

INFORMACIÓN GENERAL

Duración: 6 meses. 300 horas. Febrero 05 - Julio 05.

Horario: De 19,30 a 22,30 horas, de lunes a jueves.

Admisión: El curso está limitado a 22 estudiantes por nivel y prevé una selección efectuada sobre la base de Curriculum Vitae y del Portfolio de Proyectos.
Se realizara una entrevista personal.

Asistencia: La asistencia a clase será obligatoria e indispensable para la obtener la acreditación de la realización de este Programa Superior.

Dirigido a: El presente curso está dirigido a diseñadores de las diferentes especialidades, y a todas aquellas personas vinculadas al mundo de la comunicación o interesadas en el desarrollo de un proyecto de organización y diseño de exposiciones.

Certificado: Al término del curso se entregará un certificado acreditativo tras haber realizado y superado satisfactoriamente el mismo.

Directoras del curso: Isabel García y Sonia Díaz.



* Fotografías: Estudio Juan Pablo Rodríguez Frede



Milano Roma Torino Madrid Barcelona São Paulo

Istituto Europeo di Design

Calle Larra, 14
28004 Madrid
Telf. 91 448 04 44
info@madrid.ied.es
www.ied.es/madrid

IED Madrid Advanced Study Program

Istituto Europeo di Design

INTRODUCCIÓN

Con una larga historia detrás, la exposición es en la actualidad un medio cada vez más atrayente y demandado por instituciones y empresas con el objeto de difundir contenidos y mensajes a su público.

La exposición es el resultado de un complejo sistema de conceptualización e interpretación, diseño y organización, referencia y comunicación, al mismo tiempo. Por todo lo anterior, el proceso expositivo se produce gracias a la colaboración entre profesionales de distintas disciplinas: comisariado, gestión, comunicación, diseño de interiores, diseño industrial, diseño gráfico, iluminación, escenografía, audiovisuales, multimedia, didáctica, etc.

La frecuencia e importancia que están adquiriendo las exposiciones en la actualidad exigen una mayor profesionalidad a la hora de su planificación, organización y diseño con el propósito de que resulten atractivas, no sólo al público interesado, sino también al ajeno. El conocimiento de su organización y diseño es fundamental para profesionales de los campos de la comunicación, la arquitectura, la gráfica, los medios audiovisuales, etc.

Debido a este trabajo especializado que conlleva la exposición, la sociedad exige profesionales cada vez más cualificados técnica y creativamente, y este curso quiere abordar esta cuestión proporcionando al estudiante una serie de conocimientos e instrumentos que le permitirá enfrentarse a la práctica profesional desde una perspectiva global y desde el campo de especialización que más le atraiga. Además, este curso proporciona al estudiante una serie de conocimientos que le permitirán tener una visión global de la exposición como elemento mediador entre el cliente y el público.



OBJETIVOS

El presente curso está dirigido a diseñadores de las diferentes especialidades, y a todas aquellas personas vinculadas al mundo de la comunicación o interesadas en el desarrollo de un proyecto de organización y diseño de exposiciones.

El objetivo fundamental del curso es formar a profesionales en el diseño y la gestión de exposiciones a través de una adecuada didáctica, para lo cual se propone:

- . El estudio de la evolución de las exposiciones con especial relevancia e hincapié en las últimas décadas.
- . La adquisición de conocimientos de la realidad y funciones de las exposiciones, tanto desde el punto de vista conceptual como técnico.
- . La aplicación práctica a las más variadas tipologías de exposición en museos, centros de arte y otros espacios culturales de exposición. Así como, las exposiciones que se realizan en galerías, ferias y otras entidades de carácter comercial.
- . El conocimiento de los principios de la teoría museográfica y expotécnica.
- . La conceptualización y aplicación práctica de un proyecto expositivo.
- . La aplicación experimental de diferentes recursos expotécnicos y profundización en las técnicas y procedimientos más actuales.

I. ÁREA DE DISEÑO

El diseño se analiza desde diferentes vertientes: el diseño de interiores para crear una adecuada configuración del espacio y un circuito donde tiene lugar la exposición. El diseño objetual que se ocupa del equipamiento, los audiovisuales y sistemas multimedia que complementan el aspecto lúdico y de puesta en escena. El diseño gráfico y la identidad corporativa aplicados a la arquitectura efímera. Sistemas de reproducción y recursos gráficos como elementos expositivos. Diseño de material promocional. En definitiva, objetos, imágenes, textos, sonidos, espacio y luz se interrelacionan para crear la exposición. Éstos junto con otros aspectos constituyen el diseño de la exposición.



II. ÁREA DE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN

La planificación y la logística junto al ámbito comercial, juega un papel prioritario en el éxito de los movimientos creativos. La creación de estrategias y herramientas de comunicación, difusión y capitalización; así como en la utilización de un acertado diseño en todas las facetas garantizan la consecución de los objetivos del proyecto expositivo. La puesta en marcha de una exposición tiene como fin último crear un impacto en uno o varios target. Por ello, es importante establecer desde el inicio un conjunto de acciones que vincularán el desarrollo creativo del acto a un objetivo tangible de posicionamiento y resultados.

El marketing ofrece un amplio abanico de herramientas; el reto está en saber utilizarlas. La gestión informativa analiza las necesidades y demandas de un grupo social como es el de los medios de comunicación que actúa como máximo difusor de corrientes sociales, opiniones y críticas. En la exposición la información y espectáculo se unen para crear un medio de comunicación sugerente y de gran atracción.



III. METODOLOGÍA

Curso teórico-práctico que tiene como meta la realización de un proyecto de diseño, gestión, planificación y desarrollo de una exposición. Los conocimientos teóricos guían al alumno en los pasos necesarios a tomar desde el punto de vista conceptual para que el proyecto tenga una base coherente y sea un éxito en su presentación y puesta en escena. La parte práctica desarrolla aquellos aspectos de diseño que hacen que la exposición sea un proyecto atractivo y eficaz.

Los alumnos realizarán visitas a diferentes espacios en los que se desarrolla la actividad del sector: empresas, museos, exposiciones,...

IV. Profesionales

- | | |
|--|---|
| Cesar Ávila. Gráfica Futura. | Vicente Patón. Arquitecto. |
| Gustavo Feijoo. Arquitecto de Interiores. | Juan Pablo Rodríguez Frade. Arquitecto. |
| Guillermo Gallego. Arquitecto de Interiores. | Jorge Ruiz Ampuero. Arquitecto. |
| Ángela García Blanco. Museo Arqueológico Nacional. | Mónica Ruiz Bremón. MNCARS. |
| Jorge Hernández. HT Exposiciones y museos. | Manuel Serrano. Arquitecto. |
| Victoria Hernández. Agencia Seis. | EXPOCIENCIA. |
| Aurora Herrera. Arquitecto. | |
| Jesús Moreno. Jesús Moreno & Asociados. | Entre otros... |



PROGRAMA

- 1. Introducción a la exposición**
 - 1.1 La exposición y su contexto.
 - 1.2 Historia de las exposiciones temporales.
 - 1.3 Tipos de exposición y modos de exponer.
 - 1.4 La exposición en instituciones culturales y la exposición comercial.
 - 3.4 Circuitos.
 - 3.5 Factores ergonómicos.
 - 3.6 Conceptos museográficos y expotécnicos.
 - 3.7 Diseño de elementos expositivos.
- 2. El proyecto expositivo**
 - 2.1 Los profesionales de la exposición.
 - 2.2 El concepto de la exposición.
 - 2.3 Gestión de un proyecto expositivo.
 - 2.4 El presupuesto y temporalización de la exposición.
 - 2.5 La conservación y restauración.
 - 2.6 La comunicación en la exposición.
- 3. Diseño espacial**
 - 3.1 La percepción del espacio.
 - 3.2 Producción de planos y especificaciones técnicas.
 - 3.3 Elaboración de maquetas.
- 4. Diseño de iluminación**
 - 4.1 La luz y sus características.
 - 4.2 Tipos de sistemas de iluminación, lámparas y luminarias.
 - 4.3 La iluminación de exposiciones.
- 5. Programa de comunicación**
 - 5.1 Organización de actividades paralelas.
- 6. Montaje e instalación**
 - 6.1 Manipulación, embalaje y transporte.
 - 6.2 Conceptos museográficos y expotécnicos.
 - 6.3 Técnicas de montaje.
- 7. La evaluación de la exposición**