de 4 preguntas sobre las obras donde van a tener que responder lo que piensan. En la tercera carilla de este capítulo se encuentran, en el reverso, las respuestas a estas preguntas. Si bien son preguntas que requieren interpretación por parte del usuario, no son preguntas subjetivas, es decir que tiene una respuesta correcta. Las respuestas se fundamentan siendo explicaciones del/ la artista frente a la determinada obra.

Asimismo, hay una recomendación que promueve que el espectador se acerque a la determinada obra para responder con precisión a las preguntas. Finalmente, una aclaración sobre dónde hallar las respuestas en caso de no saber cómo o qué responder.

Las preguntas desarrolladas en el prototipo (ver anexo 2) no son necesariamente las únicas que se pueden hacer. La idea es, en base a la información y datos biográficos que se proveyó previamente del artista, que el espectador pueda descifrar las preguntas sobre las obras. Las preguntas tienen que ser particularmente de las obras y del artista, aunque pueden variar de contenido, como contexto, simbología, detalles de observación, interpretación. Esto excluye específicamente preguntas generales sobre el artista que el espectador no esté familiarizado o preparado para responder.

Un ejemplo válido, además de aquellas que figuran en el prototipo, son las preguntas de la revista digital *Puertas Abiertas* del trabajo de María Florencia Pédéflous sobre estrategias interactivas con el arte,

adjuntas en este capítulo.

• Xul Solar wanted to <b>express his inner self</b> in his paintings. (Did you find any evidence of this in the pictures?)
He wanted to <b>make visible the invisible</b> . (What can this refer to? Did you find any evidence in the pictures?)
• “ <b>The world is there to be discovered, at least in dreams and ancient myths</b> ”. Did you notice this in any of his pictures? If so, how did he show it?
• Xul Solar often used bright colours, shapes and geometrical symbols, simple structures and often, words. (Why, do you think?)
He painted <b>landscapes and architectural designs</b> . (Did you see any? What were they like?)
He developed a lasting relationship with a group of modernist writers and painters, <b>Jorge Luis Borges, Oliverio Gironde and Leopoldo Marechal</b> were some of them. (Do you know any works by these people? Can you find any <b>parallels with their work</b> ?)

Figura 5: Preguntas prototipo para el diseño de la sección. Imagen extraída de la revista digital *Puertas Abiertas* el 20 de abril de 2022.

Las preguntas desarrolladas en este capítulo deben ser sobre el artista y a la obra, y a la vez deben, necesariamente, hacer referencia a algún tema que se abordó previamente, o ser preguntas que se puedan responder a través de lógica, observación o interpretación.

### ¿Sabías qué?

En esta división, se van a dar entre 3 o 4 datos curiosos sobre el artista sobre el que se esté exponiendo. Estos datos pueden ser completamente al azar y buscan que el espectador conozca aspectos curiosos del artista y su obra. Estos datos pueden ser graciosos, sorprendentes, poco conocidos y deben diferenciarse de los datos biográficos y artísticos (ver Anexo 3).

### Juego

Este segundo tipo de interacción entre usuario y muestra se da a través de la gamificación. Es sabido que la gamificación es muy útil para el proceso de aprendizaje. Si bien, generalmente en el ámbito de escuela primaria se pone más en práctica (Muñiz de la Arena, Sanchez, 2019), también se puede aplicar en distintas áreas y en distintas edades para captar la atención, generar un ambiente más coloquial y una

relación de par entre usuario e institución.

El capítulo se subdivide en 2 secciones, Sopa de letras y Diferencias

### **Sopa de letras**

Aquí el usuario conecta nuevamente con su lado infantil en un juego conocido como la sopa de letras. Hay 12 palabras que tiene que buscar dentro de la sopa de letras, que van a estar escritas debajo de esta en un casilla. Las palabras deben hacer referencia al artista correspondiente, a la muestra, a las obras y/o a los temas tratados. De esta manera el usuario comienza relacionarse de una manera más íntima a través de la gamificación (ver Anexo 4).

Las palabras se pueden encontrar en vertical, horizontal o diagonal.

### **Diferencias**

En esta siguiente página del juego, se trata de encontrar las diferencias entre la imagen en la guía y la obra en la muestra. La consigna recomienda al usuario posicionarse frente a determinada obra para observar y compararla con la guía. De esta manera puede observar detalles, analizarla, y recordarla. Hay 10 diferencias para encontrar y en caso de que el usuario no las encuentre, se aclara en la guía que en la página web del Malba las va a poder encontrar (ver Anexo 5). Esto se puede trasladar fácilmente a cualquier muestra y obra.

### **Tu obra**

Si bien el usuario ya interactuó y se apropió de la guía a lo largo de las actividades anteriores, esta sección está dedicada a eso; la apropiación de la guía y la muestra por parte del usuario. Esto se logra a través de cuatro secciones que permiten que el usuario desarrolle y plasme su interpretación en la guía. Estas son Tu obra, Completá los espacios, Collage e Introspección.

### **Tu obra**

En la primera subcategoría del capítulo, el espectador debe dibujarse a sí mismo como si fuese parte de una obra del artista, en este caso, Remedios Varo (ver Anexo 6). La impronta “Si fueses una obra de [...] ¿cómo te dibujarías?” le da la oportunidad al espectador de posicionarse dentro de la obra, en la mirada del artista, y poder reflexionar desde ese punto de vista sobre sí mismo. Retomando la palabras de las personas encuestadas para este trabajo, para poder lograr apropiarse de la guía, de la muestra o de las obras del artista, hay que “doblar la puntita de la hoja marcando que dejaste de leer ahí”, “subrayar”, “escribir un poema, o dibujar sobre el texto”, “anotar”, “tomando rasgos de eso y lo convertís en otra cosa”. Todas estas recomendaciones por parte de los encuestados evidencia distintas maneras de apropiarse de algo, en este caso, la guía. Por lo tanto, hacer un dibujo poniéndose en el lugar del artista, es una manera de tomar algo que ya está hecho, y hacerlo propio, dibujando a uno mismo dentro de él.

### **Completá los espacios**

Siguiendo el hilo del dibujo, en esta actividad el usuario tiene que completar los espacios en blanco de una de las obras de la muestra (ver Anexo 8). Para esto, la guía le recomienda nuevamente posicionarse frente a la obra correspondiente para poder completar los espacios con la referencia, pero en caso de no querer hacerlo, también se puede completar los espacios dando lugar a la propia imaginación.

### **Collage**

Se trata de una actividad para hacer en la casa y llevarse un poco de la muestra y la obra consigo. Esta actividad propone un espacio en blanco para hacer un collage de la obra que más le gustó con materiales recolectados en la propia casa. De esta manera, hace una representación en forma de collage de una de las obras de la muestra con la que se siente identificado.

### **Introspección**

La última actividad de este capítulo busca exponer los aspectos con los que el usuario más se identifica. Esta es una actividad para el propio espectador, que le permita sacar una conclusión sobre la muestra, el artista correspondiente, o sobre sus preferencias en particular. Se harán preguntas genéricas que puedan ser formuladas en cualquier tipo de muestra(ver Anexo 9). Es decir, el foco de esta actividad se encuentra en la experiencia del usuario. Las preguntas realizadas no deben mencionan ninguna obra, nombre, o artista en particular (justamente por su carácter genérico). Cualquier cambio en las preguntas deberá

seguir con la impronta genérica y focalizada en la experiencia del usuario.

### **Stickers**

Esta sección contiene dos planchas de stickers con imágenes características de las obras, que representan al artista correspondiente y a la muestra. Los stickers tienen que representar la esencia del artista a la vez que ser algo interactivo, divertido y que atraiga la atención del usuario. Deben ser estéticos en cierto punto para que el usuario quiera utilizarlos, y así poder tener un detalle de las obras del artista y poder pegarlo en donde desee, de esta manera, siguiendo con la línea de apropiación.

### **Feedback**

El feedback cuenta con 5 preguntas para poder hacer un registro de la experiencia, la muestra y la guía. Habrá una línea punteada para poder recortar fácilmente la hoja con el propósito de ponerla en el buzón y entregar el resultado al museo. Esta actividad final busca que el museo pueda hacer un testeo del uso de la guía, de la muestra y de la experiencia de usuario. De este modo, se genera una relación entre el visitante y el MALBA que continúa creciendo a medida que van cambiando las exposiciones, y en caso de querer modificar algo, siempre están a disposición las opiniones y los resultados de experiencias de los visitantes, que son quienes gozan de las mejoras del museo.

En primera instancia, están las instrucciones sobre el funcionamiento de la retroalimentación y cómo aporta al museo. Se le explica al visitante cómo funciona este proceso de feedback a través de ilustraciones representativas que muestran el lugar donde se debe depositar la hoja.

Para incentivar a que el público responda las preguntas de la guía, en la sección final, habrá un cupón con un 10% de descuento café o té para ser utilizado en la cafetería del museo.

La carilla que le sigue a esta, es decir, la página 21, quedará en blanco, ya que si el visitante decide completar las preguntas del feedback y entregarlo. Esa carilla no quedará en la guía. En caso de que no se recorte la hoja, y las páginas 20 y 21 queden en la guía, se puede usar como espacio para hacer anotaciones.

## **Bolsillo**

En el lado opuesto de la contratapa, esta última página de la guía cuenta con un sobre plástico transparente tipo ziploc para poder guardar objetos como la entrada al museo, el ticket de la cafetería, entre otras cosas que el visitante desee. Esta sección se la llama bolsillo ya que es un espacio para guardar objetos y recuerdos que remiten a la experiencia y que siempre se puedan volver a traer al presente.

## **5. Conclusión**

En primer lugar, para concluir con esta investigación, se puede volver a las preguntas iniciales para hacer un resumen de lo que se plasmó a lo largo del texto. En principio, se preguntó sobre el rol del catálogo de exhibición en el museo. Se descubrió la importancia del catálogo en la terminación de una muestra, y se pudo identificar al catálogo como un objeto que prestigia al museo a las exposiciones, ya que existen exhibiciones que no tienen la posibilidad de contar con un catálogo. Asimismo, se evidenció que el catálogo debe tomar en cuenta elementos específicos para poder denominarse catálogo, pero dentro de ellos también existe la posibilidad de innovación. Esto se logra haciendo una edición sublime en donde se proyecten los valores del artista y de la muestra a través de un mismo lenguaje en el catálogo, pero a su vez, este debe funcionar como referente, independientemente de la exhibición.

Los referentes para el diseño de *Apropia* son, el nuevo diseño de catálogo del Brooklyn Museum para muestras pequeñas y el magnífico catálogo de muestra de Louise Bourgeois en el 2007, editado por las curadoras Frances Morris y Marie-Laure Bernadac. Tomando en cuenta estas dos referencias, como se pudo destacar en el desarrollo de la propuesta, esta guía busca combinar el tamaño, la comodidad y el formato del catálogo del Brooklyn Museum con el diseño y edición ingeniado para el catálogo de Bourgeois.

A su vez, se cuestionó sobre el efecto de la era de la digitalización en los catálogos y en ámbitos más generales, las consecuencias de esta sobre el libro en particular. Se descubrió la actual crisis del papel y sus consecuencias en el aumento de costos de producción, falta suministros para la industria. Además, se pudo hacer foco en la supuesta guerra implícita entre los e-readers y los libros físicos, en donde se pudo concluir que, eventualmente, ambos podrán convivir en simultáneo sin actuar como amenaza para el

otro, ya que, como se vio en la investigación, bajo ninguna circunstancia es posible que uno reemplace completamente al otro. El libro físico tiene beneficios que los soportes de lectura digital no tienen, y viceversa. Y para esta propuesta, el libro físico genera una relación con el consumidor más profunda, con la posibilidad de poder apropiarse de la guía y generar recuerdos a medida que se va interactuando con la guía dentro de la muestra. El valor agregado que trae el papel como soporte de lectura coincide perfectamente con los objetivos y los valores que desea transmitir la guía, algo tradicional a lo largo de la historia pero con un giro innovador, manteniendo la posibilidad de manipularlo, mancharlo, subrayar o escribir las páginas, lo cual hace que el consumidor genere un recuerdo de la muestra, y luego poder llevárselo a su casa y revisarlo en cualquier momento. También, el papel permite un mejor rendimiento en la comprensión lectora y mayor conocimiento, lo cual es clave para el texto crítico y los datos biográficos del artista.

Siguiendo la misma línea, se preguntó también sobre los visitantes del museo, que se puede entender que son tanto turistas como locales. Con las ideas propuestas se busca llegar a un público más amplio y joven. Para ello se reducen los costos de producción y por lo tanto de venta, se simplifica el catálogo en términos de tamaño, peso y se hace foco en el diseño gráfico. A su vez, se propone un concurso para los jóvenes que participan del MALBA para poder ser parte del desarrollo y diseño de una de las guías de exhibición temporales que tendrá el museo.

Los visitantes del museo no necesariamente constituyen un público experto y eso representa un desafío para cualquier gestión museística. Este tema no se resuelve a través de un manual pero si se puede orientar a los usuarios con distintas estrategias. En relación a la interpretación de las obras en el MALBA, se puede tomar en cuenta la semiología de la imagen que sugiere Umberto Eco, entre otros, y los métodos que propone Erwin Panovsky, tomando en consideración los elementos políticos, sociales, históricos y económicos del artista. Estos serán presentados en la guía como un acercamiento de la obra al público. Como se mencionó anteriormente, un ejemplo de esto es la imagen de la manzana, su significado literal y su significado interpretativo, que puede depender de cada individuo y su cultura.

La idea no es, bajo ningún concepto, someter al espectador a una clase teórica de la interpretación y la semiótica de la imagen, sino poder proveer puntos y premisas clave para lograr un entendimiento más profundo y darle confianza al lector en la relación a la interpretación y el significado de la obra.

La propuesta puede favorecer a los visitantes locales, extranjeros (dando una contextualización cultural que tal vez el visitante local ya tenga), jóvenes y adultos.

En segundo lugar, se puede ver que lo largo de esta investigación, *Apropia* busca mejorar un sistema existente cuyo fin es registrar la exhibición de tal manera que perdure en el tiempo, logrando mostrar los objetivos y valores del artista frente a la muestra como también en sí mismo. *Apropia* aportaría a la innovación del MALBA como entidad productora posicionándolos como pioneros en la modernización de un catálogo, sin eliminar el histórico e icónico catálogo de muestra. Busca, además, transmitir información artística a un usuario que puede o no tener conocimiento previo sobre arte y acompañarlo a través de la muestra. Así poder generar una mayor interacción con el visitante, permitiendo que este se apropie de la experiencia, del artista y de la muestra. Asimismo, esta propuesta busca solucionar el alto contenido de stock de catálogos tradicionales y la falta de consumidores.

La guía se va a diseñar en base a 4 ejes principales: aprendizaje, gamificación, apropiación y feedback. Estos ejes permiten un desarrollo específico y claro de los objetivos de la guía para con el visitante. Estos 4 ejes en conjunto resuelven el desafío inicial planteado por el comitente del MALBA, mencionado al comienzo de la investigación: “Imaginar nuevas experiencias de transferencia de conocimiento a través de la lectura, donde el museo pueda aportar valor desde una mirada tan propia como contemporánea, que considere los cambiantes patrones de consumo de contenidos, y particularmente los culturales”. La guía es un proyecto que toma en consideración al usuario en términos culturales y contemporáneos, para presentar una mirada actualizada sobre las tendencias actuales de la sociedad adaptándolas hacia un espacio de juego y lectura en ámbitos de aprendizaje artístico. Aquí también es donde entran los jóvenes, para continuar aportando a esa mirada y estar en contacto con los consumidores constantemente. De esta manera, se genera y se fortalece la relación entre visitante y museo, donde el visitante puede dar feedback de la muestra al museo.

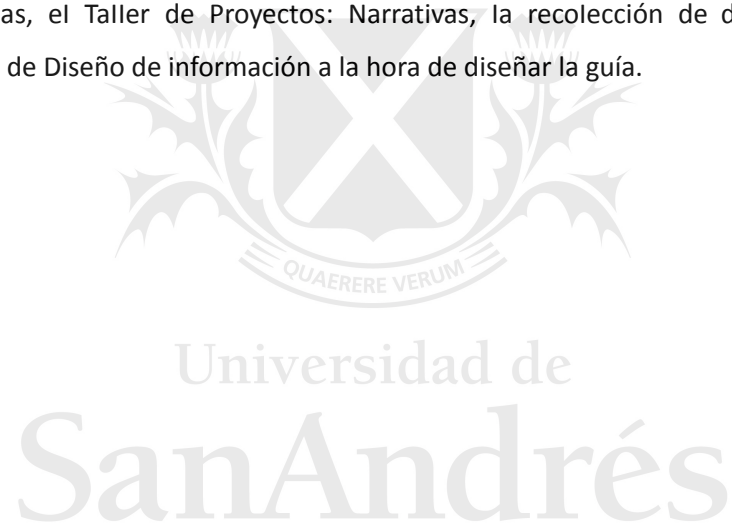
La guía resuelve el dilema planteado por Paul Valery, citado por Umberto Eco (2001) donde menciona que en el museo de hoy en día hay demasiadas obras, cada una distinta de la otra, todas fatalmente fuera de contexto, fatigan los ojos y la mente. Lo hace acompañando al usuario y guiándolo a través de la muestra.

La guía apoya los deseos de los especialistas de la escena del arte y de los coleccionistas, con una propuesta de edición limitada y estéticamente diseñada para cumplir con los requisitos del catálogo de museo sin ser necesariamente el catálogo de museo tradicional. Y a la vez, es un gran acompañamiento para el público general que busca acercarse al arte, al artista de la muestra y al museo, dando actividades que hagan que el espectador indague en su inconsciente para conectar con la obra y poder seguir los tres



pasos que propone Panofsky, mencionados anteriormente, en su obra *El significado de las artes visuales*. Mirar, observar, pensar, y así apropiarse de la muestra, la guía y en cierto punto, el museo. Asimismo, la opción sustentable de imprimir la guía en papel reciclable o papel biodegradable soluciona el aspecto ambiental.

Para llevar a cabo la propuesta *Apropia*, se introdujeron conceptos de diversas materias cursadas a lo largo de la carrera de Diseño desde el 2018. En primer lugar, los elementos de edición y las teorías para el diseño editorial dadas en las clases Arte contemporáneo, Medios y Diseño expandido y Arte, Diseño y Poéticas digitales dictadas por Jorge la Ferla y Mariel Szlifman. La materia Etnografía fue de suma importancia para el desarrollo de una investigación y la ideación de un escrito en base a lo descubierto, y fue vital en la organización del escrito. Además, también se pudo aplicar lo aprendido en las materias de Estudios de Tendencias, el Taller de Proyectos: Narrativas, la recolección de datos y la manera de presentar información de Diseño de información a la hora de diseñar la guía.



## 6. Bibliografía

ARLIS/NA Cataloging Advisory Committee. (2008). Cataloging Exhibition Publications: Best Practices: Title and Statement of Responsibility. *Art Libraries Society of North America*.

Batalla, J. (20 de septiembre 2021). 20 años del Malba: un recorrido por su historia, grandes muestras y una mirada al futuro. *Infobae*. Recuperado en 2022, de <https://www.infobae.com/cultura/2021/09/20/20-anos-del-malba-un-recorrido-por-su-historia-grandes-muestras-y-una-mirada-al-futuro/>

Becker, C. R. (26 de septiembre 2021). Applying the Panofsky method to your own design – UX Collective. *Medium*. Recuperado el 30 de mayo de 2022 <https://uxdesign.cc/applying-the-panofsky-method-to-your-own-design-c230e91941ac>

Cano, R. (Octubre 2017). Museos y sus catálogos, *ResearchGate*. Recuperado el 16 de noviembre de 2022 [https://www.researchgate.net/publication/320259204\\_MUSEOS\\_Y\\_SUS\\_CATALOGOS](https://www.researchgate.net/publication/320259204_MUSEOS_Y_SUS_CATALOGOS)

Cámara Argentina del Libro (2020). *Informe de producción del libro argentino* (ed. 2020). Buenos Aires, Argentina: Cámara Argentina del Libro.

Claves de la transformación digital del negocio del libro impreso (parte 1). (2019). *Actualidad Editorial*, conservatorio de tendencias y noticias de edición. Recuperado en octubre de 2021, de <https://www.actualidadeditorial.com/claves-transformacion-digital-del-negocio-del-libro-impreso-parte-1/>

Consumption of paper and paperboard in selected countries worldwide in 2020. (2022) *Statista*.  
Retribuído en el 2022 de <https://www.statista.com/statistics/240565/consumption-volume-of-paper-and-paperboard-in-selected-countries/>

Dobrzynski, J. (septiembre de 2010). Cataloguing The Changes. *The Art Newspaper*. Recuperado el 16 de

noviembre de 2022 <https://www.judithdobrzynski.com/7969/cataloguing-the-changes>

Eco, U., Pezzini, I., A., & Albergamo, M. (2001). *El museo* (1ra ed.). Madrid, España: Casimiro Libros.

Eco, U., Manzano, C. (traducción) (2000). *Tratado de Semiotica General*. Madrid, Barcelona: Editorial Lumen.

English, M. (4 de octubre 2022). Why Exhibition Catalogues?. *University of Toronto Library*. Recuperado el 16 de noviembre de 2022 de <https://guides.library.utoronto.ca/art>

Horta, D. M. El futuro de la industria editorial en diez claves: de los libros transmedia al Big data como editor. (2020, 21 de enero). *WMagazín*. Recuperado en Abril de 2022 de <https://wmagazin.com/relatos/el-futuro-de-la-industria-editorial-en-diez-claves-de-los-libros-transmedia-al-editor-big-data/>

Huerta, J. L. (24 de noviembre de 2014). Semiótica de la imagen: depende del ojo con que se mire. *Forbes México*. Recuperado el 16 de noviembre de 2022 de <https://www.forbes.com.mx/semiotica-de-la-imagen-depende-del-ojo-con-que-se-mire/>

Farber, A. (2014). How museums shape meaning. *Khan Academy*. <https://www.khanacademy.org/humanities/approaches-to-art-history/tools-for-understanding-museums/museums-in-history/a/tissot-london-visitors>

Federación de Gremios de Editores de España. (2019). *Comercio Interior del Libro en España*. [https://www.federacioneditores.org/img/documentos/comercio\\_interior\\_2019.pdf](https://www.federacioneditores.org/img/documentos/comercio_interior_2019.pdf)

Gigena, D. (14 de abril 2021). Caída sin freno: en 2020 se publicaron 4 millones de libros menos que en 2019. *La Nación*. Recuperado en abril de 2022, de

<https://www.lanacion.com.ar/cultura/caida-sin-freno-en-2020-se-publicaron-4-millones-de-libros-menos-que-en-2019-nid14042021/>

Glover, M. (16 de mayo 2020). What Are Exhibition Catalogues for?. *Hyperallergic*. Recuperado el 16 de noviembre de 2022 de <https://hyperallergic.com/563950/what-are-exhibition-catalogues-for/>

Jabr, F. (11 de abril 2013). The Reading Brain in the Digital Age: The Science of Paper versus Screens. *Scientific American*. Recuperado el 14 de noviembre. <https://www.scientificamerican.com/article/reading-paper-screens/>

La elevación de la calidad educativa. (17 de septiembre de 2015). *Clarín: Cultura*. Recuperado el 17 de noviembre de 2022 de [https://www.clarin.com/cultura/malba-museos\\_del\\_mundo\\_0\\_rkBlbJ7FPml.html](https://www.clarin.com/cultura/malba-museos_del_mundo_0_rkBlbJ7FPml.html)

Messham-Muir, K. (22 de octubre 2014). Three simple steps to understand art: look, see, think. *The Conversation*. Recuperado en 2022 de <https://theconversation.com/three-simple-steps-to-understand-art-look-see-think-33020>

Carr, N. (6 de octubre 2017). How Smartphones Hijacked Our Minds. *The Wall Street Journal*. Recuperado el 17 de noviembre de 2022 de <https://www.wsj.com/articles/how-smartphones-hijack-our-minds-1507307811>

Oliva, L. (30 de abril 2017). El ebook fue sólo el comienzo. ¿Le llegó a la literatura su momento Netflix? *La Nación*. Recuperado en 2021 de <https://www.lanacion.com.ar/opinion/el-ebook-fue-solo-el-comienzo-le-llego-a-la-literatura-su-momento-netflix-nid2018453/>

Panofsky, E., & Anchorena, N. (1987). *El significado en las artes visuales* (reimp.) (4ta ed.). Madrid, España: Alianza Editorial.

Pédéflous, M. F. (2014). *Arte y actividad: cómo desarrollar estrategias interactivas para lograr un compromiso con el arte en la clase de lenguas extranjeras — Puertas Abiertas*. Revista Puertas Abiertas. <http://www.puertasabiertas.fahce.unlp.edu.ar/numeros/numero-10/arte-y-actividad-como-desarrollar-estrategias-interactivas-para-lograr-un-compromiso-con-el-arte-en-la-clase-de-lenguas-extranjeras>

Raimondi, P. A. (12 de febrero de 2022). Crisis de papel: cómo afecta la escasez del insumo básico a la industria editorial argentina. *Infobae*. Recuperado el 16 de noviembre de 2022 de <https://www.infobae.com/cultura/2022/02/12/crisis-de-papel-como-afecta-la-escasez-del-insumo-basico-a-la-industria-editorial-argentina/>

Rodríguez, H. (17 de junio de 2021). Semiótica en el arte: ¡Interpreta tus obras favoritas gracias a los signos!. *Crehana*. Recuperado el 15 de noviembre de 2022 de <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/semiotica-en-el-arte/>

Schwab, K. (25 de septiembre 2019). Hundreds of thousands of people read novels on Instagram. They may be the future. *Fast Company*. Recuperado el 14 de Junio de 2022 [https://www.fastcompany.com/90392917/the-next-big-reading-platform-may-be-instagram?partner=rss&utm\\_source=rss&utm\\_medium=feed&utm\\_campaign=rss+fastcompany&utm\\_content=rss?cid=search](https://www.fastcompany.com/90392917/the-next-big-reading-platform-may-be-instagram?partner=rss&utm_source=rss&utm_medium=feed&utm_campaign=rss+fastcompany&utm_content=rss?cid=search)

Smith, L. F., Smith, J. K., & Tinio, P. P. L. (2017). Time spent viewing art and reading labels. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 11(1), 77–85. <https://doi.org/10.1037/aca0000049>

Spencer, A. (13 de octubre 2019). Is social media killing off book reading?. *Cambridge Independent*. Recuperado en october de 2021 de <https://www.cambridgeindependent.co.uk/whats-on/is-social-media-killing-off-book-reading-9085969/>

Thippawong, L. (2020). Art Theory: Semiotics. *Artshelp*. Recuperado el 15 de noviembre de 2022 de <https://www.artshelp.com/art-theory-semiotics/>

Thomas, N. (1 de noviembre 2019). What are museums really for? *Apollo Magazine*. Recuperado en 2022, de <https://www.apollo-magazine.com/defining-museums-in-the-21st-century/>

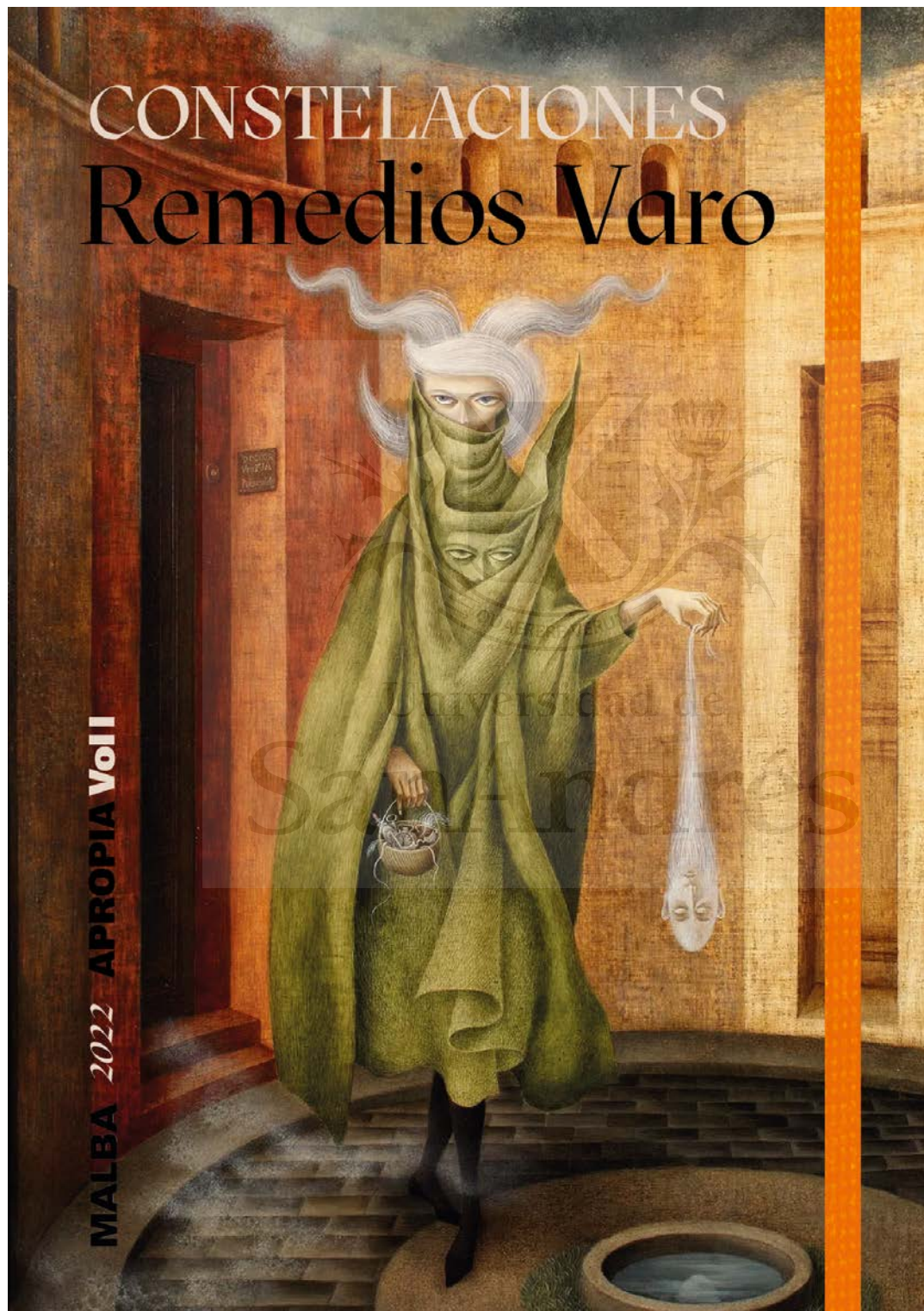
Valerie. (25 septiembre 2021). Interactive Books for Adults Are Actually a Thing – Books Are Our Superpower. *Medium*. Recuperado en 2022, de <https://baos.pub/interactive-books-for-adults-are-actually-a-thing-fb4649b0eb1>





7. Anexos

Anexo 1







MUSEO de ARTE  
LATIONOAMERICANO  
de BUENOS AIRES

Curadores: Victoria Giraudo, Jefa de Curaduría de Malba, y Carlos A. Molina, Curador en Jefe de MAM.





Constelaciones  
Remedios Varo

06.03.2020

15.02.2021

Universidad de

San Andrés

Latin American  
surrealism

# Ahora **VOS**

Tip: acercate a ver la obra para responder

Yo pregunto, vos me decis qué pensas..

1. ¿Qué interpretas que está pasando dentro del habitáculo?

---

---

---

---

---

---



Papilla estelar. 1958

Universidad de San Andrés

2. ¿Qué está pasando entre el gato y la mujer?



Simpatía. 1955

---

---

---

---

---

---

PTSS.. Para las respuestas dame vuelta al final del capitulo :)





Mujer saliendo del psicoanalista (Podría ser Juliana). 1960

3. Esta obra se llama *Mujer saliendo del psicoanalista*. ¿Podés encontrar alguna pista que remita a eso? ¿Qué está pasando en esta escena?

---

---

---

---

---

---

---

---

4. ¿Cuántos gatos podes ver en esta obra? ¿Y a lo largo de toda la muestra?

---

---

---

---

---

---

---

---



Paraiso de los gatos. 1955

6

1. Una mujer de aspecto frágil le da de comer a la luna una papilla de estrellas a través del tubo que sale por el tejado. El tubo actúa como succionador de estrellas y polvo cósmico, donde, luego, la mujer lo tritura para alimentar a la luna.



2. Según la artista, el gato salta sobre la mesa de su dueña produciendo los desordenes que uno tiene que tolerar si es amante de los gatos, como lo es Remedios. Al acariciarlo saltan chispas formando este artilugio eléctrico muy complicado, algunas chispas y electricidad se van a la cabeza de ella y le generan una ondulación permanente.



3. "Esta señora sale del psicoanalista arrojando a un pozo la cabeza de su padre (como es correcto hacer al salir del psicoanalista). En el cesto lleva otros despididos psicológicos: un reloj, FJA (Freud, Jung, Adler)", describe Varo.



4. 9 y 25.

## ¿SABÍAS QUÉ?

### Exilio

Varo pasó la mayor parte de su edad adulta como **refugiada política**. Dejó su España natal por París durante la Guerra Civil Española y no pudo regresar debido a sus lazos políticos. Luego huyó de París después de la ocupación alemana de 1940. Escapó a México, donde vivió el resto de su vida.

### Cuadros desconocidos

En 1932 comenzó a trabajar en una casa de publicidad. Durante esos años, elaboró "Composición" —en 1935— y "L'agent Double" – en 1936— estas piezas son de las menos conocidas de la pintora española, pero desde ahí es posible ver el estilo que desarrollará en los años posteriores.

### Referencia musical

Bedtime, una canción compuesta por Björk e interpretada por Madonna, toma como **inspiración** el cuadro "Los amantes" de la pintora surrealista. Es posible ver a Madonna en el video escenificando la escena.

### El origen de su nombre

Remedios se llama así porque antes de ella, murió su hermana mayor. Ante la angustia de su madre, ella consagró la bebé a la Virgen de los Remedios.

# JUEGO

## SOPA DE LETRAS

Busca las palabras que se encuentran en la casilla de abajo. Las palabras van en vertical, horizontal y diagonal.

V	O	N	Y	W	P	Q	Q	C	G	P	U	S	G
G	G	S	K	U	B	O	J	G	W	S	V	Q	C
Z	L	Q	T	L	C	E	S	A	Z	I	I	H	Q
I	A	B	U	E	R	S	U	T	E	C	S	L	V
E	V	C	H	W	E	P	R	O	X	O	B	F	A
M	A	G	I	A	M	I	R	S	I	A	G	A	N
L	D	V	U	C	E	R	E	S	L	N	E	N	G
O	L	C	Y	W	D	I	A	U	I	A	P	T	U
J	I	J	O	D	I	T	L	E	O	L	I	A	A
R	Z	M	G	O	O	U	I	Ñ	I	I	N	S	R
A	Q	Q	X	R	S	A	S	O	T	S	T	T	D
W	B	O	K	G	T	L	M	S	L	I	U	I	I
D	Y	P	V	K	Y	B	O	Y	X	S	R	C	A
T	V	A	L	Q	U	I	M	I	A	Y	A	O	A

Mágia	Remedios	Sueños	Pintura
Surrealismo	Exilio	Vanguardia	Gatos
Alquimia	Psicoanálisis	Espiritual	Fantástico



## DIFERENCIAS

Andá a la obra llamada 'Exploración de las fuentes del río Orinoco' (1959). ¿Qué diferencias podes encontrar? Marcalas con el lapiz.

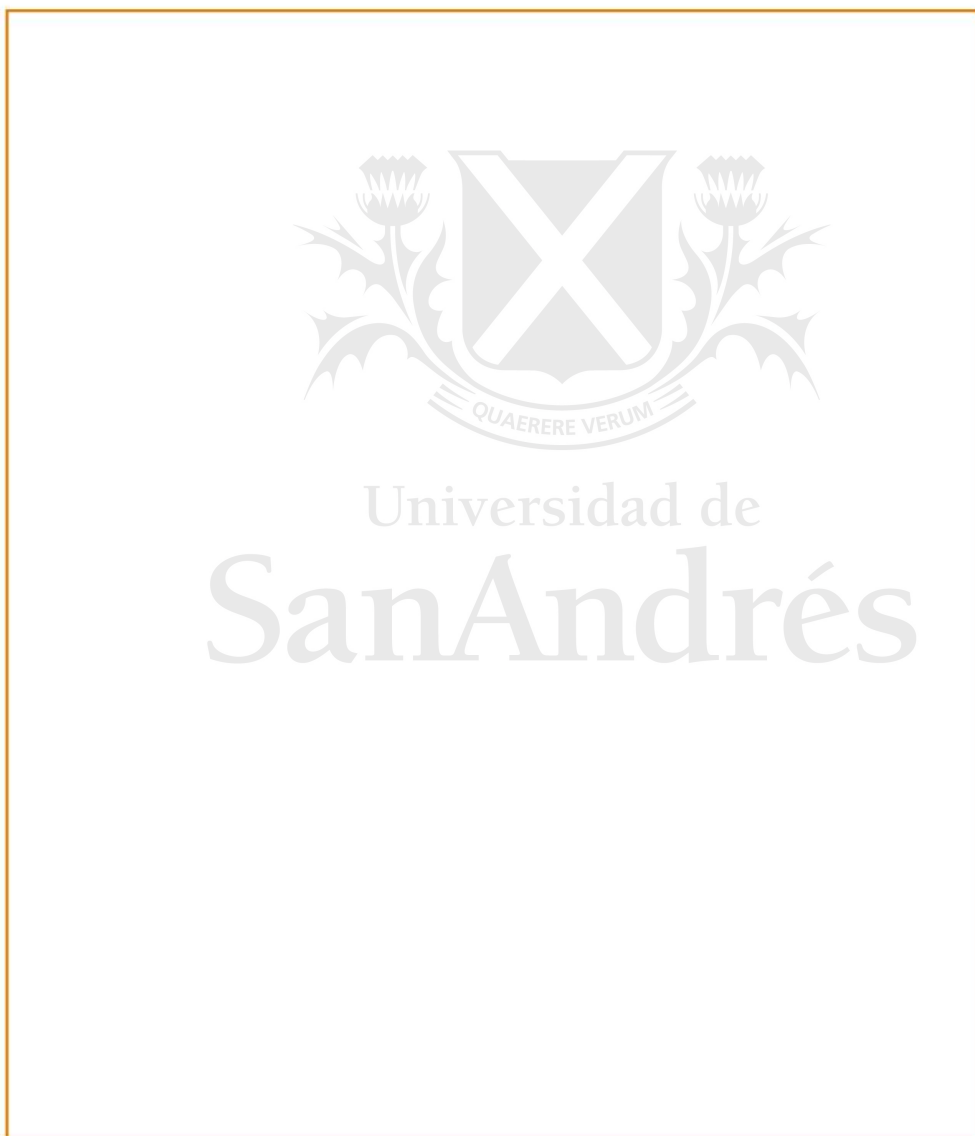


Hay 10 diferencias. Si no las encontras, no te preocupes! Podes entrar a la página web del Malba y ver las respuestas ahí.

## TU OBRA

Tu obra

Si fueses una obra de Remedios Varo, ¿cómo te dibujarías?  
¿Qué animal elegirías para que te acompañe? Dibujalo acá abajo.





## Completa los espacios

Completa los espacios en blanco de la obra "Energía cósmica" (1956). Te recomiendo hacerlo frente a la obra. Pero, si tienes ganas, también puedes hacer tu propia interpretación.



¿Te está gustando la muestra?

## Introspección

Ya terminamos el recorrido de la muestra.

1. ¿Te gustó? ¿Qué te generó?

---

---

---

2. Escribí 5 palabras que se te hayan ocurrido a lo largo de la muestra o cuando recordas las obras. ¿Qué fue lo que más te llevas?

---

---

---

---

---

3. ¿Te sentiste identificadx con algo de la muestra?

---

---

---

---

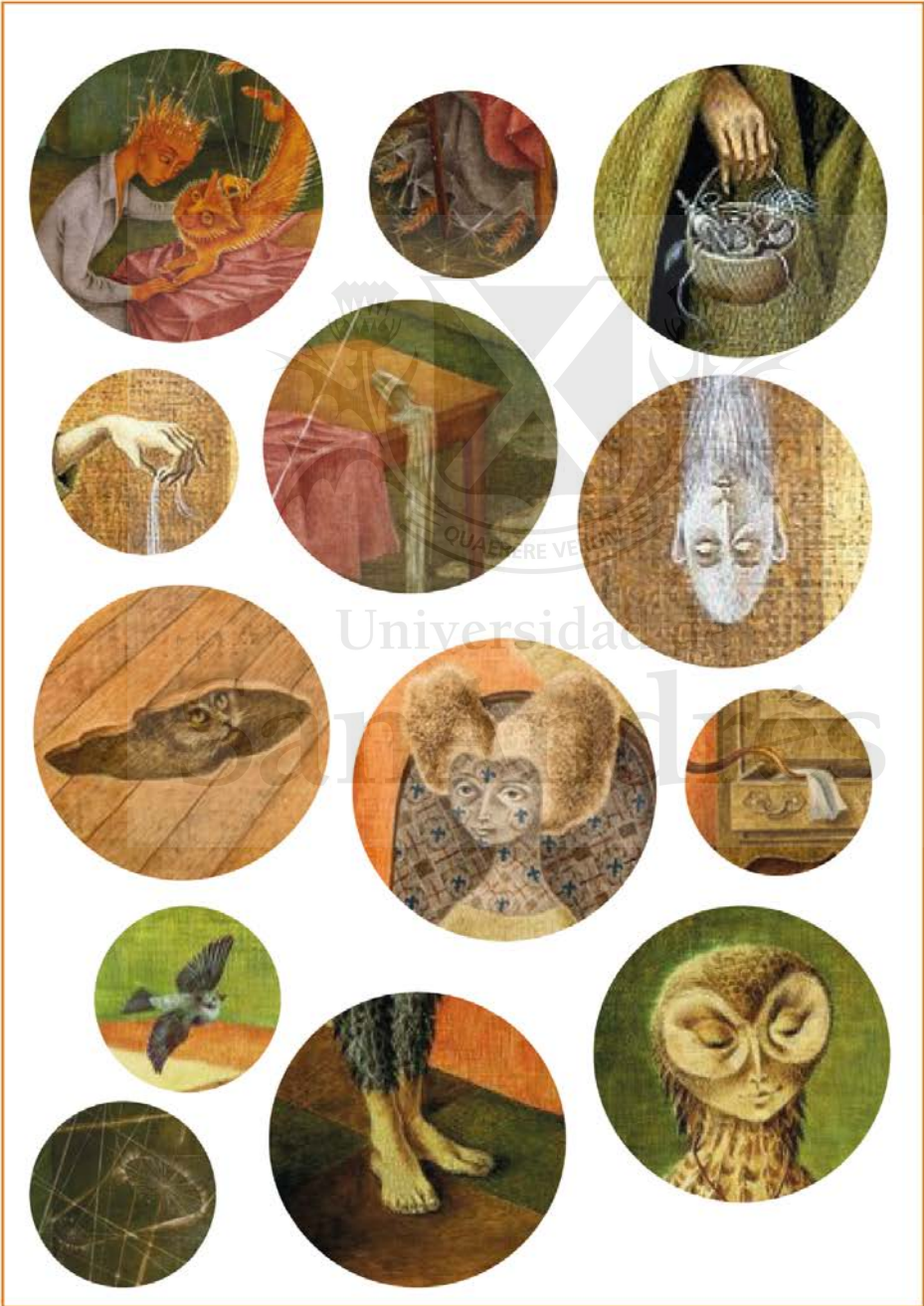
4. ¿Aprendiste algo nuevo de vos?

---

---

---

# STICKERS



# STICKERS





# FEEDBACK

## Como usar

Al final del recorrido te vas a encontrar con un buzón rojo como el de la ilustración.

Te voy a dar unas preguntas para que pienses y contestes sobre la muestra, el museo y sobre mí.

Una vez que respondas, si querés, recortá la hoja donde está la línea puntuada, doblala y metela en el buzón.

De esta manera nos ayudas a mejorar tu experiencia y podemos mejorar nuestra relación con ustedes :)

(Es anónima)



Si no llegaste a escribir durante la muestra, podés sentarte en las mesitas del café del Malba.

Pd: usá este código para un 10% de descuento en café o té.

**Código:** VineAlMalba

¿Te gustó la guía? ¿Te pareció útil?

---

---

¿Si le tuvieses que poner un precio a la guía, cuanto le pondrias?

\$

---

¿Que te pareció la muestra?

---

---

---

---

---

The logo of the University of San Andrés is centered in the background. It features a shield with a white 'X' on a grey background, flanked by two thistles. Below the shield is a banner with the Latin motto 'QUAERERE VERUM'.

Del 1 al 10, ¿cómo fue tu experiencia?

---

---

---

---

---

¿Qué mejorarías?

---

---

---

---

**BOLSILLO** Para guardar recuerdos

