

SISTEMA DE EXPOSICIÓN PARA LA FERIA ACADÉMICA DE LA UNIVERSIDAD
DE NARIÑO

ALONSO ROMAN BENAVIDES MORENO
AIDA ELIZABETH PERUGACHE RODRIGUEZ

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE ARTES
DEPARTAMENTO DE DISEÑO INDUSTRIAL
SAN JUAN DE PASTO
2004

SISTEMA DE EXPOSICIÓN PARA LA FERIA ACADÉMICA DE LA UNIVERSIDAD
DE NARIÑO

ALONSO ROMAN BENAVIDES MORENO
AIDA ELIZABETH PERUGACHE RODRÍGUEZ

Trabajo de grado para optar al título de
DISEÑADOR INDUSTRIAL

Asesor
GUILLERMO ESCANDÓN DIAZ DEL CASTILLO
Diseñador Industrial

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE ARTES
DEPARTAMENTO DE DISEÑO INDUSTRIAL
SAN JUAN DE PASTO

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

DEDICATORIA

.A Dios y su infinita generosidad,
..a mis primeros y mejores educadores
que son también a quienes adeudo cada día más... a mis padres;
a mis hermanos y a quienes de corazón comparten este triunfo también como
suyo.

Aida Elizabeth Perugache R.

DEDICATORIA

A la memoria de mi padre, de quien aprendí a trabajar con voluntad.

A mi madre, quien lucha por su vida con el único propósito de acompañar a sus hijos

A mis hermanos, quienes siempre han estado unidos para superar las adversidades.

Con todos ellos comparto la felicidad de este triunfo.

Alonso Benavides M.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad de Nariño,
Al Diseñador Industrial Guillermo Escandón, asesor del proyecto,
A nuestras familias.

Gratitud a ellos.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	12
1. GENERALIDADES	13
1.1 JUSTIFICACIÓN	13
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	14
2.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	14
2.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	15
3. OBJETIVOS	17
3.1 OBJETIVO GENERAL	17
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
4. MARCO DE REFERENCIA	18
4.1 MARCO TEÓRICO	18
4.1.1 Que es una feria?.	18
4.1.2 Exposiciones y exhibiciones en las ferias.	18
4.1.3 Lo que define una exposición.	19
4.1.3.1 Características de lo que se muestra en una exposición.	19
4.1.4 Tipos de exposición.	20
4.1.4.1 Por su duración y movilidad .	20
4.1.4.2 Por sus contenidos.	21

4.1.4.3	Lugares de exposición.	21
4.1.5	Que busca el montaje?.	22
4.1.5.1	Estructura del montaje.	23
4.1.5.2	Etapa técnica.	23
4.1.5.3	Etapa básica.	23
4.1.5.4	Etapa final.	23
4.1.6	Cómo integrar imagen corporativa en la exposición?.	24
4.1.6.1	Posicionamiento de la imagen.	24
4.1.6.2	Comunicación visual.	24
4.1.6.3	Percepción en la mente del visitante .	25
4.1.7	Cómo actúa el espacio?.	25
4.1.7.1	Espacio y percepción.	25
4.1.7.2	Clases y categorías.	27
4.1.7.3	Establecer recorridos.	27
4.1.8	Ergonomía y antropometría.	29
4.1.8.1	Ergonomía de diseño y evaluación.	30
4.1.8.2	Ergonomía ambiental.	30
4.1.8.3	Relación hombre estantería.	31
4.1.8.4	Relación hombre ángulos de visión	.31
4.2	MARCO CONCEPTUAL	33
4.3	MARCO CONTEXTUAL	36

4.4	MARCO DE ANTECEDENTES	37
5.	DISEÑO METODOLÓGICO	38
5.1	TIPO DE ESTUDIO	38
5.2	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	38
5.3	FUENTES Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	39
5.4	TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	40
6.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	41
6.1	ENCUESTA ESTUDIANTES QUE VISITAN LA FERIA ACADEMICA	43
6.2	ENCUESTA EXPOSITORES DE LA FERIA ACADEMICA UDENAR	49
6.3	FORMATO DE REGISTRO ORGANIZADORES DE LA FERIA ACADEMICA	54
6.4	MATRIZ PUESTOS DE EXPOSICIÓN FERIA ACADEMICA UDENAR	56
6.4.1	Tabulación ficha puestos de exposición.	57
6.5	ACTUALES ESPACIOS DE MONTAJE DE PUESTOS DE EXPOSICIÓN	59
6.5.1	Matriz de fortalezas y debilidades.	59
6.5.1.1	Espacios de montaje.	60
6.5.1.2	Zonas de circulación.	61
6.5.1.3	Sistemas de exposición.	62
7.	CONCLUSIONES	64
8.	ETAPA PROYECTUAL	65

8.1.2	Requerimientos de función.	67
8.1.3	Requerimientos estructurales.	68
8.1.4	Requerimientos técnico productivos.	68
8.1.5	Requerimientos económicos o de mercado.	69
8.1.6	Requerimientos formales.	69
9.	PROPUESTAS DE DISEÑO	70
9.1	DETERMINACIÓN	70
9.2	EVOLUCIÓN DE LA PROPUESTA	71
9.3	PROPUESTA FINAL	78
9.3.1	Planos técnicos.	88
9.3.2	Planos Ergonómicos.	101
9.3.3	Aplicación de imagen gráfica.	103
9.3.4	Propuesta de montaje del puesto de exposición en los espacios arquitectónicos de la Universidad de Nariño.	105
9.3.5	Presupuesto.	108

BIBLIOGRAFÍA

ABSTRAC

There are many ways to communicate with the market, we talk as a market because exist a target to let know the service that the University has; some of the most important are the television, the radio, press, magazines, the special events and the web. Some part away is the academic promotional event, of it talks less, which as give not enough relevance. The objectives of the university to do the promotional event are the communication, knowledge and promotion; this last one focus to get the promotion of the different programs and to sell services of the University. The objectives of the communication are those that help expressing ideas, concepts, programs, teams that motive and drive to those that visit the event to select a career. To get the objectives it s necessary a true synergy, the documental structure is not enough, but with a good technical exposition system must be the strategic way to approach time, space, human recourses and techniques; The fair cost and inversions for the University, to give some status to the event increase the image of the institution, but many people ignore the impact of the visual image has in the environment. Then the observation and the analysis argue the need of the industrial Design, the professional in I.D has the sensibility to find this kind of problems and to give an creative answer and functional, letting the rescue of this event as it is; the only way to give a relation ship between students and the service of the Nariño University.

INTRODUCCIÓN

“El diseño es una actividad creativa cuyo fin es establecer las múltiples cualidades de los objetos, procesos, servicios y sus sistemas en todos sus ciclos de vida. Por tanto, el diseño es el factor central de la innovadora humanización de las tecnologías y un factor crucial de intercambio cultural y económico”. ICSID

La mayoría de las personas asocian diseño con algo exclusivo por tanto ajeno a sus vidas y desligado de su cotidianidad y de sus intereses. Desde este punto comienza el papel como diseñadores industriales. En la actualidad se habla de un diseño que no se liga únicamente a lo espectacular que puede resultar visualmente su proyectación o intervención; rige en el diseño la correlación ser humano medio ambiente y a su tiempo aprovecha el progreso de la tecnología para mejorar las actuales condiciones humanas. Al entrar en el campo de las ferias se hace alusión directa a un medio de comunicación de masas que debe llegar a un público potencial a través de la difusión, mediante integración de material documental, muestras objetuales gráficas, instrumentos publicitarios, sistemas de montaje de estos recursos, entre otros. La comunicación acompañada al objeto refuerza su impacto o mensaje, conociendo el efecto que las exhibiciones producen en los visitantes. El desarrollo de un proyecto encaminado al fortalecimiento comunicacional e interventor en la motivación del visitante en la feria académica de la universidad de Nariño va a caer sobre los aspectos de calidad de uso del resultado proyectual y la calidad estética del mismo, compatibilizando las exigencias técnico funcionales con las restricciones técnico económicas. La esencia del proyecto se encuentra al intervenir con el factor humano, es decir con el grupo social al que afecta, destacamos al visitante como sujeto sensible a quien se dirige la información y el afán de motivación e incluimos a los organizadores del evento quienes buscan y preparan los medios con los que se cumple el objetivo comunicacional y motivador de la feria; Se ofrece entonces al plantear un sistema de exposición y exhibición para la feria académica una garantía para el mejor aprovechamiento de recursos y calidad de inversión físicos y humanos. Lo anterior como el resultado de identificar una problemática muy cercana, aplicando un ordenado diseño metodológico. Finalmente se recuerda que el estudio no tiene antecedentes específicos en cuanto a modelo teórico o a su aplicación práctica en la UDENAR y es la primera vez que se acerca al problema de investigación que se plantea; el marcar precedente con el desarrollo del proyecto teórico proyectual servirá de base para la realización de nuevas investigaciones y aplicaciones para próximos investigadores y proyectistas, lo que se constituye como el relevante aporte de los autores.

1. GENERALIDADES

1.1 JUSTIFICACIÓN

El auge cada vez mayor de las exposiciones académicas han logrado llamar la atención sobre la necesidad de fortalecer la formación y la eficiencia de esta actividad para cumplir la misión de dar a conocer los programas educativos que ofrece la universidad de Nariño y estimular a estudiantes, además con el compromiso de difundir la información con el mayor nivel de calidad e inversión de los recursos físicos y humanos para beneficio de la creciente comunidad visitante.

Es evidente que para el montaje de la feria se requiere elementos de diseño adecuados para alcanzar satisfactorios niveles de transmisión e intercambio de información y destacando el inminente acercamiento a cumplir las necesidades prácticas de los coordinadores del montaje de exposición. La universidad de Nariño adopta este valioso canal y además lo constituye como el evento más importante para divulgación informativa, se cataloga como el más importante por la elevada afluencia de visitantes, actualmente se calcula un promedio de 10.000 estudiantes de grados 10 y 11 correspondientes a los 81 planteles de educación secundaria registrados por secretaría de educación municipal en el periodo escolar 2003, sin olvidar visitantes de instituciones rurales o municipios cercanos. Es necesario resaltar que poca importancia se ha dado al aspecto técnico del montaje, orientando total preocupación por la organización documental, lo que debilita de manera notable el ambiente de la actividad; así se considera trascendente investigar y ejecutar un proyecto que integre exposición interesante y bien documentada con un buen montaje, entre otros aspectos a ofrecer al visitante un espacio para contemplar y comunicarse tranquilamente con los elementos visuales del expositor, logrando esto con un sistema que se adapte a espacios exteriores e interiores aislado de puntos de circulación agitada. Además de contribuir directamente con el mejoramiento del ambiente de difusión de información para el receptor y que ofrezca mejores posibilidades prácticas a quienes se encargan de la organización técnica de la feria; la implementación de un sistema ágil disminuye gastos considerables en la organización y paralelamente organiza y economiza tiempo para montaje y desmontaje. El diseño Industrial brinda amplia gama para minimizar los problemas prácticos de los sistemas de exposición y exhibición beneficiando directamente a la población participante y contribuyendo con el posicionamiento y fortalecimiento de la imagen de la universidad a nivel regional.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La universidad de Nariño organiza cada año la feria académica con el propósito de dar a conocer los 33 programas de estudios que ofrece y estimular a estudiantes de grado 11 y próximo a comenzar estudios de pregrado a convertirse en miembros activos de la institución; este evento es el único que se realiza para promoción académica y se considera el método más efectivo para establecer contacto directo entre expositor y visitante, generando paralelamente valiosa retroalimentación. El mayor porcentaje de visitantes pertenecen a los 81 planteles educativos de secundaria con los que cuenta el municipio de Pasto, esto equivale a un promedio de 10.000 estudiantes potenciales para la universidad aproximadamente (cifras correspondientes al periodo académico 2003) sin descartar visitantes de instituciones rurales y otros municipios. Esta gran afluencia de espectadores exige a la feria condiciones adecuadas para sus fines de promoción logrando además que el visitante se sienta a gusto en el lugar (ambiente), captando su atención para que comience a observar la muestra académica y permanezca en el lugar el tiempo que necesite o desee. La selección del espacio que actualmente se realiza para montar la exposición no cuenta con el ambiente propicio para percibir la exposición y las posibilidades de montaje que ofrezca recurriendo a improvisación de stand promocionales teniendo como única opción ajustarse a las condiciones espaciales de cada sector donde se exhibe, tampoco se ha establecido un recorrido o ruta que debe seguir el visitante para lograr una mejor comprensión de la muestra, este recorrido es fundamental para la exposición.

2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo lograr mediante un sistema de exposición y exhibición mayor aprovechamiento del espacio y mejor desarrollo de la promoción académica de la universidad de Nariño dirigida a estudiantes próximos a comenzar pregrado?.

2.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

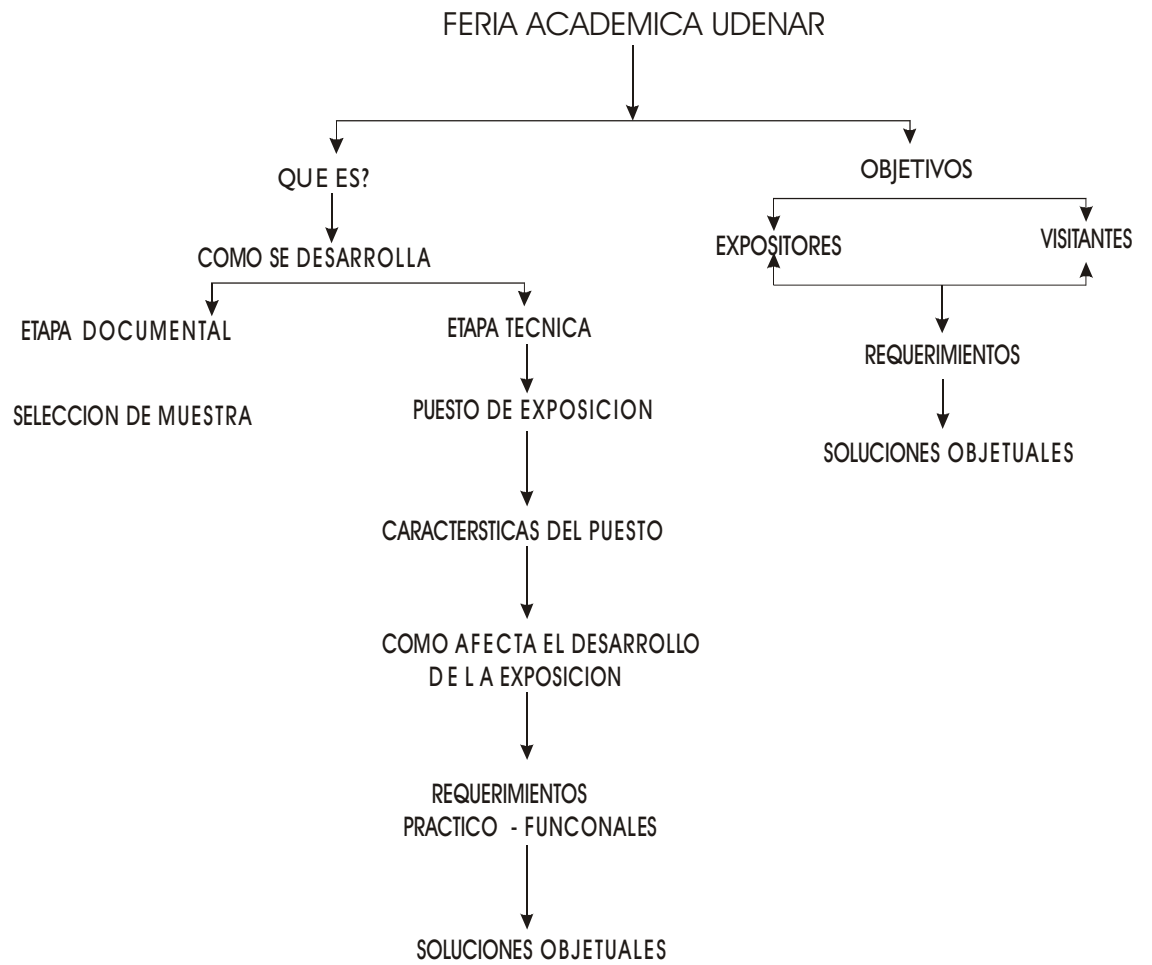
Feria académica de la universidad de Nariño

Evento que se monta en las instalaciones del sector Toro Bajo, en un día escogido estratégicamente del mes de abril en un periodo de 8:00 a.m a 4:00 p.m.

2.3 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

Para el desarrollo de la investigación se plantea el siguiente diagrama:

Figura 1. Esquema de investigación



SUBPREGUNTAS

¿Cuáles son las características de aquello que define una exposición?

¿cómo determinar los lugares apropiados para la exposición?

¿Cómo establecer mediante sistemas de exposición / exhibición relaciones directas expositor - estudiante generando mayor retroalimentación?

¿De qué manera afecta la improvisación de mobiliario con las buenas condiciones de exhibición y exposición?

¿Cómo generar espacio visual impactante y funcional para su corta duración?

¿El sistema de exhibición que condiciones debe sugerir para convertirse en mediador entre el espacio y el material exhibido?

¿Qué condiciones prácticas, técnicas, y formales debe llevar un sistema de exposición / exhibición?

¿Cómo lograr estimular los sentidos mediante un sistema de exposición / exhibición para generar recordación en el espectador?

¿Qué papel juega la percepción del visitante en el momento de determinar un sistema de exposición/ exhibición?

¿Cómo dar mayor posicionamiento a la imagen de la institución?

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Por medio de un sistema objetual mejorar condiciones de promoción académica de los programas que se presentan en la feria de la universidad de Nariño.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- * Conocer los objetivos de la universidad con la feria académica
- * Verificar si la totalidad de los objetivos se cumplen actualmente y en que condiciones lo hacen.
- * Identificar puntos críticos que limitan el desarrollo eficiente de la feria académica que requieran intervención de Diseño industrial.
- * Identificar los requerimientos de los diferentes programas al momento de organizar la exposición
- * Reconocer las condiciones que la universidad ofrece para garantizar la calidad integral de la feria.
- * Conocer el proceso productivo de la feria, desde la organización, el montaje, la presentación al visitante y el desmontaje de la misma.
- * Investigar a través de instrumentos de recolección de datos los requerimientos de los organizadores de la feria como de los visitantes.
- * Analizar material de investigación para determinar los parámetros técnico funcionales y formales de la proyectación.
- * Proponer una solución creativa y eficiente que garantice la calidad de la promoción académica.
- * Evaluar las propuestas y experimentar la viabilidad para desarrollarlas

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 MARCO TEÓRICO

4.1.1 ¿Qué es una feria?. las ferias tuvieron una importancia de primer orden en la organización económica medieval, como centros financieros y de intercambio de mercancías del comercio internacional en los que se reunían periódicamente los mercaderes profesionales. A pesar de la existencia de algunas ferias anteriores el desarrollo de las ferias corresponde a los siglos XI, XII y sobretudo al XIII, cuando el carácter errante del reciente comercio internacional hizo sentir la necesidad de establecer bases fijas para el mismo. Su situación dependía por tanto de la dirección de las grandes corrientes comerciales y no estaba ligada al ámbito económico local, ya que su clientela solía proceder de lugares muy lejanos. Las ferias poseían privilegios de inmunidad, respecto al lugar donde se celebraban y a las personas que concurrían a ellas, concedidos por el señor territorial y garantizados por sus "guardias de las ferias" el más importante era el de franquicia que concedía a los mercaderes la inmunidad por delitos o deudas anteriores. En el siglo XV, con la aparición de la economías nacionales, las ferias cobraron nueva vida, apoyada por los monarcas que regulaban en ellas sus negocios y disponían así de un mercado de créditos para los nuevos gastos del presupuesto estatal. En ellas, aunque persistió el tráfico de mercancías la importancia primordial recae sobre el dinero. Por el circuito de las ferias circulaban letras de cambio comerciales, arrendamientos de impuestos y créditos militares de los monarcas europeos y de la curia romana.

En la actualidad también se entiende por feria la reunión que tiene por objeto exponer ciertas mercancías con miras a la promoción, compra y venta de las mismas, y que se efectúan en lugares y épocas determinadas.

4.1.2 Exposición y exhibición en las ferias. Historia de las exposiciones: en los dos últimos siglos las exposiciones han sido numerosas y se organizan con ocasiones de cualquier pretexto (centenario, conmemoración, celebración), hasta el punto que dos exposiciones mundiales se organizaron en el mismo año y en la misma nación (EEUU, 1939). La historia de las exposiciones tiene una estrecha relación con la historia del progreso humano y de sus principales etapas: el vapor, la electricidad, las telecomunicaciones, la aviación, las construcciones, los descubrimientos geográficos, etc. En el siglo de los inventos cada nación tenía interés por exhibir sus propios avances; los gastos que implicaban estas exposiciones se compensaban con la propaganda y el estímulo que a causa de ellas recibían otras actividades.

Los fines de la exposición pueden ser comerciales, artísticos e educativos, pero el propósito verdadero es atraer la atención del público para interesarlo en los objetos exhibidos. Se destaca que **la exposición involucra exhibir**, lo último determinado por acción de mostrar en público.

4.1.3 Lo que define una exposición. En general se define exposición como un conjunto de objetos e ideas (bienes materiales y conocimientos relacionados entre sí), que se exhiben a un público específico, particular o general por ser dignos de mostrarse y cuya exhibición persigue un fin determinado.

De ahí que como sinónimos de exposición se empleen industrialmente los términos de “exhibición”, y “muestra”. En sentido general, entrarían en el campo de las exposiciones tanto la feria, exposición pecuaria, una exposición de pintura, los animales de un zoológico o el jardín botánico como el pesebre de Navidad, la exposición presencial de un trabajo o proyecto a un grupo de personas o a una exposición de automóviles, muebles o lámparas.

Además de constituir un conjunto correlacionado de bienes y conocimientos o creencias, cada uno de los ejemplos anteriores persiguen fin establecido, ya sea económico, comercial, educativo, cultural, religioso, investigativo, creativo, etc.

Concretamente se habla de exposición de objetos y conocimientos cuyo fin primordial es la difusión informativa cuya esencia es la comunicación visual, “donde el valor de la imagen, el apoyo de las muestras y el testimonio indiscutible del documento establecen comunicación directa y original”.

4.1.3.1 Características de lo que se muestra en la exposición.

* Valor cultural: la exposición exhibe algo que es digno de exponerse ante un público por su valor cultural; muestra algo que resulta interesante ver porque representa un logro en el campo de la cultura o un hito importante de la historia y es de “público interés”. Los objetos que integran la exposición son interesantes porque se destacan entre los demás de su tipo.

* Se muestran claramente: por ser de público interés, los objetos y conocimientos presentados en la exposición se muestran lo más claro posible y por ello se da la oportunidad al visitante de acercarse y apreciar todos los aspectos de la muestra, previendo sin embargo que los objetos no peligren en su cercanía al espectador (como en una exposición de piezas de vidrio o cerámica) o que el visitante no peligre al acercarse al objeto (como en una exposición de especies y uso del ají, o del cactus dirigida a un público escolar). Se incluyen así conocimientos además de objetos

1 SALVAT Monitor, diccionario enciclopédico. Pamplona. Tomo 7. Pág. 2600

2 LÓPEZ BARBOSA Fernando, Manual de montaje de exposiciones. Bogotá, D.C. 1993. p. 102

puesto que, si lo que muestra es desconocido, los conocimientos que generalmente apoyan los objetos (o lo explican) deben ser muy claros, las ideas deben “exponerse” también claramente.

* Se relacionan lógicamente: los objetos y conocimientos presentados en la exposición se relacionan entre sí lógicamente, ya sea a partir del género de objetos (exposición de libros), o de un autor (dibujos, pinturas, esculturas, cuadros) o de un tema (artesanía colombiana).

Estas tres características aparecen también como los tres grandes objetivos de las exposiciones cuyo fin último es el hombre mismo, contribuir a su enriquecimiento intelectual, documental y cultural. En esta medida en que el montaje puede ser determinante para el buen logro de una exposición.

4.1.4 Tipos de exposiciones. Pueden subdividirse de acuerdo a su duración y movilidad y de acuerdo con los contenidos.

4.1.4.1 Por su duración y movilidad.

* Exposiciones permanentes. Se denominan de este modo porque permanecen en su lugar y abiertas al público por tiempo indefinido, los museos exponen diariamente su colección en forma permanente, aunque también realizan algunas veces exposiciones transitorias. El recinto que alberga la exposición permanente por lo general se adapta en forma exclusiva para cumplir sus funciones a muy largo plazo.

* Exposiciones temporales. O transitorias se realizan para ser exhibidas durante un periodo de tiempo corto, que generalmente varia entre dos semanas y tres meses y su duración tiene que ver tanto con la afluencia a nivel de asistencia estimado de público, como con la importancia o trascendencia de la exposición. Por ser transitorias, estas exposiciones se realizan en recintos que deben adaptarse fácilmente, o en poco tiempo, a las necesidades particulares de montaje de cada muestra.

* Exposiciones itinerantes. Han sido diseñadas para presentarse en varios lugares, para “seguir un itinerario”. Estas exposiciones son proyectadas de modo tal que facilitan su transporte y montaje en cada lugar al que van dirigidas. Permiten posibilidades de adaptación a diversos recintos y cuentan con condiciones de embalaje que garantizan la conservación de los objetos. Llevan instrucciones de empaque que deben seguirse exactamente en cada lugar donde se exhiben, pues de su cumplimiento depende la conservación y finalidad de la muestra. Como exposiciones itinerantes se entiende todas las exposiciones viajeras, sigan o no un recorrido pre - establecido. Las exposiciones que recorren diversos sitios dentro de una ciudad se denominan también circulantes.

* Exposiciones periódicas. Se realizan dentro de una serie y con intervalos de tiempo constantes, pueden ser anuales, bienales etc. Las exposiciones periódicas (como el salón nacional de artes plásticas) en general pretenden recoger y mostrar los nuevos aportes que se han dado durante determinado tiempo en un campo específico de la cultura.

4.1.4.2 Por los contenidos: la clasificación por contenidos no puede establecerse a partir de los temas, puesto que estos son casi infinitos, como la cultura misma. En museología se aceptan 5 categorías, según la disciplina (arte, historia, tecnología, ciencia, técnica); cada una de ellas se subdivide de modo complejo llegando en algunos puntos casi a superponerse y concurriendo todas en el campo de la historia. Sin embargo hay dos grandes clasificaciones a partir de los autores, en artes plásticas y en general a partir de documentación que la sustenta.

* Individuales y colectivas: en las exposiciones de artes plásticas (pintura, escultura, grabado, etc.) hay dos tipos generales dependiendo de cuantos actores intervienen en la muestra. Las exposiciones individuales pueden mostrar la obra reciente de un artista o recoger muchos años de su creación (exposiciones retrospectivas). Las exhibiciones colectivas generalmente agrupan actores de un mismo campo del arte (colectiva de pintores, fotógrafos) aunque también se realizan a partir de temas (el desnudo tratado por varios artista) de vinculación a una entidad (egresados de una facultad de bellas artes) o a partir de algún tipo de afinidad.

* Documentales y no documentales: esta clasificación se establece según la profundidad de su documentación en la medida en que vayan más allá de la mera presentación del objeto. Las exposiciones estrictamente documentales, además de ser resultado de una completa investigación y análisis de lo expuesto, se diferencian por el objetivo mismo de la muestra; son aquellas cuyo fin primordial es ilustrar sobre un tema (época, personaje, movimiento intelectual o literario) aún cuando haya objetos expuestos, el énfasis se da a la documentación que se ofrece al visitante. Por el contrario, las exposiciones estrictamente no documentales, ponen énfasis en la contemplación del objeto expuesto, sin llegar a expenderse o profundizar en su análisis.

4.1.4.3 Lugares de exposición. La selección de un espacio para montar cualquier exposición depende tanto de las condiciones que ofrezca para la adecuada protección de lo expuesto, como del ambiente propicio para percibir la exposición y las posibilidades de montaje que ofrezca.

* Protección: la protección de los objetos abarca desde la seguridad o medidas de prevención contra robos, e incendios, hasta los controles para garantizar la conservación y cuidado de los objetos durante el periodo que serán exhibidos. Las condiciones mínimas de protección que debe ofrecer el lugar de exposición sintetizan así: seguridad contra robo e incendio; generalmente en las exposiciones permanentes, el espacio de exposición debe estar alejado de cualquier actividad no controlada que presente posibilidad de incendio, con la humedad tener en cuenta los factores internos si se hace en lugares cerrados y en caso contrario los factores externos del ambiente, los cambios bruscos de temperatura producidos en el exterior deben prevenirse, para evitar rayos directos del sol la ubicación responde a oriente o norte, preferiblemente.

* Ambiente: lo primero que debe manejarse en el ambiente para exposiciones es el aislamiento, su capacidad de ofrecer al visitante un espacio para contemplar y comunicarse tranquilamente con los elementos de la exposición y los expositores; preferiblemente estará situado en un lugar exento de distracciones, en lo posible lejos de puntos de circulación críticos. De esta manera se logrará un ambiente adecuado y contribuirá a mejorar las condiciones de seguridad de lo expuesto.

La amplitud del espacio y el color ya sea del recinto o del ambiente natural donde se monta la exposición se relacionan directamente. “Los tonos oscuros cierran el espacio, lo hacen más pequeño; los tonos claros y el blanco por excelencia, son abiertos, abren espacio, lo ensanchan”. Para contribuir a crear un ambiente plácido, el color del recinto, si es diferente al blanco debe ser muy claro ya que los colores claros además de proporcionar tranquilidad, atenúan en gran parte la imposibilidad que algunos colores tienen para armonizar al juntarse con otros.

4.1.5 Que busca el montaje?. El montaje pretende interpretar de la mejor manera los objetivos iniciales de la exposición, cuando se propone armar un conjunto de partes cuya articulación ya ha sido planeada establece un recorrido, es decir, una ruta que debe seguir el visitante para lograr una mejor comprensión de las muestras. Este recorrido si es fundamental en la exposición, por eso el montaje debe respetarlo y construirlo en la realidad. Las exposiciones que tienen un recorrido son especialmente las documentales, en donde es importante seguir un “antes” y un “después” para su cabal comprensión. Pero aun cuando haya exposiciones sin recorrido específico(establecido con anterioridad), las personas encargadas del montaje deben establecerlo. Aún sin ser obligatorio, deben hacerlo posible, insinuarlo, porque una exposición sin recorrido no significa una exposición sin ordenamiento.

¹ VARLEY, Helena. El gran libro del color. Barcelona, blume, 1982.

En resumen, lo que persigue el montaje es construir un orden donde no está previsto o reconstruirlo cuando estaba planeado, pensando siempre en hacer llegar al visitante, lo más directamente posible con lo expuesto. Esto se logra básicamente acondicionando un recinto, manejando los elementos que componen el montaje y conociendo las técnicas para montar los objetos.

4.1.5.1 Estructura del montaje. Montar, colgar o armar el material que ya se ha preparado es lo que se realiza en el montaje de cualquier exposición, ya sea permanente o transitoria, documental o periódica. Como la exposición toda, el objetivo del montaje es el hombre mismo, *“poner directamente al espectador frente a la obra para que surja un diálogo visual- intelectual entre sujeto - objeto, que comience en la visión y apreciación y culmine en la interpretación de lo que la obra comunica.”*

Antes de que se realice el montaje, la exposición ha pasado por varias etapas en las cuales han intervenido muchas personas, desde el investigador y el artista, hasta el carpintero y el transportador, todos trabajando en función del visitante a quien llegará finalmente la muestra. Se ha invertido dinero, tiempo y esfuerzo en planear, investigar, realizar el proyecto y producir el resultado definitivo, y del montaje va a depender que todo ello pueda cumplir sus fines o se frustre en su última etapa.

El montaje es la última actividad del proceso de producción de una exposición, proceso que resulta más o menos complejo dependiendo del carácter y la tipología de la muestra.

En exposiciones este proceso se inicia con la definición del tema y objetivos generales, a lo cual sigue, con base en la investigación, el esquema de montaje, el montaje definitivo.

Dentro del montaje conviene hacer una distinción clara entre sus tres etapas o niveles fundamentales:

4.1.5.2 Etapa técnica. En la cual se realizan los acondicionamientos técnicos requeridos para cada exposición, como instalación eléctrica para la iluminación, diseño y ejecución(o adecuación) de vitrinas y paneles, pintura, acabados, fotografía, etc.

4.1.5.3 Etapa básica. En esta etapa se incluyen la diagramación y ejecución de carteles de apoyo o paneles documentales, el diseño de montaje de objetos y textos en vitrinas y el esquema de montaje general, que articula la relación de todos los objetos y apoyos, definiendo una secuencia o recorrido;

Etapa final. En la cual se realiza la disposición definitiva de los objetos en la sala, vitrinas, stand, módulos, según la exposición. La etapa final del montaje puede ser relativamente fija o variable, dependiendo de la existencia y el grado de precisión de un esquema de montaje. El carácter variable de la etapa final del montaje se acentúa en las exposiciones itinerantes, las cuales siempre deben ajustarse a las condiciones espaciales de cada sala donde se exhiben.

4.1.5.1 Estructura del montaje. Montar, colgar o armar el material que ya se ha preparado es lo que se realiza en el montaje de cualquier exposición, ya sea permanente o transitoria, documental o periódica. Como la exposición toda, el objetivo del montaje es el hombre mismo, *“poner directamente al espectador frente a la obra para que surja un diálogo visual- intelectual entre sujeto - objeto, que comience en la visión y apreciación y culmine en la interpretación de lo que la obra comunica.”*

Antes de que se realice el montaje, la exposición ha pasado por varias etapas en las cuales han intervenido muchas personas, desde el investigador y el artista, hasta el carpintero y el transportador, todos trabajando en función del visitante a quien llegará finalmente la muestra. Se ha invertido dinero, tiempo y esfuerzo en planear, investigar, realizar el proyecto y producir el resultado definitivo, y del montaje va a depender que todo ello pueda cumplir sus fines o se frustre en su última etapa.

El montaje es la última actividad del proceso de producción de una exposición, proceso que resulta más o menos complejo dependiendo del carácter y la tipología de la muestra.

En exposiciones este proceso se inicia con la definición del tema y objetivos generales, a lo cual sigue, con base en la investigación, el esquema de montaje, el montaje definitivo.

Dentro del montaje conviene hacer una distinción clara entre sus tres etapas o niveles fundamentales:

4.1.5.2 Etapa técnica. En la cual se realizan los acondicionamientos técnicos requeridos para cada exposición, como instalación eléctrica para la iluminación, diseño y ejecución(o adecuación) de vitrinas y paneles, pintura, acabados, fotografía, etc.

4.1.5.3 Etapa básica. En esta etapa se incluyen la diagramación y ejecución de carteles de apoyo o paneles documentales, el diseño de montaje de objetos y textos en vitrinas y el esquema de montaje general, que articula la relación de todos los objetos y apoyos, definiendo una secuencia o recorrido;

Etapa final. En la cual se realiza la disposición definitiva de los objetos en la sala, vitrinas, stand, módulos, según la exposición. La etapa final del montaje puede ser relativamente fija o variable, dependiendo de la existencia y el grado de precisión de un esquema de montaje. El carácter variable de la etapa final del montaje se acentúa en las exposiciones itinerantes, las cuales siempre deben ajustarse a las condiciones espaciales de cada sala donde se exhiben.

4.1.6.1 una realidad existente en una realidad deseada. Esta realidad no está constituida por formas gráficas, sino por personas.

El propósito de la comunicación visual es el de crear una armonía y una organización de tipo visual tal que, como realización de visiones personales - para el caso del arte o provista de una intención para el diseño -, produzca excitación también visual.

4.1.6.2 Percepción en la mente del visitante. Nunca se mira sólo una cosa, siempre se mira la relación entre las cosas y nosotros mismos. La visión está en continua actividad, en continuo movimiento, aprehendiendo continuamente las cosas que se encuentran en un círculo cuyo centro es ella misma, constituyendo lo que está presente para el hombre tal como es. Antes que detenerse a mirar en detalle cada objeto, el visitante de la exposición percibe el montaje en conjunto y establece una relación anímica con el entorno. El planeamiento de la distribución de los objetos orienta el sentido de esta relación. Aquí es donde confluye la labor de los proyectistas, los productores de exposición o el artista con la misión del encargado del montaje. Comienza entonces la responsabilidad de entregar lo mejor posible los mensajes de la exposición al público, a través de la distribución. Si el proyecto de la exposición contempla instrucciones específicas para ello, estas han de considerarse.

4.1.7 Como actúa el espacio?. El espacio es el ámbito de las formas que se crearán y es el primer enfrentamiento en la lucha visual-creativa. En efecto, el espacio matérico es la materia virgen que invita y reta al mismo tiempo y que se presenta simultáneamente tan familiar y tan extraño. Se parte de poseer el espacio, es decir comprenderlo como concepto, conocerlo a profundidad, reconocer su naturaleza, su estructura, sus relaciones y las posibilidades de organización a su interior. De esta manera puede asegurarse que el problema no consiste solamente en dominar el espacio, sino en construirlo a partir de la relación creativa con el.

4.1.7.1 Espacio y percepción. Al observar un objeto, un paisaje, en general unas formas visuales o un hecho tridimensional, de manera inmediata la mente hace una interpretación organizativa del espacio: Distingue y separa partes derecha, izquierda, arriba, abajo; define sentidos verticalidad, horizontalidad y reconoce proximidades, adelante, atrás, adentro, afuera. Se establece así una orientación relacionada con la posición del observador, y en ese momento parece que estuviese en la situación observada para ser parte de ella, se modifica el adentro y el afuera y por ende la percepción estática unilineal, para producir la sensación multidimensional del espacio.

En la percepción y comprensión del espacio intervienen factores como la visión estereotípica y el movimiento, entre otros, pero en ellas juega un papel muy importante la experiencia cognitiva, esto es la información, la conciencia y las experiencias visuales anteriores al hecho percibido con las cuales la mente completa la imagen que persigue. De allí que pueda afirmarse que:

“La percepción, fundada sobre la experiencia, va mas allá de la experiencia de la realidad” .

Esto permite reconocer que de alguna manera la percepción de las formas y específicamente del espacio, no es fenómeno pasivo, sino que es una sensación activa que provoca diversas reacciones emocionales y vivenciales, lo que debe ser considerado creativamente por el diseñador en el momento de organizar las imágenes o las formas de un espacio determinado.

En particular todo comunicador visual trata de presentar, representar o inventar el espacio dándole, mediante la organización una forma que establece por sí misma bien los límites de su extensión o bien lo limitado de su infinidad, planteándose en consecuencia distintas relaciones.

Elementos de percepción:

* Composición y equilibrio. El montaje, como el contenido de la exposición debe ser muy claro. El recorrido debe ser fácilmente identificable. Pero la lógica de la distribución también se aplica en otro sentido: La composición. Las piezas no se montan una tras otra sin sentido, sino que su distribución responde a una lógica compositiva. “La influencia psicológica más importante sobre la percepción humana es la necesidad de equilibrio...la referencia visual más fuerte y firme del hombre, su base consciente e inconsciente para la formulación de juicios visuales... Por eso, el constructo horizontal - vertical es la relación básica del hombre con su entorno”. Esta relación se presenta en cada plano que soporta el montaje y en la articulación de todos ellos: En un muro, en un panel, los ejes se establecen de modo imaginario y marcan el equilibrio el conjunto de los objetos expuestos.

“Tanto para el emisor como para el receptor de la información visual, la falta de equilibrio y seguridad es un factor desorientador” . También con frecuencia se presentan múltiples impedimentos para lograr un equilibrio perfecto en el montaje y su búsqueda y logro no son siempre sinónimos de una buena ejecución. Aunque siempre debe tenderse a él, existen limitaciones(problemas cromáticos, secuencia, etc.) y a veces la intención del montaje puede ser precisamente romper el equilibrio, pasar de la opción visual de regularidad y sencillez a la alternativa de complejidad y variación inesperada. Sin embargo, el manejo de la segunda opción debe hacerse con prudencia y cuidando los fines de la exposición y la contemplación misma de los objetos. La tensión en el montaje no es negativa de por sí. Su conveniencia y valor están en como se use en la comunicación visual, es decir, “En como refuerce el

7 ARNHEIM, Arte y percepción visual. Madrid: alianza, 1979

8 DONIS, D.A. La sintaxis de la imagen. Barcelona, G.G., 1980, p. 110

9 Ibid, p. 38 .

significado, propósito, la intención y, además, en cómo puede usarse como base para la interpretación y la comprensión”.

Lo fundamental en la lógica de la distribución es dejar en claro un ordenamiento, una disposición estable de espacios y volúmenes, y definir concretamente una relación compositiva, sin afectar la observación de los objetos y eliminando tensiones visuales ambiguas que pueda truncar la receptividad y los objetivos de la exposición:

“La ambigüedad visual, como la ambigüedad verbal no solo oscurecen la intención compositiva, sino también el significado. El proceso de equilibrio natural quedaría frenado, confundido y, lo que es más importante, irresuelto por culpa de la fraseología espacial sin significado... la vista es el sentido que menos energía gasta. Experimenta y reconoce el equilibrio, evidente o sutil, y las relaciones de interacción entre los diversos datos visuales. Sería contraproducente frustrar y confundir esta función única”.

4.1.7.1 Clases y categorías.

* Espacio real: es el espacio multidimensional, profundo o infinito; es el espacio sensible, el de la naturaleza, el espacio como ámbito de lo cotidiano, el que nos rodea y se prolonga, si así lo buscamos, en la extensión atmosférica o también en el espacio pensado, ideado. Es el espacio que sentimos pero también el que intuimos.

* Espacio virtual: es el que percibimos, el que construimos visualmente y el como lo vemos; corresponde a una realidad visual pero no a una realidad empírica.

* Espacio plástico o matérico: es el espacio pictórico o el campo gráfico que acoge las representaciones; es el papel, el lienzo, el metal, el cartón, sobre el cual plasmamos u organizamos las imágenes visuales; es finito y bidimensional y se lo conoce también como espacio ilusorio dentro del cual se puede crear espacios virtuales. Es un medio material que termina siendo construido gracias a las relaciones de formas, colores, pesos, blancos, movimientos... es un espacio orgánico pero al mismo tiempo es un espacio inventado creado en el que se articulan las tensiones, la armonía, el conflicto... Y en el que conviven las figuras y las zonas vacías.

4.1.7.3 Establecer recorrido. En el montaje se constituye un orden donde no está previsto o se reconstruye cuando ya estaba planeado. Y esto, en relación con el

LOPEZ BARBOZA, op. Cit., Pag. 39.

Ibid. Pag. 42

USCATEGÜI; Mireya. El espacio, un reto o una invitación a poseerlo.

recorrido, se traduce en establecer un camino o una multiplicidad de caminos para ver la exposición dependiendo de los objetivos particulares de la muestra y su estructura.

Como regla general y primera consideración, el recorrido de una exposición comienza siempre por la izquierda, el visitante se desplaza siempre de izquierda a derecha. Ello se explica fundamentalmente porque el lenguaje se escribe y se lee en ese sentido.

Es posible que muchos visitantes quieran recorrer inconscientemente la sala de derecha a izquierda, especialmente aquellos que suelen conducir algún tipo de vehículo, debido a las convenciones americanas de tránsito (“conserva su derecha”). Sin embargo, es necesario establecer la orientación del recorrido de izquierda a derecha, especialmente en exposiciones que debe “leerse” en cierto orden (cronológico, temático, etc.). Aunque siempre habrá visitantes que no deseen seguir estrictamente el recorrido, lo importante es evitar al máximo la dificultad de comprensión que se presenta, de modo consciente, cuando una exposición se recorre de derecha a izquierda, en sentido inverso a la lectura.

* **Exposición sin recorrido:** no existe ninguna exposición sin recorrido. Su inexistencia es aparente. Más bien hay algunas exposiciones que tienen múltiples recorridos o caminos posibles a seguir. Generalmente son aquellas muestras no documentales, en donde no importa el orden en que se miren las partes que la componen. Cuando la exposición tiene más de una entrada, el recorrido funciona de igual modo. Lo realmente importante en el recorrido de ese tipo es dar la posibilidad al visitante de ver la exposición de diferentes maneras, de recorrerla por diferentes caminos, y esto se expresa en el ofrecimiento de un amplio espacio de circulación, de un lado, y por otra parte, en la disposición abierta y ordenada de las muestras, de modo que el visitante sienta una libertad de escoger su propio recorrido y no sienta de pronto que empezó por el final; que no tenga que pasar por la incertidumbre de buscar qué debe ver después de esto o qué venía antes de ello.

* **Exposición con recorrido:** la mayoría de las exposiciones documentales tienen un recorrido específico que debe seguirse, definido generalmente en un esquema de montaje. Aparte de utilizar algunos recursos (paneles, títulos o capítulos), el recorrido definitivo se establece en el montaje final. El recorrido puede ser más o menos rígido, dependiendo de qué tan importante sea seguir el orden estricto para la correcta comprensión de la muestra. El recorrido en una exposición es más rígido cuando hay paneles o carteles numerados, es decir, cuando es necesario ver un panel primero para poder comprender el segundo, ubicar en estricto orden los paneles, orientar la circulación, facilitar el desplazamiento. Si los paneles o capítulos no están previamente enumerados, es importante orientar al espectador mediante una señalización clara, pero discreta, es decir, que no se

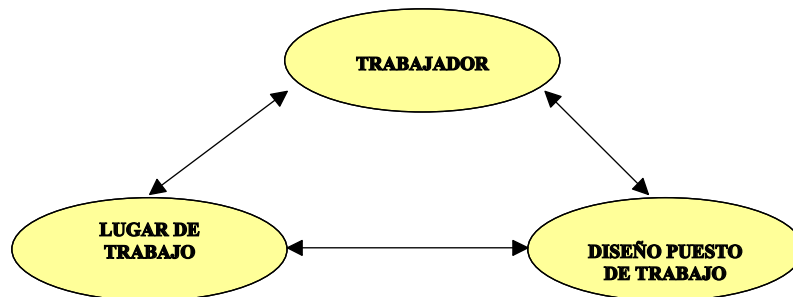
su función es accesoria. Ejemplo, a través de pequeñas flechas alejadas de los objetos, que indiquen la dirección en que debe seguir el visitante su recorrido.

Finalmente siempre se evitará partir en dos un tema o un aspecto de exposición, pues afecta la claridad del recorrido o confunde al espectador. Ejemplo, si la exposición se divide en temas complejos, se intentará en lo posible agrupar en un mismo espacio temas completos.

4.1.7 Ergonomía y antropometría

La manera mas sencilla de mostrar el campo de acción de la ergonomía y la antropometría se representa con tres centros estratégicos. (véase figura 2)

Figura 2. Centros estratégicos de acción



La palabra ergonomía se deriva de las palabras griegas “ egos” : trabajo, “nomos”: leyes; por lo que literalmente significa “leyes del trabajo”, y podemos decir que es la actividad de carácter multidisciplinar que se encarga del estudio de la conducta y las actividades de las personas, con la finalidad de adecuar los productos, sistemas, puestos de trabajo y entornos a las características, limitaciones y necesidades de sus usuarios, buscando optimizar su eficiencia, seguridad y confort.

La ergonomía es el estudio del trabajo en relación con el entorno en que se lleva a cabo (el lugar de trabajo) y con quienes lo realizan (los trabajadores). Se utiliza para determinar como diseñar o adaptar el lugar de trabajo al trabajador a fin de evitar distintos problemas de salud y de aumentar la eficiencia. En otras palabras para hacer que el trabajo se adapte al trabajador en lugar de obligar al trabajador a adaptarse a el.

La ergonomía aplica principios de biología, sicología, anatomía y fisiología para suprimir del ámbito laboral las situaciones que pueden provocar en los trabajadores incomodidad, fatiga o mala salud. Se puede utilizar la ergonomía para evitar que un

puesto de trabajo esté mal diseñado si se aplica cuando se concibe un puesto de trabajo, herramientas o lugares de trabajo.

4.1.8.1 Ergonomía de diseño y evaluación. Participa durante el diseño y la evaluación de equipos, sistemas y espacios de trabajo; su aportación utiliza como base conceptos y datos obtenidos en mediciones antropométricas, evaluaciones biomecánicas, características psicológicas y costumbres de la población a la que está dirigido el diseño.

Al diseñar o evaluar un espacio de trabajo, es importante considerar que una persona puede requerir de utilizar más de una estación de trabajo para realizar su actividad, de igual forma, que más de una persona puede utilizar un mismo espacio de trabajo en diferentes periodos de tiempo, por lo que es necesario tener en cuenta las diferencias entre los usuarios en cuanto a tamaño, distancia de alcance, fuerza y capacidad visual, para que la mayoría de los usuarios puedan efectuar su trabajo en forma segura y eficiente.

Al considerar los rangos y capacidades de la mayor parte de los usuarios en el diseño de lugares de trabajo, equipos de seguridad y trabajo, así como herramientas y dispositivos de trabajo ayuda a reducir el esfuerzo y estrés innecesarios en los trabajadores, lo que aumenta la seguridad, eficiencia y productividad del trabajador. El humano es la parte más flexible del sistema, por lo que el operador generalmente puede cubrir las deficiencias del equipo, pero esto requiere de tiempo, atención e ingenio, con lo que disminuye su eficiencia y productividad, además de que puede desarrollar lesiones, micro traumatismos repetitivos o algún otro tipo de problema, después de un periodo de tiempo de estar supliendo dichas deficiencias.

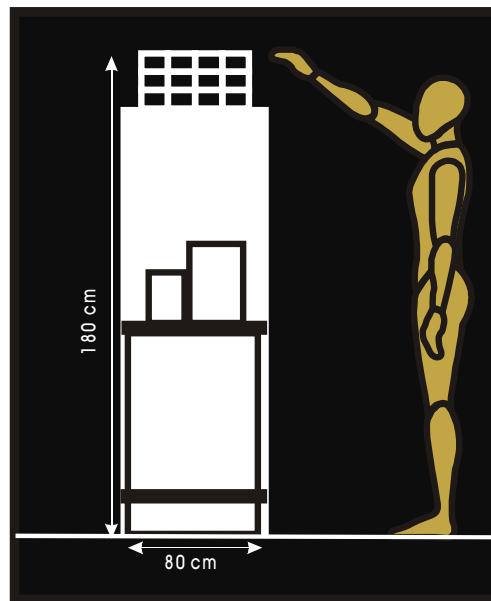
En forma general, puede decirse que el desempeño del operador es mejor cuando se libera de elementos distractores que compiten por su atención con la tarea principal, ya que cuando se requiere dedicar parte del esfuerzo mental o físico para manejar los distractores ambientales, hay menos energía disponible para el trabajo productivo.

4.1.8.2 Ergonomía ambiental. Se encarga del estudio de las condiciones físicas que rodean al ser humano y que influyen en su desempeño al realizar diversas actividades, tales como: ambiente térmico, nivel de ruido, nivel de iluminación y vibraciones.

La aplicación de los conocimientos de la ergonomía ambiental ayuda al diseño y evaluación de puestos y estaciones de trabajo con el fin de incrementar el desempeño, seguridad y confort de quienes se desenvuelven en ellos.

4.1.8.3 Relación hombre estantería. Las estantería deben tener una altura máxima , entre 1,30 cm y 1,80 cm, con 80 cm de profundidad, dentro de estas dimensiones deben estar distribuidos las muestras a exhibir, para evitar dificultades de visualización y percepción por parte de los observadores visitantes (ver fig.3). Referencias

Figura 3. Relación hombre estantería



4.1.8.1 Relación hombre ángulos de visión. Facilitan la lectura de aquello que se muestra. Ángulos entre los 50° y 70° pasando por la línea horizontal 0°, teniendo en cuenta que el Angulo visual en total reposo está entre los 30° y 38°. (véase fig.4,5)

Figura 4. Relación hombre ángulos de visión

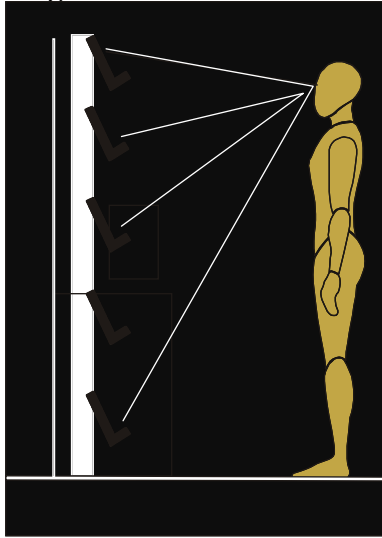
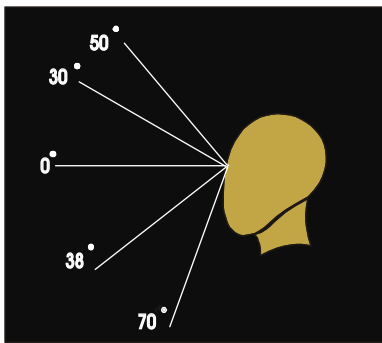
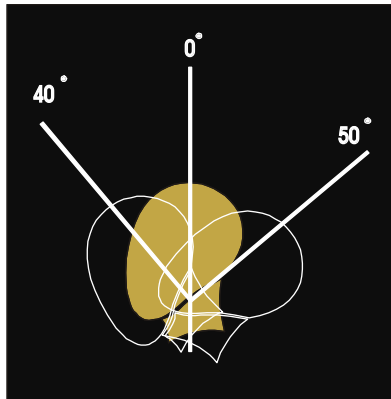


Figura 5. Ángulos de visión



Ángulos de rotación. El movimiento de la cabeza en el plano vertical es de 40° máximo hacia delante y 50° máximo hacia atrás. (ver fig.6)

Figura. 6 Ángulos de rotación



ANTROPOMETRÍA. El término antropometría se deriva de “antropos”: humano y “métricos”: medida. Así esta subdisciplina trata lo concerniente a la “aplicación de los métodos físicos científicos al ser humano para el desarrollo de los estándares de diseño y los requerimientos específicos y para la evaluación de los diseños de ingeniería, modelos a escala y productos manufacturados, con el fin de asegurar adecuación de estos productos a la población de usuarios pretendida” .

4.1 MARCO CONCEPTUAL

Feria: actividad que se celebra generalmente al aire libre en algunos sectores en época fija, antiguamente tenían mucha importancia comercial, con fines comerciales de carácter inmediato o a mediano plazo; Modernamente ha surgido un nuevo tipo de feria comercial que consiste en una exhibición instalada temporalmente al aire libre en exhibidores o quioscos o las más importantes en pabellones especiales; cómo la ferias del libro, ferias industriales, académicas, etc.

La universidad de Nariño adopta como estrategia comunicacional a la feria académica, y dentro de este marco se define como un ambiente generado para promoción, información y motivación, con un grupo objetivo constituido por estudiantes próximos a comenzar pregrado.

Exposición: conjunto de objetos e ideas (bienes materiales, y conocimientos relacionados entre sí), que se exhiben a un público específico, particular o general por ser dignos de mostrarse y cuya exhibición persigue un fin determinado. Se reconoce además como el conjunto correlacionado de bienes, conocimientos, creencias que persiguen fin establecido, ya sea económico, comercial, educativo, cultural, religioso, investigativo, recreativo, etc.

Montaje: es la última actividad del proceso de producción de una exposición , el objetivo es poner directamente al espectador frente a la obra para que surja un dialogo visual-intelectual entre sujeto-objeto, que comience en la visión y apreciación y culmine en la interpretación de lo que se comunica.

Recorrido: establecimiento de camino o multiplicidad de caminos para ver la exposición, dependiendo de los objetivos particulares de la muestra y su estructura. El recorrido genera orden y disminuye las barreras comunicacionales que puedan presentarse en el transcurso de la visita

Espacio: extensión del universo donde están contenidos todos los objetos sensibles que coexisten. Es el lugar de esa extensión que ocupa cada objeto sensible. Sitio

O lugar. El propósito es el aprovechamiento eficaz de este, es tener la capacidad de reconocerlo, de transformarlo acorde a las necesidades del individuo. El espacio puede ser matérico, es decir que se lo puede ver, se reconoce, se delimita, y también puede ser virtual, que corresponde a aquel que generamos mentalmente, aquel que visualizamos para luego proyectarlo.

Ambiente: compendio de valores naturales, sociales, culturales existentes en un lugar y un momento determinados que influyen en la vida material y psicológica del hombre. En una exposición no sólo determinado por el montaje (el montaje puede crear un ambiente pesado o acogedor, tenso o plácido) sino por las condiciones del recinto (iluminación, amplitud del espacio, color del lugar, ruido, etc.) todos estos aspectos del ambiente tienen que ver con unas condiciones de contemplación y comunicación que necesita crear el montaje y debe proporcionar el recinto.

Movilidad: hacer que un cuerpo deje un lugar o espacio que ocupa y pase a ocupar otro, que tenga la capacidad de ser transportado o trasladado con facilidad. Al materializar este concepto en el sistema de exposición para la feria académica, se da respuesta a las necesidades de aquel, o aquellos encargados del montaje de la feria, movilidad en el sistema de exposición se convierte en posibilidad de aprovechar nuevos espacios, de generar propuestas novedosas referentes a adecuación de espacios promocionales., movilidad es libertad.

Duración: tiempo que dura algo o que transcurre entre su principio y su fin. Actualmente en la feria académica el periodo de duración es determinado por la condiciones que acompañan el evento (condiciones técnicas, económicas, ambientales, administrativas)

Informar: dar a conocer, enviar mensajes a todo organismo capaz de reaccionar (hombre, animal o máquina); hay que tener en cuenta tres etapas básicas: la fuente (lugar donde se generan los mensajes), canal (medio transmisor entre la fuente y el receptor) receptor (la mayor parte de las informaciones tienen a la persona humana como receptor final).

Expositor: que concurre a una exposición pública con objetos de su propiedad o industria. Persona que enuncia un mensaje en un acto de comunicación. Sujeto sensible en una exposición, es aquel que determina las estrategias comunicacionales, es el canal y la fuente para la transmisión de la información.

Espectador: que mira con atención algo. Potencialmente reactivo al mensaje que se transmite, es decir, debe ser posible un cambio en sus conocimientos, sus actitudes o sus conductas en relación con el tema en cuestión y en la dirección deseada. Es el punto focal de toda actividad comunicacional, el conocimiento de las actitudes,

deseos, intereses de ese espectador son factores que determinan la categoría de exposición. Sus intereses son la razón de ser en cualquier evento promocional.

Retroalimentación: intercambio, capacidad de respuesta a un estímulo informativo. Se logra con la interacción de un emisor y un receptor; suele representarse en el objetivo de la comunicación (cuando esta es directa) para fortalecer el proceso de transmisión del mensaje.

Sistema: Conjunto de elementos que, ordenadamente relacionadas entre sí, contribuyen a determinado objeto. Que está unido, concurre o tiene la misma finalidad que otra cosa.

Ergonomía: ciencia que estudia la capacidad y la psicología del hombre en relación con su trabajo y la maquinaria o equipo que maneja y trata de mejorar las condiciones que se establecen entre ellos.

Antropometría: Se encarga de medir las características y dimensiones del cuerpo humano de las personas, relacionadas con el diseño de las cosas que más utilizan. Aunque todos los cuerpos humanos son similares, no presentan semejanzas dimensionales, ya que aspectos raciales, climáticos, nutricionales, edad, sexo etc, modifican la estructura corporal. Por medio de un estudio antropométrico se puede establecer la distribución dimensional de las personas estudiadas y su ajuste con la actividad que desempeña o las herramientas que usa.

Funcional, Práctico, utilitario: que es útil o produce provecho inmediato; dentro del diseño industrial que este en capacidad de dar solución práctica a una necesidad.

Apilable: poner una cosa sobre otra, haciendo pila o montón. Un sistema Apilable hace alusión a la capacidad de interactuar con otros de su misma especie o relacionados, generalmente para cubrir requerimientos de fácil almacenamiento, transporte y aprovechamiento de espacio.

Transportar: llevar a alguien o algo de un lugar a otro. Trasladar una composición de un tono a otro.

Modular: pieza o conjunto unitario de piezas que se repiten o encajan en una construcción de cualquier tipo.

Versátil: adaptable a muchas cosas o que tienen varias aplicaciones.

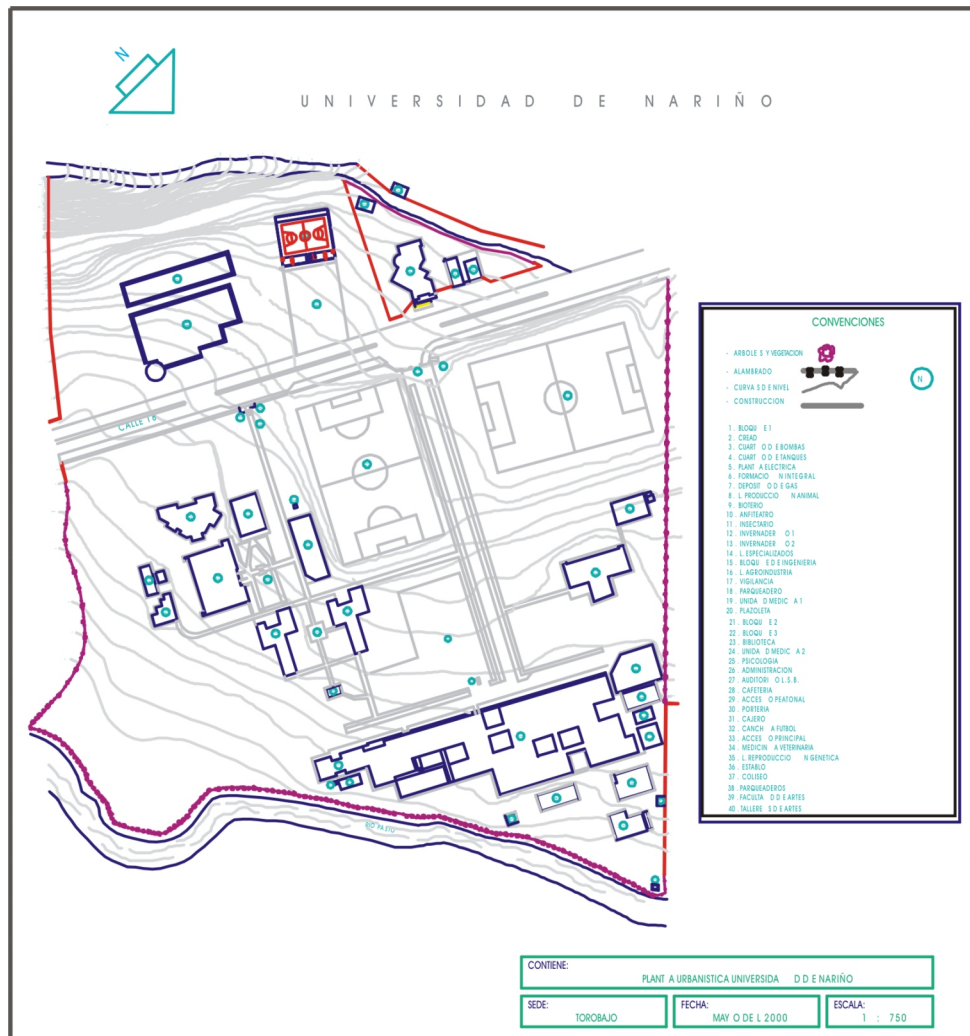
Identidad corporativa: incluye tanto manifestaciones visuales, formas de comportamiento en relación con asuntos sociales, empresariales y político.

Diseño corporativo: comunicación visual de una organización desde el logotipo y el estilo tipográfico a los sistemas de señales y el diseño del entorno.

4.3 MARCO CONTEXTUAL

4.3.1 Espacio / ubicación geográfica. Corresponde AL espacio físico en el que se desarrolla la feria académica.

Figura 7. Planta física Universidad de Nariño



4.4 MARCO DE ANTECEDENTES

La universidad de Nariño para promocionar los programas que ofrece tiene como mecanismo la FERIA ACADEMICA, que se realiza anualmente en el mes de abril, actualmente quien coordina este evento es la oficina de registro académico OCARA en cabeza de su director quien asigna a cada programa el montaje de su puesto de exposición. Para el montaje los expositores serán quienes con el director del programa seleccionen el material documental y las muestras a exponer, así también de la adecuación de los espacios asignados y los elementos técnicos de montaje. La feria como actividad de promoción y orientación académica se viene realizando desde hace 9 años, pero aún no existen antecedentes de sistemas de exposición propios para este evento; los puestos de exposición o Stand, lo constituyen mesas y sillas sumados a la muestra documental, gráfica y objetual.

5. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 TIPO DE ESTUDIO

SUJETO

Feria académica universidad de Nariño

Estudiantes próximos comenzar pregrado/ organizadores de la feria

Estudio exploratorio:

- * Porque el estudio tiene pocos antecedentes en cuanto a su modelo teórico o a su aplicación práctica y es la primera vez que se acerca al problema de investigación que se plantea.
- * Nunca se han realizado estudios sobre el tema en la "U"
- * Porque se busca hacer una recopilación teórica por ausencia de un modelo específico referido al problema de investigación.
- * Porque se considera que el trabajo puede servir de base para la realización de nuevas investigaciones para próximos investigadores.

Estudio descriptivo:

- * Propone identificar elementos y características del problema de investigación
- * Porque busca hacer caracterización de hechos o situaciones por los cuales se identifica el problema.
- * Porque el problema que se plantea abarca comportamientos sociales, actitudes, formas de percibir y pensar y actuar de un grupo.
- * Puede aspirarse a que los resultados de investigación sean base para la formulación de nuevas hipótesis.

5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Método de observación:

- * Consignar por escrito los hechos que se presentan de manera espontánea.

- * Sirve para lograr resultados de los objetivos planteados en la investigación.
- * Se define que se quiere observar y cuales son los posibles resultados.
- * Se debe hacer controlada sistemáticamente por el observador y estar relacionada con proposiciones teóricas referidas al objeto de investigación.

(observador Conocer marco teórico).

Método inductivo deductivo: inductivo, Porque permite partir de la observación de situaciones particulares y puntos críticos que enmarcan el problema de investigación . Así, los resultados obtenidos pueden ser la base teórica sobre la cual se fundamentan observaciones, descripciones y explicaciones posteriores de realidades con rasgos y características semejantes a la investigada.

Deductivo, porque para la documentación se toman teorías generales acerca del la situación para explicar hechos o situaciones particulares.

5.3 FUENTES Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Fuentes secundarias. Material documental (biblioteca, libros, revistas especializadas, enciclopedias, diccionarios).

Fuentes primarias. Información recogida en forma directa mediante técnicas y procedimientos que suministran adecuada información:

- * Observación no participante o simple: Porque como observadores no pertenecemos al grupo y se hace presente con el propósito de obtener información.
- * Es viable para conocer hechos o situaciones que de algún modo tienen carácter público.
- * Es factible mediante este procedimiento conocer hábitos, comportamientos, situándonos en la feria.
- * Involucra observación indirecta cuando se empleen elementos que registran aspectos visuales del problema (videos).
- * Encuestas : (formularios) tiene aplicación al problema porque se puede investigar por métodos de observación. Permite conocimiento de las motivaciones, actitudes y opiniones de los individuos con relación al objeto de investigación. Aquí se define el universo de investigación o muestra del universo.

* Cuestionarios: porque supone aplicación a población homogéneas (estudiantes aspirantes a pregrado) con niveles similares y problemática semejante (a través de llamadas, por correo)

* Instrumentos de investigación:

- Entrevistas: Estudiantes, directivos y organizadores de la feria (cuestionarios estructurados; preguntas cerradas, abiertas)
- Registros audiovisuales
- Consultas con asesores
- Bibliografía especializada

* Procedimientos:

- Diseño de cuestionario
- Trabajo de campo: aplicado a la observación del desempeño de productos similares en la práctica, consulta con fabricantes y distribuidores de productos semejantes, experimentación con modelos y simuladores de la propuesta definitiva.
- Validación de cuestionarios
- Análisis de resultados (medibles con uso de análisis escritos para presentación de resultados, conclusiones .

5.3 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

- Presentación escrita de la información
- Semitabular (cuadros y tablas)

6. ANALISIS E INTERPRETACION

para la preparación del material en donde se consigna la información se tiene en cuenta la fórmula que se consigna a continuación.

FORMULA ESTADÍSTICA

$$n: \frac{N \cdot Z^2 \cdot pq}{E^2 (N - 1) + Z^2 \cdot pq}$$

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población (9000)

E : 0,08 (error máximo)

Z : 1,64 (valor de tabla normal 90 % confianza)

pq: 0,25 (máximo valor error típico)

FICHA TÉCNICA

Método: Muestreo

-**Técnica** de determinación de tamaño : Fórmula estadística
margen de error: 0,08 con 90 % de confiabilidad 0,25 pq.

-**Universo o población:** Estudiantes San Juan de Pasto

-**Total población :** 9.000

-**Unidad de análisis:** Estudiantes 10 y 11

-**Total estudiantes:** 104

Hombres: 29

Mujeres: 75

-**Instrumentos:** Encuesta semiestructurada, fuentes primarias: estudiantes
visitantes

visitantes: edad promedio: 18 años

6.1 ANALISIS ENCUESTA A ESTUDIANTES

Pregunta 1. QUE EXPECTATIVAS TIENE AL VISITAR LA FERIA?

- | | |
|--|-----------|
| 1. Conocer programas que ofrece la universidad | : 55,76 % |
| 2. Información de requisitos de ingreso | : 20,19 % |
| 3. Interactuar con el ambiente universitario | : 10,57 % |
| 4. Conocer instalaciones de la universidad | : 13,46 % |

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: La pregunta pretendía identificar los objetivos o expectativas del estudiante que visita la feria, creando gerarquización entre las opciones planteadas acorde al nivel de importancia otorgada por los estudiantes.

Pregunta 2. CONSIDERA QUE LA INFORMACIÓN ENTREGADA LE AYUDA EN LA SELECCIÓN DE UN PROGRAMA DE ESTUDIO?

Si: 62,5 %

No: 37,5 %

JUSTIFICACIONES

POSITIVAS	NEGATIVAS
Información precisa y clara	Tiempo limitado
Expositor capacitado	Falta creatividad para usar medios de comunicación
Buena selección de información	Saturación de información

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: La mayoría de los estudiantes dan respuesta positiva al interrogante, aquello indica que la actual transmisión de información cuenta con los componentes básicos para que el estudiante se informe y motive hacia un determinado programa. Es necesario recordar que acorde al los objetivos del

estudiante con la visita no es dominante el determinar o elegir en ese momento, sino ampliar conocimientos acerca de la diversidad de programas que ofrece la universidad.

Pregunta 3. CONSIDERA QUE LA ACTUAL FORMA DE TRASMISIÓN DE LA INFORMACIÓN PERMITE QUE USTED INTERACTUE CON EL EXPOSITOR Y AQUELLO QUE SE EXPONE?

SI: 73,07%	NO: 26,92%
------------	------------

JUSTIFICACIONES

POSITIVAS	NEGATIVAS
Expositor preparado y motivador	Algunos puestos faltan expositores
Algunos programas muestran un recorrido para mayor contacto	Mala distribución de espacios
Uso de material audio visual en donde muestran situaciones para comentar	Algunos sitios no tienen accesos para circular , se forman tumultos e impiden contacto con expositor.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Se registra el mayor porcentaje con respuesta positiva; aquellos que acompañan esta respuesta dan mérito al expositor, lo identifican como el canal para entrar en contacto con lo que se expone; esto resalta la importancia del dominio del tema y la creatividad para transmitirlo. Aquellos que responden “No” han identificado como barrera comunicacional a factores físicos como: el espacio, la mala distribución y aprovechamiento de este dentro del puesto de exposición como en el recorrido total de la feria.

Pregunta 4. EL TIEMPO DE DURACIÓN DE LA FERIA DEBERIA SER:

<ol style="list-style-type: none"> 1. Un día : 5,76 % 2. Dos días : 94,23 %

JUSTIFICACIONES

UN DIA	DOS DIAS
Son exposiciones cortas y precisas	Posibilidad de ser visitados por estudiantes de sectores rurales u otros sitios del departamento.
	Posibilidad de hacer recorridos guiados
	Para hacer recorridos con mayor comodidad y tranquilidad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Casi la totalidad de los estudiantes sustentan que la feria debe realizarse en dos días considerando que el incremento del tiempo otorgaría mayor comodidad para apreciar, captar, interactuar con aquello que se expone y ser más efectivo en el momento de selección de un programa.

Pregunta 5. CON QUE FRECUENCIA DEBERIA PRESENTARSE LA FERIA?

- | |
|--|
| 1. Anual: 15,38 %
2. Semestral: 84,61 % |
|--|

JUSTIFICACIONES

SEMESTRAL
-La universidad ofrece carreras para 2 calendarios - Mejora la organización - para ser visitada por estudiantes de otras localidades - Mayor acceso a la información que ofrece la universidad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Casi la totalidad de encuestados expresan su interés en que la feria de posibilidad de ser visitada con mayor frecuencia, ampliando cobertura para otros estudiantes interesados.

Pregunta 6. CONSIDERA QUE EL MONTAJE DE LA FERIA GENERA ATRACCIÓN VISUAL, INVITÁNDOLO A ACERCARSE A CADA PUESTO DE EXPOSICIÓN?

- | |
|----------------------------------|
| 1. SI: 80,76 %
2. NO: 19,23 % |
|----------------------------------|

JUSTIFICACIONES

SI	NO
Presencia de material grafico	Contaminación visual por saturación de elementos de exposición
Experimentos y muestras generan curiosidad	Los espacios improvisados para montaje limitan la disposición ordenada de lo que se exhibe

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: La pregunta pretendía identificar la importancia del alcance estético que debe llevar un puesto de exposición, se destaca la necesidad de lograr un orden con relación a los espacios y como se disponen los elementos en el. Además el manejo del material gráfico es relevante al actuar con la percepción y la psicología humana.

Un gran porcentaje manifiesta aceptación por las muestras y material novedoso en algunos puestos de exposición, los encuestados destacan excepciones entre los diferentes puestos, algunos ricos en material audio visual, gráfico, impreso, experimental, tridimensional y otros que limitan su exposición al reparto de material impreso y comunicación oral; desprovistos completamente de atractivo visual.

Pregunta 7. EL ESPACIO ASIGNADO PARA CADA PROGRAMA ES COMODO PARA QUE USTED OBSERVE LO QUE SE EXPONE?

1. SI: 47,11 % 2. NO : 52,88 %

JUSTIFICACIONES

SI	NO
Algunos programas utilizan instalaciones propias por ello amplias y cómodas	Mala selección de espacios para ubicar puestos de exposición, obstruyen libre circulación
Algunos puestos ubicados en espacios abiertos con buena iluminación	Espacio reducidos y encerrados
	Aglomeración de visitantes : ruido, choques

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Hay cercanía entre las respuestas, Sin embargo hacen énfasis en la necesidad de una estratégica selección de espacios para los programas.

Pregunta 8. SE PRESENTAN INCONVENIENTES PARA LA CIRCULACIÓN Y ORIENTACIÓN EN LA FERIA?

1. SI: 74,03 % b. NO: 25,96 %

JUSTIFICACIONES

SI	NO
Entregan esquemas del recorrido	Falta señalización
	Pasillo de circulación internos reducidos por la adecuación de stand en ellos
	Recorridos muy fragmentados
	Puestos muy aislados

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Con esta pregunta se pretendía sustentar quizá uno de los puntos más críticos del montaje de la feria, es evidente que la parte técnica del montaje no ha sido reconocida con la importancia que amerita; estos inconvenientes mencionados por los visitantes son las fuentes de los problemas que se presentan a lo largo del recorrido.

Pregunta 9. DESEARIA QUE EL EVENTO SE REALICE EN OTROS ESPACIOS?

1. SI: 62,5 %
2. NO: 37,5 %

LUGARES DE PREFERENCIA

ESPACIOS ABIERTOS	ESPACIOS CERRADOS
-Zonas verdes -canchas, parqueaderos	-coliseo -bloques

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Un porcentaje mayor de los encuestados expresan preferencia por los espacios abiertos por el ambiente cómodo que estos generan.

Pregunta 10. SE CUMPLIEROS SUS EXPECTATIVAS FRENTE A LA FERIA?

1. SI: 81,73 % 2. NO: 18,26 %

JUSTIFICACIONES

SI	NO
Conocí programas que ofrece la universidad	El tiempo limita la recolección completa de información
Recibí información de requisitos de ingreso	Espacios pequeños exigían circular rápidamente
Entré en contacto con el ambiente universitario	La congestión de personas impiden acceso a los puestos de exposición

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Demuestra que los esfuerzos conjuntos de la universidad, los organizadores y expositores de la feria contribuyen con los objetivos de los estudiantes visitantes, la parte documental de la feria es buena para

cumplir los intereses de los visitantes, sin embargo se aprecia considerable problemática en los aspectos técnicos del evento académico.

6.2 ANALISIS ENCUESTA EXPOSITORES DE LA FERIA

Pregunta 1. CUAL ES EL OBJETIVO DE LA FERIA ACADÉMICA

OBJETIVO GENERAL

Dar a conocer los programas académicos de la universidad de Nariño	36 %
Motivar ingreso de estudiantes	34.5 %
Publicitar los servicios educativos de la universidad	29.5 %

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Dar a conocer el programa curricular, perfil ocupacional, profesional del programa educativo	51 %
Orientar y motivar al estudiante en la selección de la carrera	49 %

Para alcanzar estos objetivos cada programa como organizador de su puesto de exposición hace una selección de muestras e información que considera necesaria y estratégica para llegar al visitante, utilizando medios e instrumentos creativos de transmisión informativa.

Pregunta 2. QUE INFORMACIÓN FACILITAN AL VISITANTE EN EL TIEMPO DE INTERACCIÓN?

Misión, visión de la universidad
Programa y plan de estudios
Perfil ocupacional, laboral y plan curricular
Requisitos de ingreso, tramites y fechas
Actividades y practicas dentro del programa

Pregunta 3. QUE MEDIOS UTILIZA PARA TRANSMITIR INFORMACIÓN?

MEDIOS ORALES	MEDIOS AUDIO VISUALES	MEDIOS ESCRITOS
1. exposiciones 2. Charlas 3. Conferencias	4. Videos 5. Conferencias 6. Proyecciones fotográficas	7. Folletos 8. Plegables 9. Volantes 10. Revistas 11. Carteleras

EQUIPO O INSTRUMENTOS PARA TRANSMITIR LA INFORMACIÓN

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. Computador2. Televisor3. VHS4. Muestras vivas5. Maquetas6. Experimentos |
|---|

Pregunta 4. EL ESPACIO ASIGNADO PARA EL MONTAJE DE LA EXPOSICIÓN

Es adecuado a los requerimientos de su programa?

SI: 64.58 %	NO: 35.41 %
-------------	-------------

JUSTIFICACIONES

SI	NO
<p>Algunos programas utilizan instalaciones propias Se utilizan laboratorios</p>	<p>Se dificulta el acceso por congestión en los puestos de exposición y áreas de circulación Algunos programas tienen espacios pequeños y sin adecuaciones para disponer el material de exposición No es un espacio independiente, aquello genera ruido e interferencias Los espacios reducidos limitan el uso de recursos que fortalecen la transmisión de información La disposición de elementos como sillas, mesas crean barreras comunicacionales</p>

Pregunta 5. LOS RECURSOS TÉCNICOS QUE LA UNIVERSIDAD LE OFRECE SON ADECUADOS Y SUFICIENTES PARA EL MONTAJE DE SU PUESTO DE EXPOSICIÓN?

SI: 48 %	NO: 52%
----------	---------

JUSTIFICACIONES

SI	NO
<p>1. Algunos programas realizan el montaje en las instalaciones propias especializadas 2. Algunos programas desarrollan su exposición con documentación selecta y reducida.</p>	<p>1. Se ven limitados por el espacio asignado 2. No hay elementos que garanticen la disposición fácil y segura de material multimedia 3. Difícil adecuación y transporte 4. Lo elementos actuales no garantizan protección para las muestras</p>

Pregunta 6. QUE TIEMPO CONSIDERA CONVENIENTE PARA LA DURACIÓN DE LA FERIA?

UN DIA: 58,3 %	DOS DIAS: 41,7 %
----------------	------------------

JUSTIFICACIONES

UN DIA	DOS DIAS
1. Muestra académica pequeña 2. Más tiempo Incrementa costos del montaje de la feria	3. Mayor posibilidad a visitantes de otras regiones 4. Mayor organización, posibilita recorridos guiados 5. Menor congestión

Pregunta 7. CON QUE FRECUENCIA CONSIDERA USTED SE DEBERIA PRESENTAR LA FERIA ACADEMICA?

ANUAL: 44%	SEMESTRAL: 56 %
------------	-----------------

El mayor número de personas consultadas manifiestan la necesidad de presentar la feria en épocas diversas, escogidas estratégicamente para ampliar la cobertura informativa .

bloques	30,3%
Espacios abiertos (zonas verdes, parqueaderos canchas)	27,5 %
Áreas de circulación interna (pasillos)	25,5 %
coliseo	16,7 %

Pregunta 9. CONSIDERA QUE LAS AREAS DE CIRCULACIÓN EL DIA DE LA FERIA SON:

ADECUADAS PARA LA LIBRE CIRCULACIÓN DE LOS VISITANTES	23 %
LIMITAN ACCESO A LOS DIFERENTES STAND POR LA ELEVADA AFLUENCIA DE VISITANTES	77 %

Pregunta 10. QUE OTRAS, ESTRATEGIAS, MEDIOS O INSTRUMENTOS CONSIDERA NECESARIOS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN Y EL CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO DE LA FERIA?

1. Descentralizar la feria, llevarla a otras locaciones
2. Dotar a los puestos de exposición de elementos para adecuación de espacio
3. Involucrar señalización e identidad corporativa a la feria

Pregunta 11. CUALES CONSIDERA SERÍAN LOS BENEFICIOS QUE TRAERIA LA IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE EXPOSICIÓN?

Fortalecimiento de la imagen de la universidad	19.52 %
Mejor organización y desarrollo del evento académico	35.36 %
Mejor aprovechamiento del tiempo y recursos humanos, técnicos, económicos de la feria	45.12 %

6.3 ANÁLISIS ORGANIZADORES DE LA FERIA ACADEMICA

Formato de consulta diligenciado por los responsables del montaje y organización de la actividad académica.

Responsables: OCARA

Pregunta 1. OBJETIVO DE LA FERIA

Rta/.

- Promoción de los programas que ofrece la universidad
- Orientación para selección de programa de estudio a estudiantes interesados en continuar estudios pregrado.

Pregunta 2. ACTIVIDADES QUE INVOLUCRA LA ORGANIZACIÓN DE LA FERIA

Rta/.

- Invitación instituciones educativas de la región
- Difusión radio, Tv.
- Asignación y adecuación de espacios para el puesto de exposición de los programas.

Pregunta 3. RECURSOS ECONOMICOS DESTINADOS PARA EL EVENTO

Rta/.

\$9.000.000 nueve millones de pesos

pregunta 4. RECURSOS HUMANOS PARA ORGANIZAR Y DESARROLLAR LA FERIA

Rta/.

- Personal OCARA: 80 % pertenecientes al sexo femenino
- Guías: 18 estudiantes que se ubican a lo largo de los recorridos de la feria
- Directores de los respectivos departamentos

pregunta 5. CRITERIOS PARA ESTABLECER FECHA DE PRESENTACIÓN DE LA FERIA

Rta/.

- Fecha cercana a las inscripciones de primer semestre en la universidad
- Presentación pruebas ICFES para estudiantes grado once

pregunta 6. CRITERIOS PARA ASIGNACIÓN DE ESPACIOS Y RECORRIDOS

Rta/.

- Organización por facultades
- Por solicitud de espacios
- Por necesidad de la utilización de laboratorios o aulas especializadas

pregunta 7. DOTACIÓN PAR ADECUAR EL PUESTO DE EXPOSICIÓN

Rta/.

- mesas
- sillas
- instalaciones eléctricas

pregunta 8. LA FERIA SE REALIZA EN LAS EXTENSIONES DE LA UNIVERSIDAD DE OTROS MUNICIPIO? ¿POR QUÉ?

Rta/.

NO. Por el elevado costo y difícil transportación y adecuación de muestras y espacios.

Pregunta 9. POR QUE SE REALIZA LA FERIA UNA VEZ AL AÑO?

Rta/.

Porque su organización y montaje involucran costos elevados

Pregunta 10. CONSIDERA IMPORTANTE LA IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE EXPOSICIÓN PARA LA FERIA DE PROGRAMAS ACADÉMICOS DE LA UDENAR?

Rta/.

SÍ. Facilitaría organización de los puestos, orden en circulación, fortalecimiento y posicionamiento de la institución educativa UDENAR

Pregunta 11. EXPECTATIVAS FRENTE A LA INTERVENCIÓN DE DISEÑO INDUSTRIAL MEDIANTE EL DISEÑO DEL PUESTO DE EXPOSICIÓN PARA LA FERIA ACADEMICA DE LA UDENAR.

Rta/.

-Mejorar imagen de la UDENAR

-Divulgar identidad de la misma

-Crear orden en recorridos

-Mejor organización de puestos de exposición y mejor aprovechamiento de tiempo para la organización del mismo

-Mejor aprovechamiento de recursos técnicos, económicos, humanos, para el montaje y desarrollo de la feria académica

-Mejor aprovechamiento de espacios físicos, arquitectónicos de la universidad.

6.4 MATRIZ PUESTO DE EXPOSICIÓN FERIA ACADEMICA UDENAR

A través de la observación directa se identifican :

Grupo a: grupo de programas que para su exposición utilizan instalaciones propias especializadas o espacios mayores por el tamaño y complejidad del material y equipos para el montaje de la exposición, así también por el número de expositores. Así: Artes visuales, diseño industrial, diseño Gráfico, música, biología, física, Química, zootecnia, promoción de la salud, medicina veterinaria, geografía aplicada, Ing. Agroforestal, Ing. Agronómica, Ing. Civil, Ing. Sistemas, Ing. Electrónica, acuícola, Lic. En Informática.

Grupo b: programas que dentro del material de exposición no utilizan espacios, equipos especializados y su muestra responde en su mayoría a material impreso y audio visual.

Administración de empresas, comercio internacional, economía, derecho, licenciatura inglés francés, lengua castellana y literatura, ciencias sociales, Educ. Básica (énfasis ciencias naturales y Ed. Ambiental), Humanidades lengua castellana, filosofía y letras, matemáticas, sicología, sociología.

Esta división se hace como herramienta para facilitar el análisis de la ficha de puesto de exposición. Gracias al análisis de la observación directa se identifica entre los dos grupos un momento genérico: en el que se entrega la información básica del programa de estudio. Esto demuestra con claridad que es necesario establecer un punto estratégico o centro de información en cada programa que sería el primer contacto del estudiante con el puesto de exposición.

6.4.1 TABULACION FICHA PUESTOS DE EXPOSICIÓN

NUMERO DE EXPOSITORES

Grupo 1: 7 estudiantes promedio	Grupo 2: 3 estudiantes promedio
---------------------------------	---------------------------------

CATEGORÍA DE EXPOSITOR

Estudiantes: 56 %	Docentes: 6 %	Estudiantes y docentes: 36%
-------------------	---------------	-----------------------------

Es claro que la mayoría de los puestos de exposición son atendidos por la población estudiantil de la universidad de Nariño, aquello determinará factores antropométricos y ergonómicos de la propuestas de diseño para puesto de exposición

ELEMENTOS QUE DELIMITAN EL ESPACIO DE EXPOSICIÓN PARA CADA PROGRAMA

Los siguientes son elementos encontrados en los diferentes puestos de exposición. Aclarando que son las diversas alternativas que utilizan actualmente los programas. Cada elemento es seleccionado por los expositores de acuerdo a sus posibles necesidades. Aquí se registran acorde al uso predominante en los programas.

SE ENCUENTRAN EN TODOS LOS PUESTOS DE EXPOSICION	SE ENCUENTRAN EN ALGUNOS PUESTOS DE EXPOSICION
1. Mesas rimas 70cm x 70 cm El numero de mesas responde al espacio requerido por el programa. 1. Sillas rimas El numero de sillas utilizadas responde al número de expositores	2. Mesas madera 80 cm x 2,20 m 3. Usada en muestras de laboratorio 4. Carpas postobón 5. Para programas con muestras grandes y en espacios exteriores 6. Panel de madera 7. Caballetes

EQUIPO AUDIOVISUAL TRADICIONAL

TV VHS PC PROYECTOR DE OPACOS VIDEO EQUIPO DE AMPLIFICACIÓN	32 pulgadas, 14 pulgadas
--	--------------------------

EQUIPO, MATERIAL TÉCNICO ESPECIALIZADO

Utilizan los programas del grupo a.

1. Equipo de laboratorio
2. Muestras vivas
3. Muestras objetuales
4. maquinaria

MATERIAL IMPRESO

Presente en todos los puestos de exposición, algunos de ellos forman parte de la muestra exhibida, otros para ambientar el puesto de exposición, otros publicitarios, aquellos que se entregan al visitante de la feria.

COMO PARTE DE LA MUESTRA	COMO ELEMENTOS DE AMBIENTACION	COMO MATERIAL PUBLICITARIO
1. Fotografías	1. Pendones	4 Plegables
2. Carteleras	2. Cartel/ panel de	5 Folletos
3. Dibujos	señalización	6 Volantes
4. revistas		7 revistas

NUMERO DE VISITANTES POR PUESTO DE EXPOSICIÓN EN UN PERIODO DE 10 MIN.

Promedio: 15 visitantes.

La muestra de tiempo es el periodo estimado para que el estudiante reciba la información básica del programa.

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL PUESTO DE EXPOSICIÓN POR ESTUDIANTE

Promedio: 10 min. Periodo en que el estudiante tiene plena atención a la inducción entregada por el expositor y realiza un corto recorrido observando las muestras exhibidas. En el programa de Lic. En Informática este periodo equivale al tiempo estimado en cada atracción que este programa presenta en la feria. (proyección de videos musicales, Internet, juegos electrónicos)

MUESTRAS COMPLEJAS	MUESTRAS SENCILLAS
4 horas promedio	1 hora ½ promedio

TIEMPO DESMONTAJE

Tomado desde el momento en que termina la feria, desmontan elementos de exposición y almacenan el material y mobiliario en sus respectivos espacios.

MUESTRAS COMPLEJAS	MUESTRAS SENCILLAS
3 horas promedio	40 min. promedio

6.5 ACTUALES ESPACIOS DE MONTAJE DE PUESTOS DE EXPOSICION

6.5.1 Matriz de fortalezas y debilidades. Acompañado de la imágenes se describe los actuales espacios para montaje de la feria académica.

6.5.1.1 Espacios de montaje

* Descripción: Pasillos Ocara (4 mts cuadrados aprox.), Sector laboratorios de física (pasillos), auditorio general. (fig. 8)

Figura 8. Espacios de montaje



Fortalezas: los espacios internos protegen la muestra académica de las inclemencias del tiempo y el ambiente. (fig.9)

Figura 9. Montaje en espacios internos



Debilidades: Pertenecen en su mayoría a zonas de circulación, por ser espacios de circulación interna no ofrecen las mejores características de iluminación requeridas para una exposición, obstaculizan el libre desplazamiento, la ventilación se ve afectada por la marcada afluencia de visitantes.

La improvisación de los puestos de exposición generan rompimiento entre los mismos. Se observa carencia de elementos que los unifiquen como puestos de exposición de la misma feria académica, carecen de secuencia y orden, crean excesiva contaminación visual. (fig. 10, fig .11)



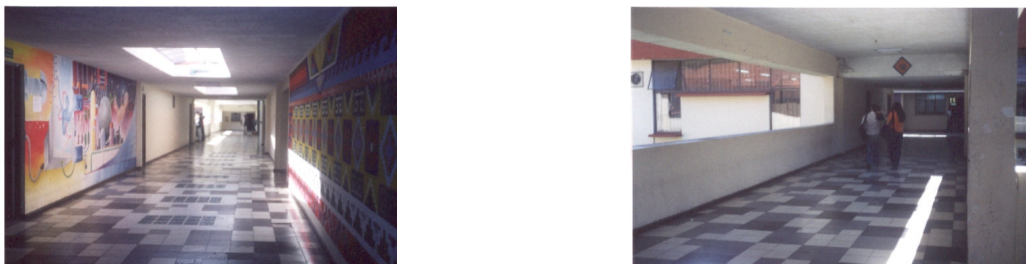
Figura 11. Contaminación visual



6.5.1.2 Zonas de circulación

* Descripción: pasillos de Ocara , sector de laboratorios de física.(fig. 12)

Figura 12. Espacios de circulación utilizados para montaje



Fortalezas: al servir de conectores entre las dependencias de la “U” permite al visitante un recorrido para reconocimiento de las instalaciones de la institución.

Están próximos a laboratorios permitiendo a estos fácil montaje de las muestras (fig 13)

Figura 13. Puesto de exposición cercano a laboratorios



Debilidades: por ser también espacio de montaje limitan la circulación de visitantes que para el evento son numerosos, no ofrecen un orden en el recorrido creando congestión (Fig. 14)

Figura 14. Bloqueo de circulación



6.5.1.3 Sistemas de exposición.

* Descripción: Corresponden a mesas, sillas rimax, mesas universitarias, mobiliario de laboratorio (puestos fijos), material impreso (chapolas, folletos, revistas), Panel de identificación (ver fig. 15)



Fortalezas: sillas, mesas rimax, mesas y sillas universitarias; fácil montaje, transportables.

* Instalaciones de laboratorio: no se improvisa en el montaje de las muestras, espacios diseñados de manera técnica, facilitan la muestra de manera óptima y segura, generan mayor interés en la exposición.

Debilidades: Sillas, mesas rimax, mesas y sillas universitarias; no ofrecen condiciones apropiadas de seguridad y protección a las muestras expuestas especialmente al tratarse de material audiovisual, multimedia, productos o muestras tridimensionales especialmente cuando el montaje se realiza en zonas abiertas (al aire libre), utilizan demasiado espacio para su instalación sin dar posibilidad de aprovechamiento de espacio vertical, no generan atractivo visual, no representan un conjunto armonioso.

* Instalaciones de laboratorio: no es adecuado por higiene y seguridad permitir afluencia ni concentración de conjunto de personas, el contacto directo puede ocasionar daños en instrumentos y muestras, requiere drásticas medidas de seguridad.

7. CONCLUSIONES

Son muchas las formas de comunicarse con el mercado, se habla de mercado por que existe una población objetivo a la que se le da a conocer los servicios que la universidad ofrece; entre las principales se cuenta la televisión, la radio, la prensa, las revistas, los eventos especiales, seminarios e Internet. Un poco olvidada se encuentra la feria académica y exhibición, de la cual poco se habla, a la que no se le ha dado la relevancia que amerita. Los principales objetivos de la universidad para presentarse en la feria se encuentra en comunicación, orientación y promoción. Este último enfocado a conseguir la promoción de los programas, la venta de los servicios que ofrece la "U", los objetivos de la comunicación son aquellos que ayudan a expresar ideas, conceptos, programas, temáticas que motiven y orienten a quienes visitan la feria para la escogencia de su carrera. Para alcanzar los objetivos se necesita de una verdadera sinergia, la estructura documental no es suficiente, pero acompañada de un buen sistema técnico de exposición quizá sea el mecanismo estratégico para el mejor aprovechamiento y distribución de tiempo, espacio, recursos humanos y técnicos; atribuirle un status a la feria incrementa la imagen de la institución educativa, crucial para toda actividad, pero muchos expositores ignoran el impacto que la imagen visual tiene en el entorno. Entonces la observación y el análisis realizado argumentan la intervención de nuestro campo, el deseo de rescatar y posicionar este evento como lo que en verdad es: el único medio que posibilita el contacto directo con la población estudiantil en mención, y el más completo para mostrar el alcance académico de la universidad de Nariño.

Mediante el desarrollo del tema de investigación "Feria académica universidad de Nariño" se ha podido identificar la necesidad de implementar un sistema de exposición/ exhibición para fortalecer la feria académica.

- A través de la observación y análisis de lo observado se determina que debe integrarse a la documentación un buen sistema de exposición para mejorar la calidad del objetivo de la feria: informar y orientar al visitante.
- Se deduce que los sistemas de exposición en la feria son el medio más efectivo de comunicación que permite interacción entre visitantes y expositores del evento.
- Es necesario generar un sistema que integre diferentes módulos académicos, ofreciendo cubrir requerimientos practico funcionales a cada uno de ellos.
- Mediante un sistema efectivo de exposición se puede generar un ambiente que motive al visitante.
- Debe darse importancia al impacto visual que se pueda crear en el visitante para generar recordación en el momento en que este deba elegir.
- El Diseño Industrial es el camino más idóneo para conjugar buena documentación con un buen montaje en una exposición, El profesional de este campo tiene la sensibilidad para identificar dicha problemática y darle una respuesta proyectual creativa, práctica, y funcional.

8. ETAPA PROYECTUAL

El Diseño Industrial que naturalmente lleva en si la información plástico-artística para la configuración de objetos, es por mucho más extenso y complejo que eso, es una actividad multidisciplinaria que incide directamente en el desarrollo económico de la industria de la transformación, donde la aceptación masiva y competencia por el éxito siempre efímero de mercado de Objetos producto son parte del quehacer cotidiano. Nunca olvidemos que no es lo mismo Imaginar un objeto producto, dibujarlo y acotarlo que realmente solucionarlo dentro de un marco limitado de aspectos técnicos, funcionales, económicos y estéticos, cuyas metas exigen análisis objetivos, definiciones contundentes y coherentes que nos lleven a un indiscutible acierto en el mercado para el que fue planeado (CIDI. Centro de Investigaciones de Diseño Industrial, Ciudad universitaria Coyoacán. México D.F).

8.1 REQUERIMIENTOS DEL PRODUCTO

8.1.1 Requerimientos de uso.

Características de practicidad:

- * Unidad: peso promedio: 30 Kg.
- * Ser transportado a pie por una sola persona
- * Facilita el montaje y desmontaje, sin utilizar herramientas especializadas
- * El tiempo de armar e instalar es de 30 minutos promedio
- * El tiempo de desmontaje esta entre los 20 y 30 minutos
- * Para la instalación son necesario dos personas
- * La instalación y el desmontaje no exigirán esfuerzos que sobrepasen las capacidades máximas del individuo.
- * Ofrece la posibilidad de montarse en espacios abiertos y cerrados
- * Permite la distribución del espacio interno que genera
- * Ofrece superficies y estructuras planas para disponer sobre ellas material gráfico, técnico, multimedia.

Características de conveniencia:

- * Es un producto diseñado para la feria académica, por ello tiene disposición absoluta para optimizar la promoción y orientación académica.
- * Es un sistema diseñado acorde a los requerimientos practico-funcionales-formales de los expositores y visitantes a la feria.
- * El tiempo de montaje y desmontaje disminuye, y esa reducción será aprovechada para la exposición.
- * No será un producto desechable, su periodo productivo será prolongado disminuyendo costos de montaje anual.

características de seguridad:

- * Para transporte, montaje y desmontaje no exige esfuerzos que alteren la fisiología del individuo encargado.
- * La unidad instalada, ofrece estabilidad y confianza para aquel que ocupe su espacio interno, como para el visitante.
- * Las superficies generadas son garante de seguridad para los elementos que ahí se exponen (seguridad y estabilidad).

Características de mantenimiento:

- * Permite ser almacenado por periodos de tiempo prolongados sin alterar las condiciones físico - mecánicas y formales del producto.
- * Para su acabado superficiales utiliza material impermeable y anticorrosivo para facilitar limpieza con sustancia o elementos accesibles en el medio.
- * Las superficies uniformes disminuyen almacenamiento de residuos o partículas y facilitan proceso de limpieza.

Características de reparación:

- * En casos necesarios se podrán reemplazar piezas o sistemas defectuosos con productos y técnicas locales.
- * Las reparaciones podrán ser efectuadas por personas no especializadas.

Características de manipulación:

- * No es un sistema que necesite manipulación constante después de ser instalado. *
- Momentos de manipulación: Montaje y desmontaje.
- * Las características de los materiales, texturas, formas no son ásperas ni cortantes, para que al entrar en contacto con los segmentos corporales no los lastimen ni alteren (transporte y armado).

Características antropométricas:

- * Obedece a parámetros técnicos "medidas del cuerpo"; alcances máximos: extremidades superiores, giros corporales, ángulos de visión en las variaciones de postura.

Características ergonómicas:

- * Los materiales, formas y estructuras no lastiman, ni ocasionan alteraciones en la estabilidad física del expositor y el visitante.
- * Garantiza un espacio libre de barreras comunicacionales o elementos que obstruyan libre acceso al espacio para interactuar con quien expone y aquello que se exhibe.
- * Garantiza condiciones ambientales estables.
- * Cuenta con condiciones de iluminación óptimas.
- * Reduce la contaminación auditiva para mejorar la captación de información.
- * Establece un recorrido, generando orden en la circulación interna, permanencia y evacuación.

Características de percepción:

- * Contribuye con la transmisión de información de manera creativa y eficaz.
- * Genera un espacio visual continuo y armonioso.
- * Representa un atractivo visual con formas, estructuras, color, disposición de elementos; sin opacar el objetivo principal del evento promoción e información.
- * Hay integración de imagen corporativa de la institución para posicionar la institución en la percepción del visitante.

Características de transportación:

- * La unidad integrada por módulos facilita moverse de manera fraccionada, sin formar volúmenes o pesos fuera de la capacidad física del individuo.

8.1.2 Requerimientos de función.

Mecanismos:

- * Esta formado por módulos y cada uno de ellos utiliza sistemas de acople que
- * Permiten efectuarse de manera mecánica o manual.
- * No se requieren de herramientas para armar y desmontar.

Características de confiabilidad:

- * se convierte en una herramienta relevante para el desarrollo de la promoción, para la interacción con el visitante, así también con aquello que se expone.

Características de versatilidad:

- * El sistema permite utilizarse en eventos de la misma categoría fuera de la universidad.
- * Se podrá montar en espacios arquitectónicos diferentes.
- * La conformación modular lo hace susceptible a utilizarse de manera independiente en exposiciones, sustentaciones, otros.

Características de resistencia:

- * Las superficies horizontales planas destinadas a contener o soportar equipos multimedia y productos requeridos para la exposición tienen tolerancia máx. 30 Kg. (capacidad suficiente para muestras).
- * El material para la estructura tiene rigidez para tolerar fuerzas adicionales a las que ejerce el mismo sistema, como: impactos externos
- * Tiene un recubrimiento que minimice efectos de impactos fuertes y evite deterioro de material.

Características de acabado:

- * Superficies lisas y uniformes
- * Predominio de colores neutros.

8.1.3 Requerimientos estructurales.

características de unión:

- * Cada unidad tiene la posibilidad de integrarse con otras, sin generar cambios agresivos, sino creando secuencia, orden y armonía entre los mismos.

8.1.4 Requerimientos técnico productivos.

Bienes de capital:

- * La producción se realiza con tecnología local, destacando en la región la industria metal mecánica.
- * Para aplicación de diseño gráfico se utiliza impresión burbuja, cortador electrónico.

Características de mano de obra:

- * Mano de obra calificada acorde al material y técnica determinada (taller industrial carpintería).

Características de modo de producción:

- * Producción manufacturada e industrial

características de normalización:

- * Las piezas del sistema responde a los estándares dimensionales de materias primas de la industria local, para lograr el aprovechamiento de ellas.

Características de estandarización:

- * Los módulos planteados se comportan como componentes y las piezas que las constituyen son similares en producción.

Características de prefabricación:

- * Se tienen en cuenta piezas que existen ya en el mercado como: tornillos en todas sus variedades, uniones, elementos de sujeción, accesorios eléctricos.

Características de materias primas:

- * Materiales resistentes.
- * Materiales con superficies resistentes al rayado e impactos.
- * Pinturas termo estáticas.
- * Materiales con superficies lisas.
- * Materiales con bajos costos de adquisición.

Características de costos de producción:

* El valor de la producción del sistema de exposición no está fuera de las capacidades financieras de la universidad, aclarando que la inversión inicial resulte elevada a mediano plazo representa recorte presupuestal para ferias posteriores por disponer ya de un sistema. El puesto de exposición se convierte además en un activo para la universidad, pudiendo crear estrategias que aprovechen el valor agregado de este producto.

8.1.5 Requerimientos económicos o de mercado.

Demanda: es un producto requerido para uso promocional, la universidad requiere cubrir la necesidad de 33 programas académicos.

Preferencia: se constituye como el único sistema que ofrece condiciones práctico - funcionales y formales para desarrollar la promoción logrando aprovechamiento y distribución de tiempo, espacio, recursos humanos y técnicos.

ciclo de vida: relativo a las condiciones de almacenamiento y trato del usuario, generalmente un periodo superior a 8 años. Puede tener ajustes en la parte gráfica, o estética referente a color; pero su estructura se conserva.

8.1.6 Requerimientos formales.

Características de estilo:

* Manejo de formas fluidas, innovadoras y juveniles para representar el carácter libre de la institución.

* Es una respuesta innovadora y creativa en: forma, organización y presentación.

Característica de unidad: el sistema no genera choques o rompimientos visuales con los elementos del entorno, la arquitectura, espacio natural. Genera armonía visual, se complementa con aquello que lo rodea.

* Los puestos de exposición son estructuras visualmente livianas, que al unirse no generarán fatiga visual, en cambio ofrecen una acompasada sucesión de formas y recorridos.

9. PROPUESTAS DE DISEÑO

9.1 DETERMINACIÓN

Como respuesta a las necesidades identificadas en los actuales puestos de exposición y como respuesta creativa y eficiente para cubrir esas necesidades, se plantea un puesto de exposición constituido por una cubierta y módulos que actúen como soportes para cubierta y a su vez delimiten y adecuen el espacio interno que generan.

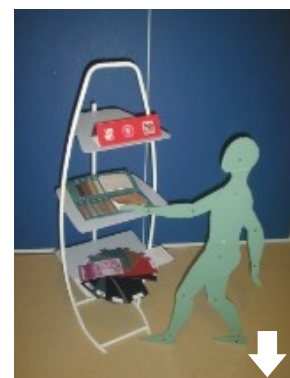
Propuesta 1. Componentes del puesto de exposición



- Cubierta a dos aguas dos secciones traslapadas
- Cuatro módulos, 2 diseños diferentes en su estructura para soporte de Cubierta y adecuación de espacio interno.



Módulo panel

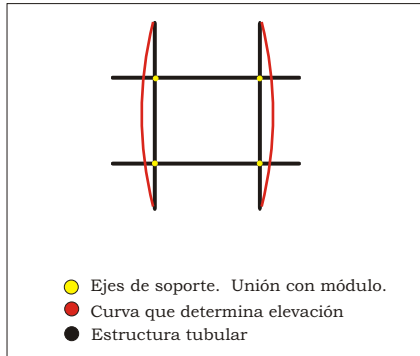


Módulo superficies horizontales

9.2 EVOLUCION

CUBIERTA

ESTRUCTURA

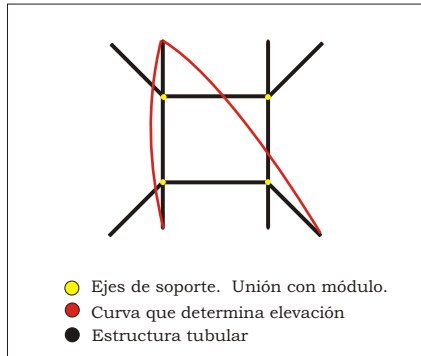


Propuesta 1



CUBIERTA

ESTRUCTURA



Propuesta 2



UNIONES PARA ESTRUCTURA DE CUBIERTA

Propuesta 1



Propuesta 2



Propuesta 3



Propuesta 4



Propuesta 5



TERMINALES PARA CUBIERTA

Propuesta 1



Propuesta 2



Propuesta 3



MECANISMO PARA CUBIERTA

Propuesta 1



Propuesta 2



Propuesta 3



Propuesta 4



Propuesta 5



UNIÓN MÓDULO - CUBIERTA

Propuesta 1



Propuesta 2



Propuesta 3

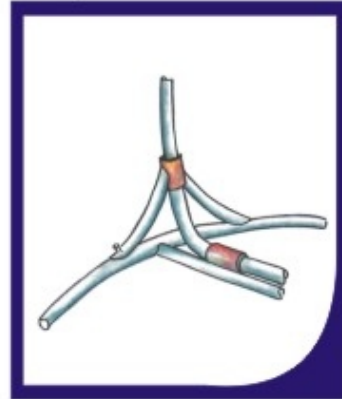


BASE MÓDULO

Propuesta 1



Propuesta 2



Propuesta 3



9.3 PROPUESTA FINAL

El sistema de exposición para la feria académica de la universidad de Nariño Se constituye no sólo como un puesto de exposición sino también como una verdadera sinergia de componentes técnicos, económicos, formales, conceptuales que generan un “ambiente”; se ha creado un espacio para permitir la interacción entre el factor humano (expositores y Visitantes) de una feria y los elementos o muestras exhibidas.

El alcance de esta respuesta objetual va más allá de convertirse en un diseño de mobiliario para exposición, el sistema insinúa comportamientos: desde el momento de concepción de la feria, induce a aquel o aquellos encargados del montaje del evento a realizar una verdadera selección de aquello que se pretende mostrar, filtrar o hacer la selección de las muestras es el primer paso para el montaje de una exposición, los espacios generados por la disposición de los módulos que los componen y a su vez de los elementos más constitutivos de estos son la respuesta a un detallado análisis de los puestos de exposición que se organizan actualmente en la universidad para esta actividad, (fichas de análisis aplicadas en los puestos de exposición en las ferias académicas 2003 y 2004) y de los requerimientos de ellos con relación al espacio y la adecuación del mismo; la versatilidad del módulo, considerado el núcleo del sistema es estratégicamente desarrollada para que el expositor no recurra a elementos diferentes para adecuación de espacio y soporte de muestras. Con relación al otro ente sensible constituido por quienes visitan la feria se ven afectados de la mejor manera por el impacto visual que se genera al montar este producto y es ahí en donde comienza a producirse esa comunicación, a través de la forma, de la imagen se invita al observador a crear la necesidad de acercamiento, de convertirse en un visitante activo, aquel capaz de ponerse en contacto directo con el canal comunicacional, motivador y orientador; ya cuando el visitante “posee” ese espacio encuentra en el un ambiente confortable para la apreciación, la relativa permanencia y el impulso motivador a continuar con el recorrido de la feria.

Cabe destacar además que siendo el objetivo fundamental la promoción académica el sistema de exposición tiene todas las características que lo convierten en un verdadero activo de la universidad; un producto que organiza, comunica, persuade, posiciona e identifica fácilmente atrae aún más valores agregados.

MÓDULO.

MODULO	
Estructura metálica	Tubo mueble de 1 pulgada , acabado pintura electrostática.
Superficies	MDF de 12 mm, acabado laca.
Bisagras	Lámina de hierro, calibre 10, acabado pintura electrostática.
Bloqueadores	Fabricados en aluminio, piezas que ya existen en el mercado. Un bloqueador para unir módulo a cubierta y dos bloqueadores para asegurar la base en cada módulo.
Tuerca libre grafilada	Torneado en hierro y grafilada.

Superficies horizontales: Base para disposición de materia y equipo de exposición

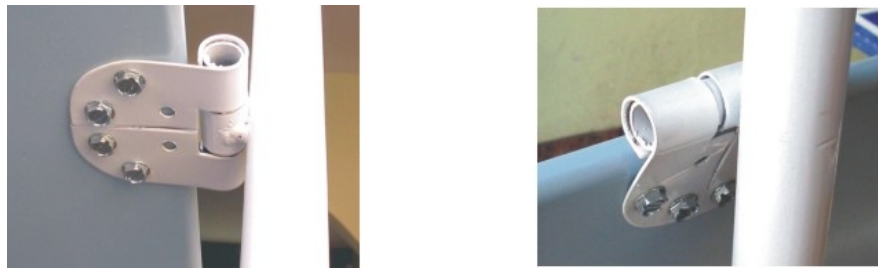


UNIÓN MÓDULO A CUBIERTA

BLOQUEADOR DE UNIÓN A CUBIERTA: sistema encontrado en el mercado, de fácil manipulación. Es aquel que asegura la cubierta al módulo.

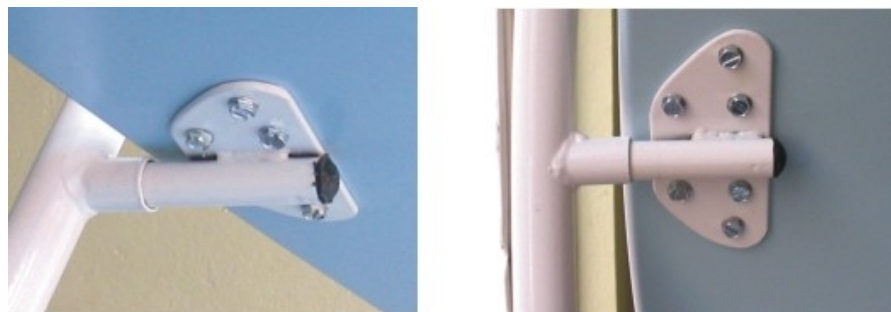


BISAGRA



Piezas que aseguran las superficies de MDF al eje del módulo, y a la estructura de este, permitiendo que al general un desplazamiento sobre el eje vertical estas cambien de disposición; a través de este mecanismo el módulo ofrece la opción de superficies horizontales y verticales, la primera opción para colocar sobre ellas material técnico, equipo de exposición, muestras; y la disposición como panel para material gráfico.

UNIÓN A SUPERFICIES



BASE DEL MÓDULO

Constituida por una estructura metálica y 2 medias lunas en MDF que se ubican a los lados para fijar la base. Las medias lunas se desplazan y giran sobre el mismo eje, dando la posibilidad de plegar la base, facilitando almacenamiento y transporte.



Seguro para fijar la base y asegurar el eje en el momento en que el módulo ubica las superficies de manera horizontal.



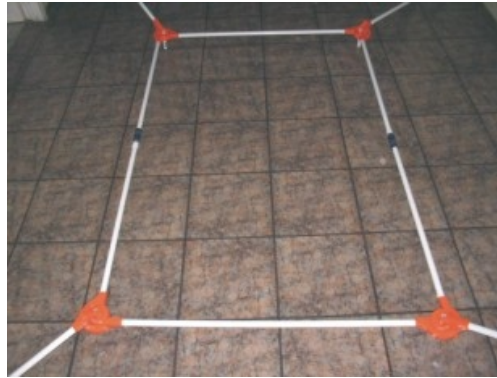
Bloqueador para fijar la base evitando que las medias lunas se desplacen. Contribuyen con la estabilidad del módulo.

CUBIERTA

CUBIERTA	
Estructura metálica	Tubo de aluminio , 1 pulgada, acabado pintura electrostática.
Mecanismos de cubierta	Resina estructurada con fibra de vidrio. Acabado en laca.
Terminales	Piezas fabricadas en resina, acabado en laca.
Acople	Sistema de unión, tuerca libre torneada en hierro.
Tuercas terminales	Torneadas en hierro. Tuerca de 1 pulgada y rosca interna 3/8 de pulgada.
Recubrimiento de acople	Caucho espuma
MEMBRANA	Confección en tela impermeable, ref. tempestad.;



ESTRUCTURA DE CUBIERTA



Mecanismo como componente de estructura básica para armado de cubierta.

UNIÓN EN CUBIERTA

Acople que permite armar la estructura de cubierta formando el rectángulo sobre el cual se ubica la membrana. En los momentos de armado y desarmado entran en contacto con el segmento corporal mano, permitiendo fácil manipulación. Para no alterar las condiciones fisiológicas de el segmento corporal en mención se utiliza un recubrimiento en caucho espuma que además facilita el agarre a mano llena.



TERMINAL

Se ubica en el la parte terminal del tubo extensión en la cubierta, por ellos se coloca el cordón que estructura a la membrana.

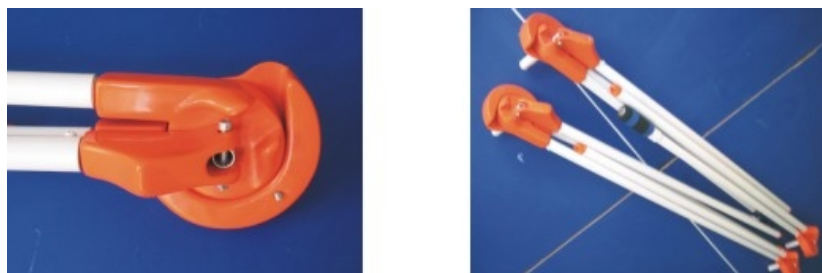


MECANISMO DE CUBIERTA

Mecanismo desplegado para armado de cubierta



Mecanismo plegado para desmontaje de cubierta y almacenamiento



MÓDULOS UNIDOS POR SUPERFICIE HORIZONTAL

Opciones para montaje de puesto de exposición.



Unión superficie horizontal independiente con la superficie del módulo.



ILUMINACIÓN

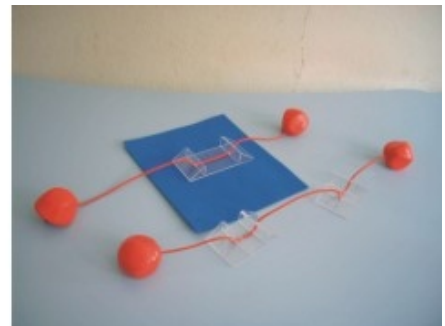
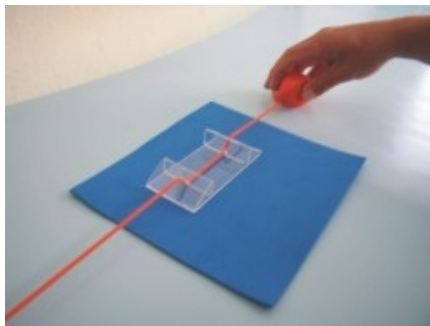


LAMPARAS	
Estructura cilíndrica	Cartón prensado, acabado laca .
Reflectores	Resina estructurada con fibra de vidrio. Acabado en laca.
Sistema de sujeción	Recubrimiento de caucho espuma



PISAPAPEL

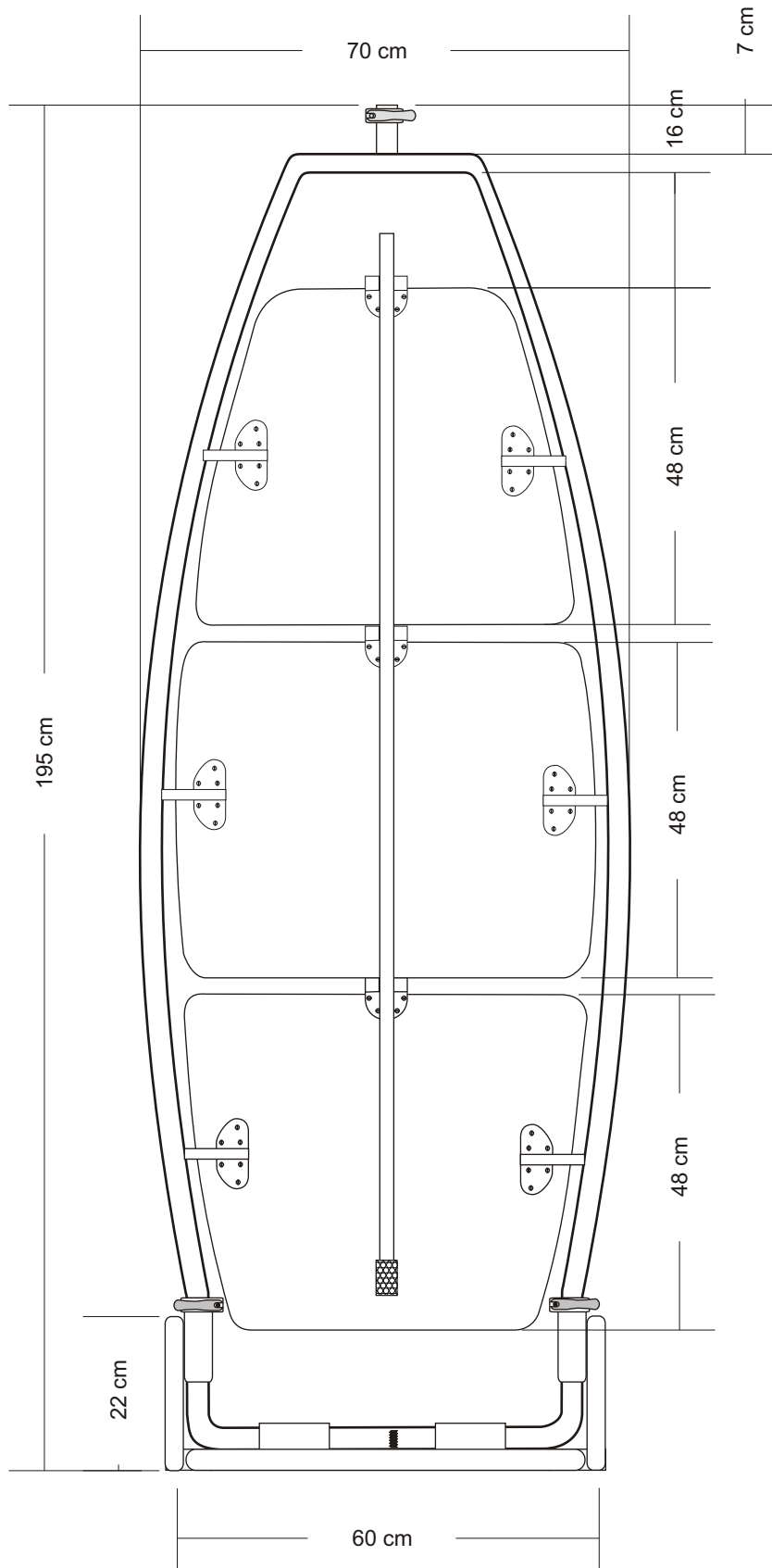
PISAPAPEL
Piezas en resina : Acabado laca
Cordón elástico
Acrílico



El pisapapel, producto diseñado para que se adapte a los segmentos corporales afectados en el agarre de pinza (pulgares, índice), su diseño anatómico permite ser manipulado sin alterar la fisiología de quien lo manipula, se acompaña de un resorte y una placa de acrílico para cubrir las superficies que ofrece el puesto de exposición y garantizar la seguridad del material que se muestra,

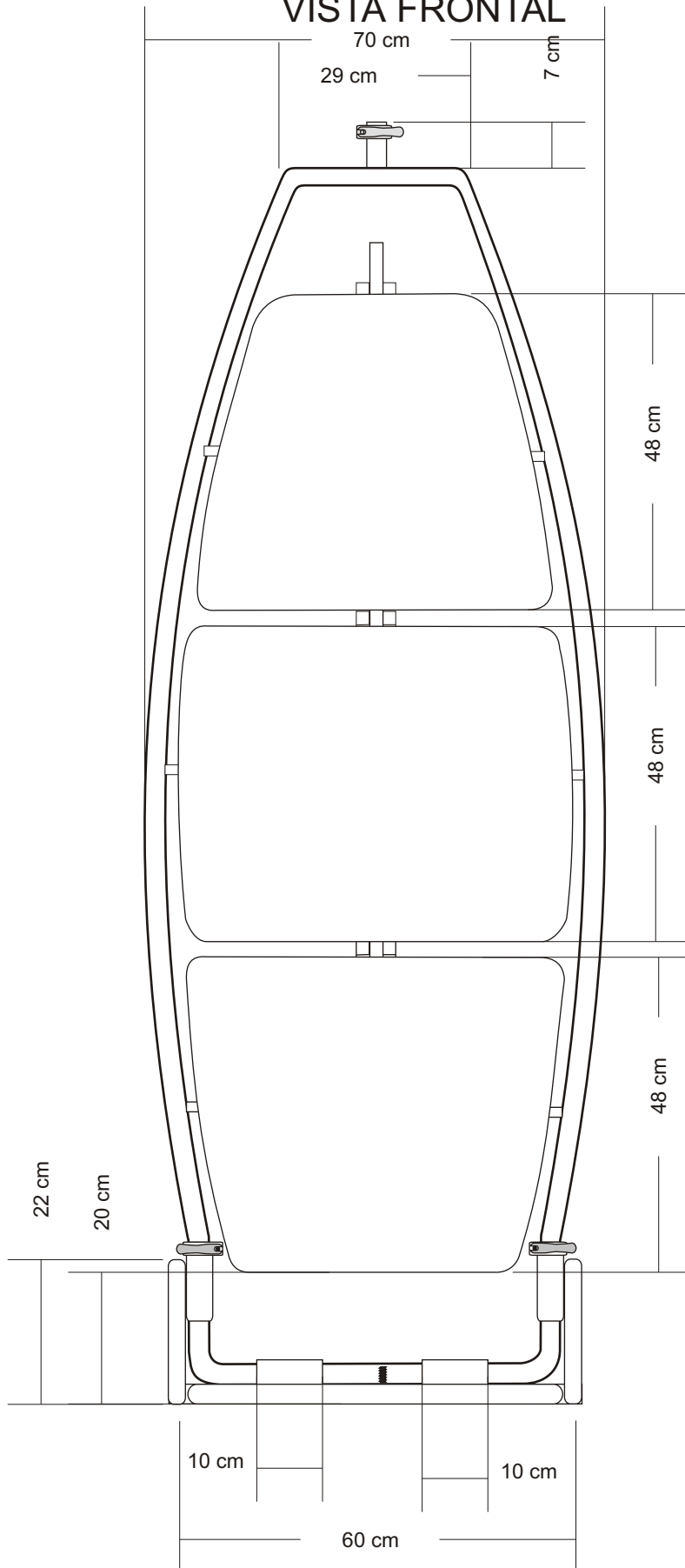
9.3.1 PLANOS TECNICOS

MODULO VISTA POSTERIOR



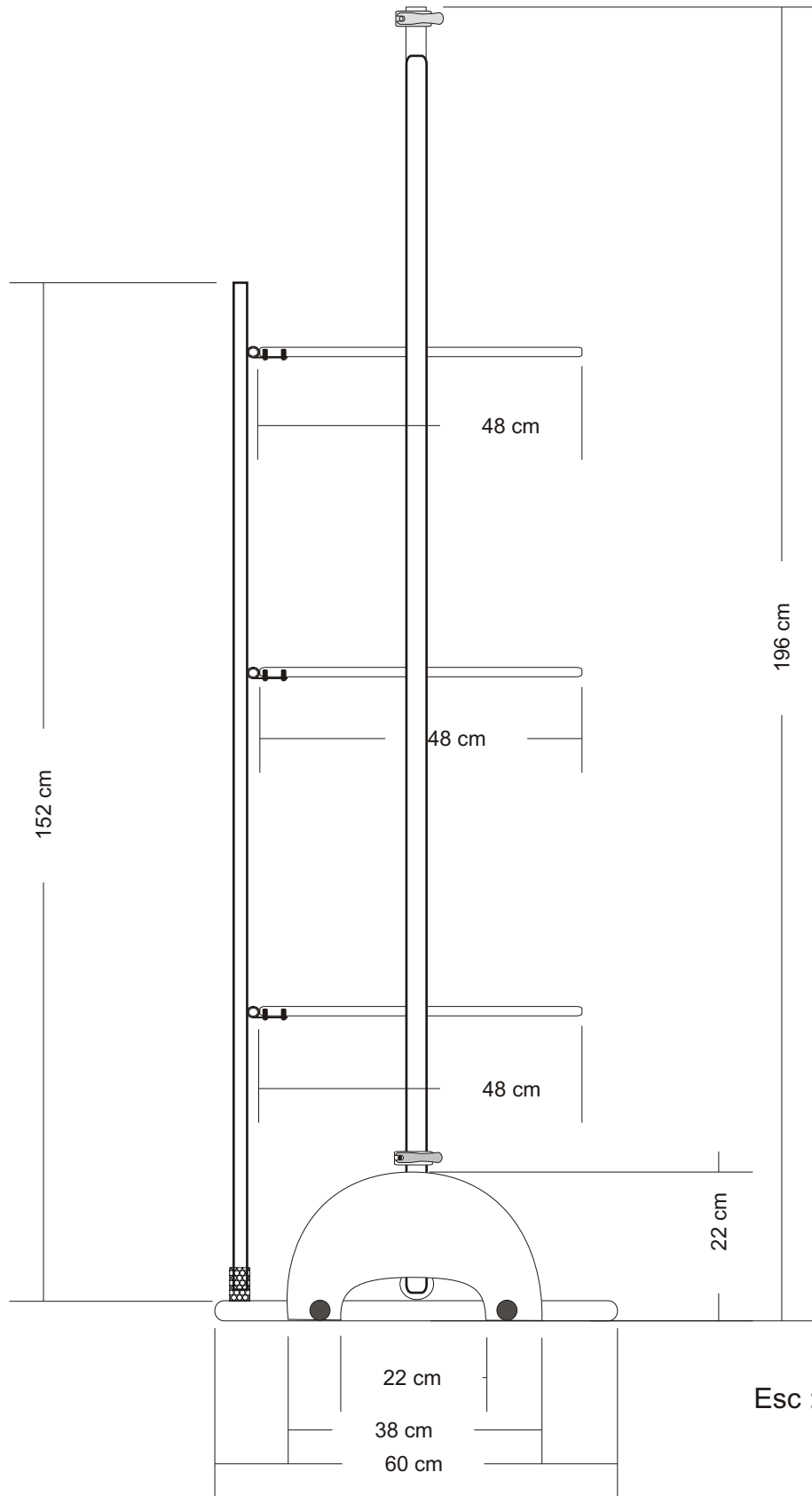
Esc : 1 : 10

VISTA FRONTAL

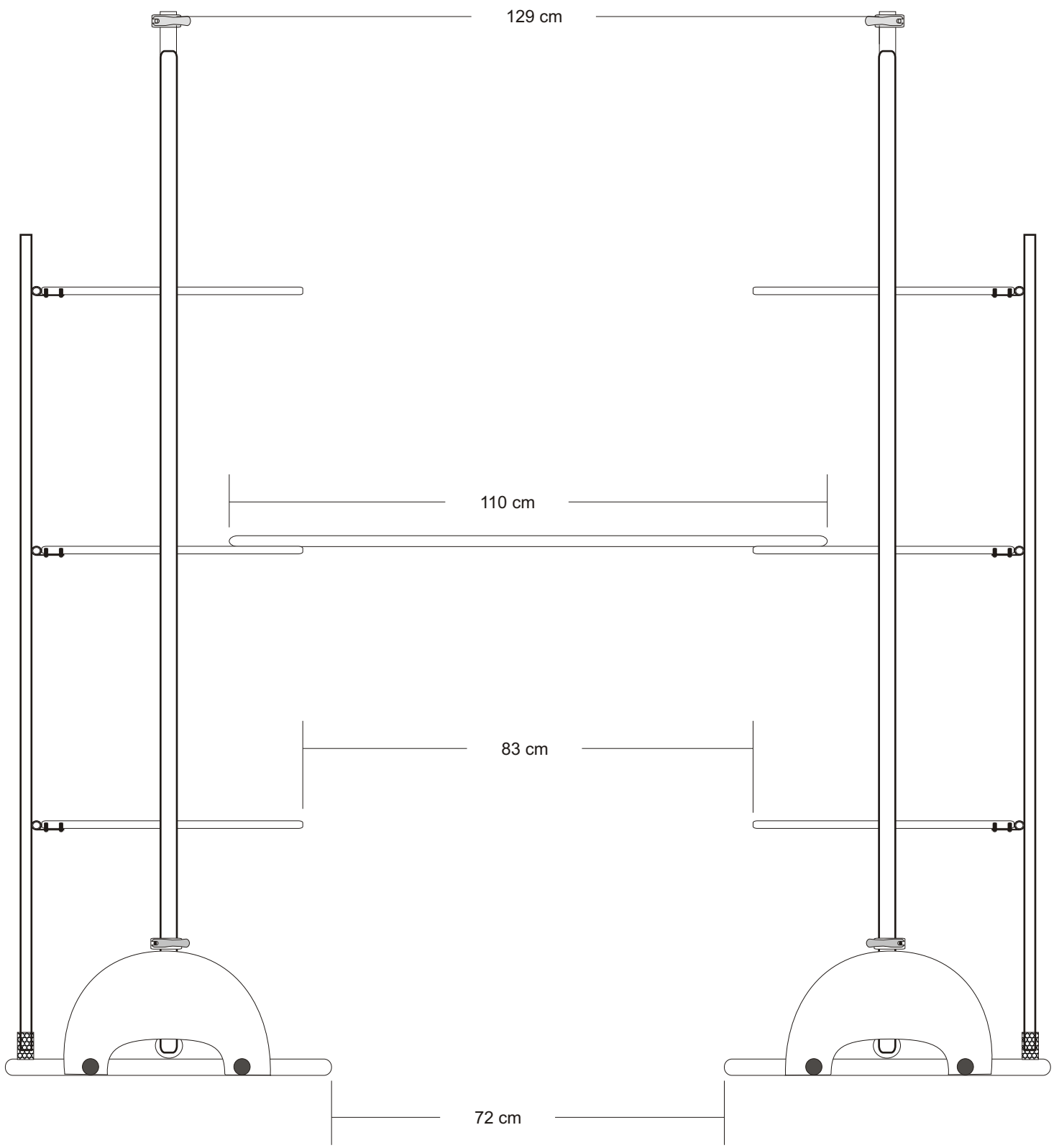


Esc : 1 : 10

MODULO VISTA LATERAL



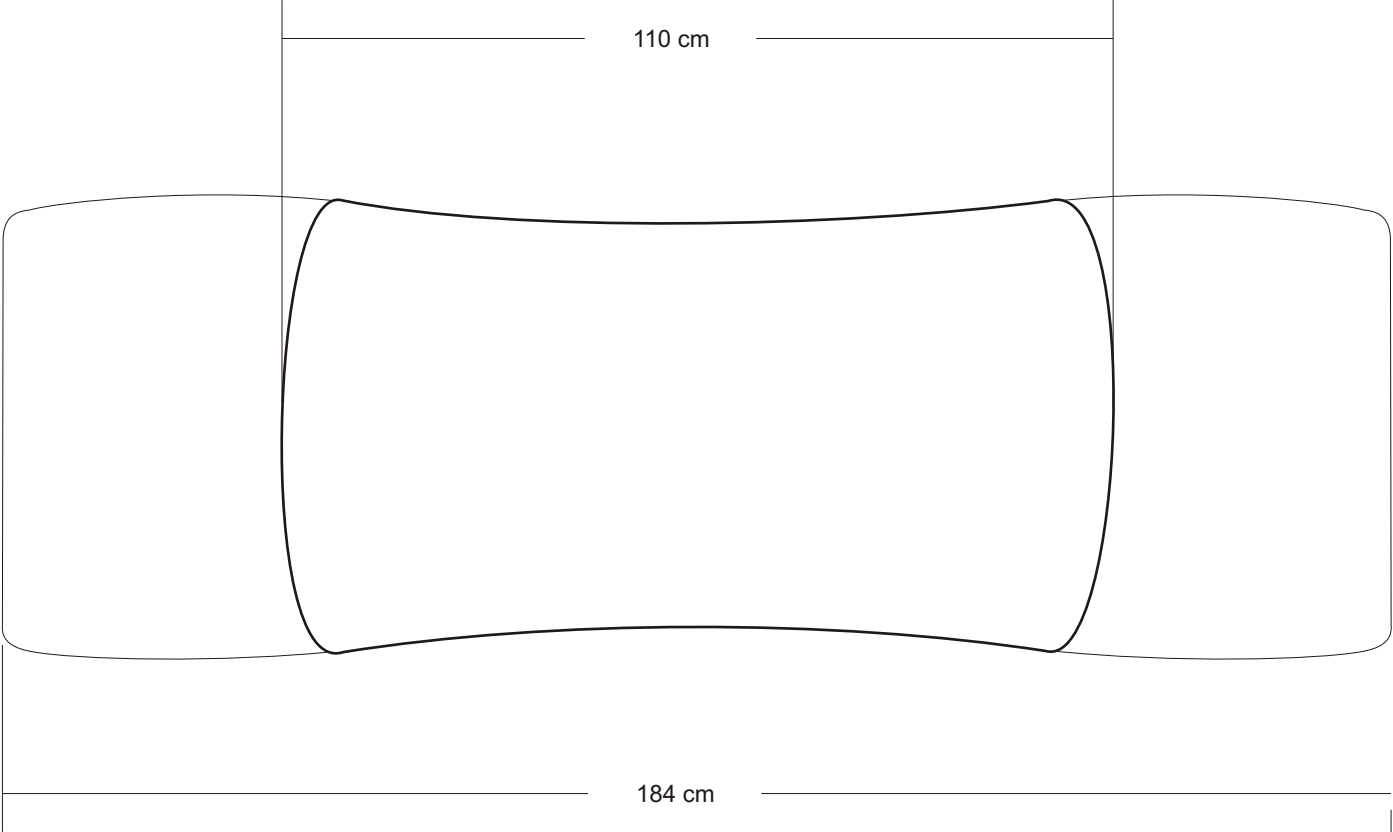
SUPERFICIE DE UNIÓN ENTRE MÓDULOS



ESC: 1 : 10

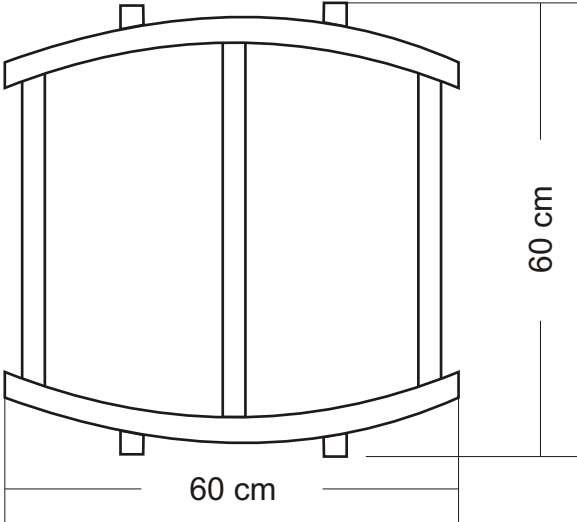
SUPERFICIE DE UNIÓN

VISTA SUPERIOR



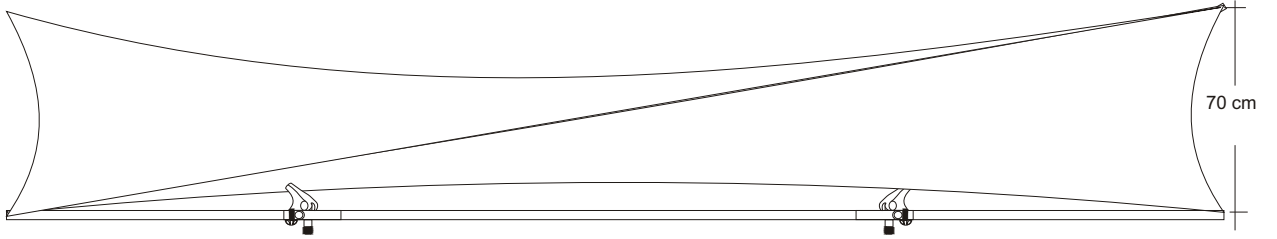
BACE DE MODULO

VISTA INFERIOR



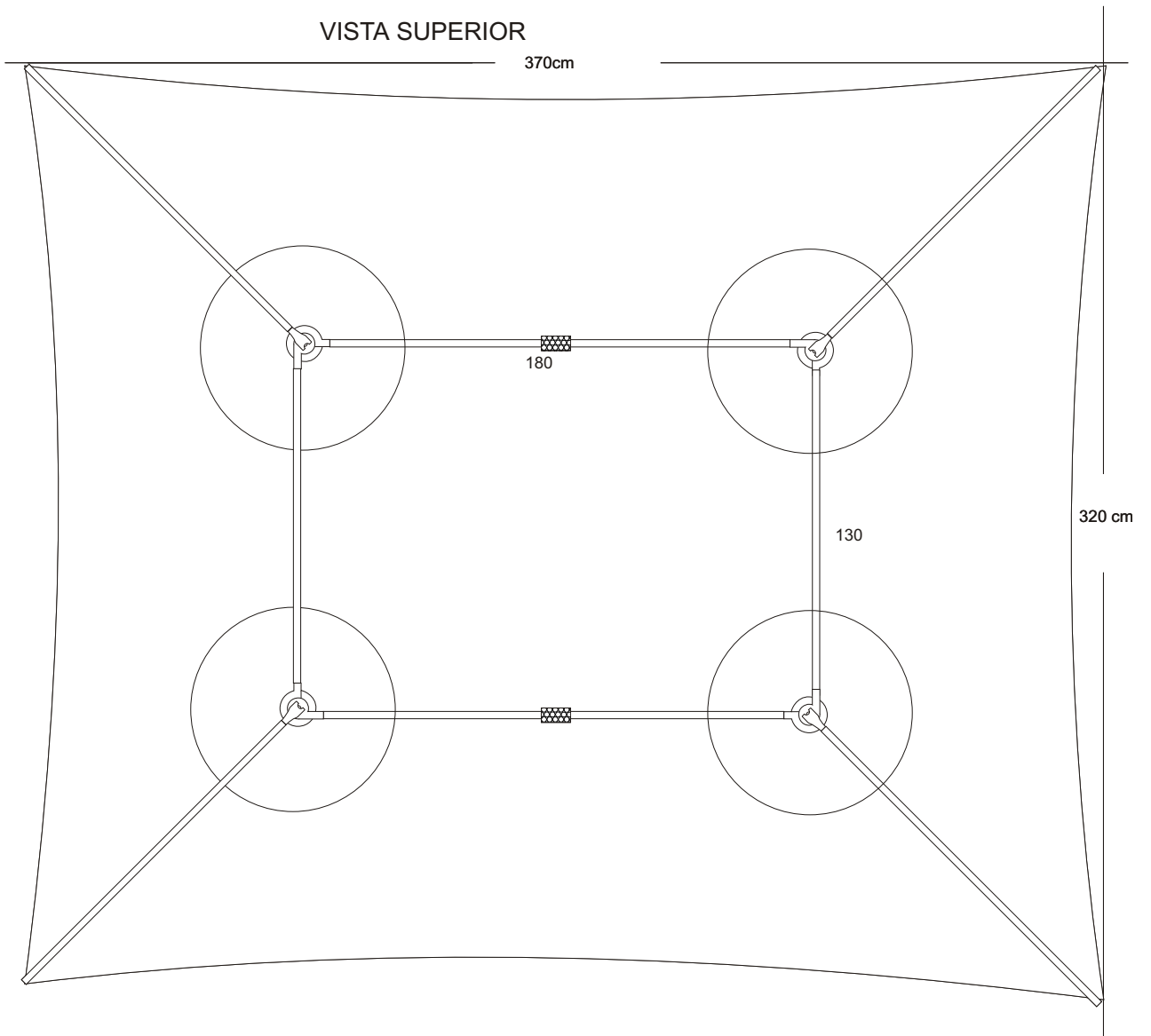
CUBIERTA

VISTA FRONTAL

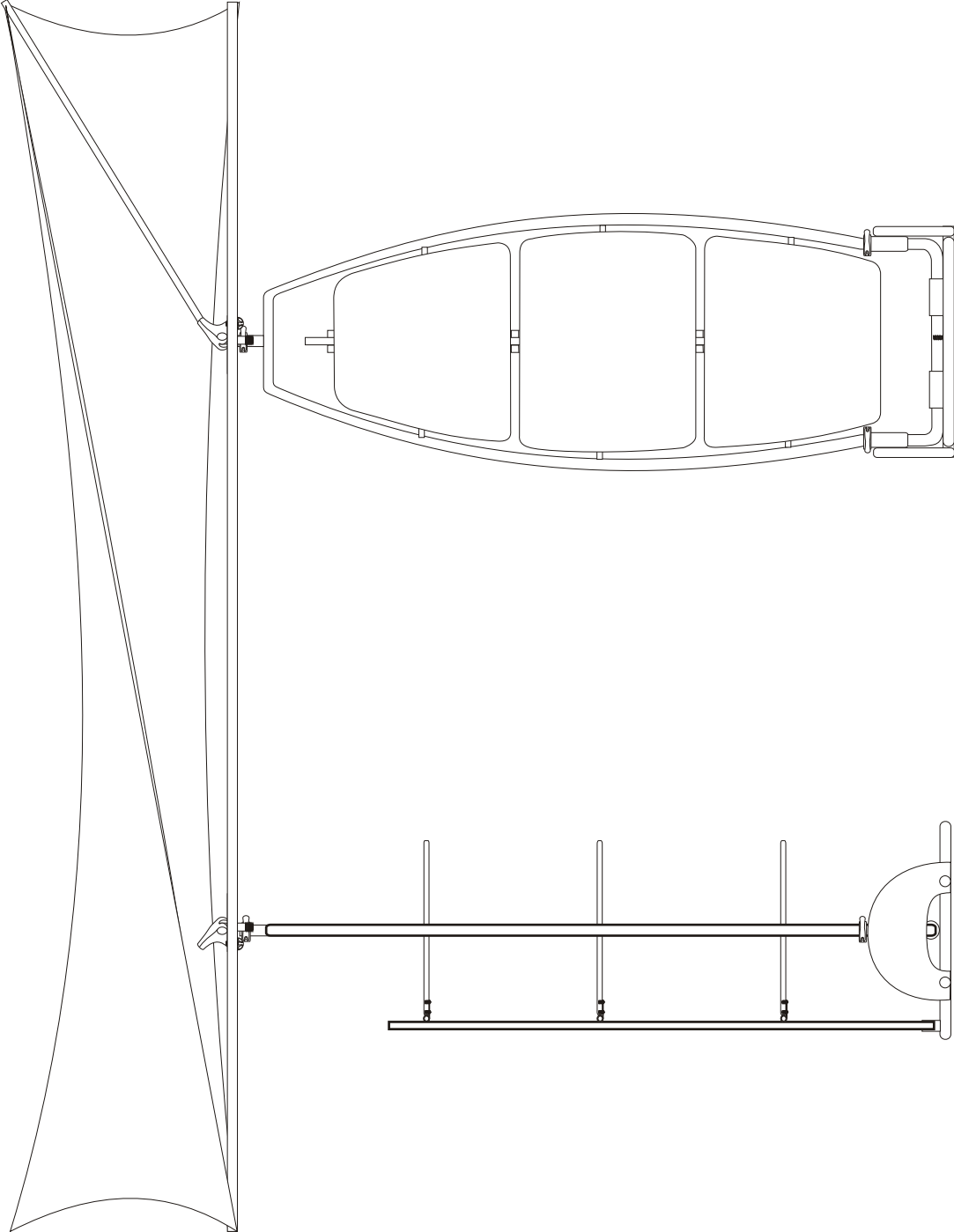


VISTA SUPERIOR

VISTA SUPERIOR

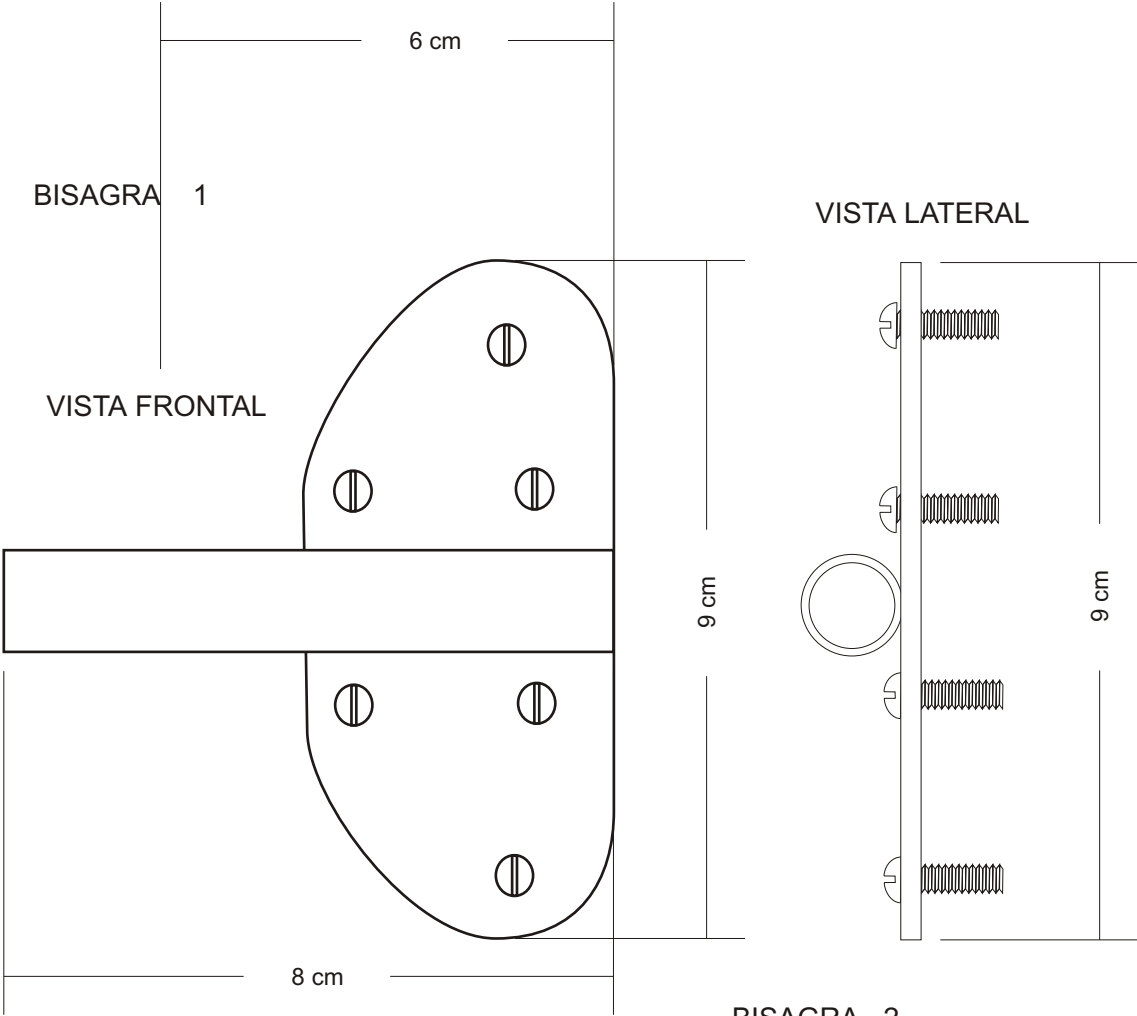


VISTA LATERAL DE EL SISTEMA.

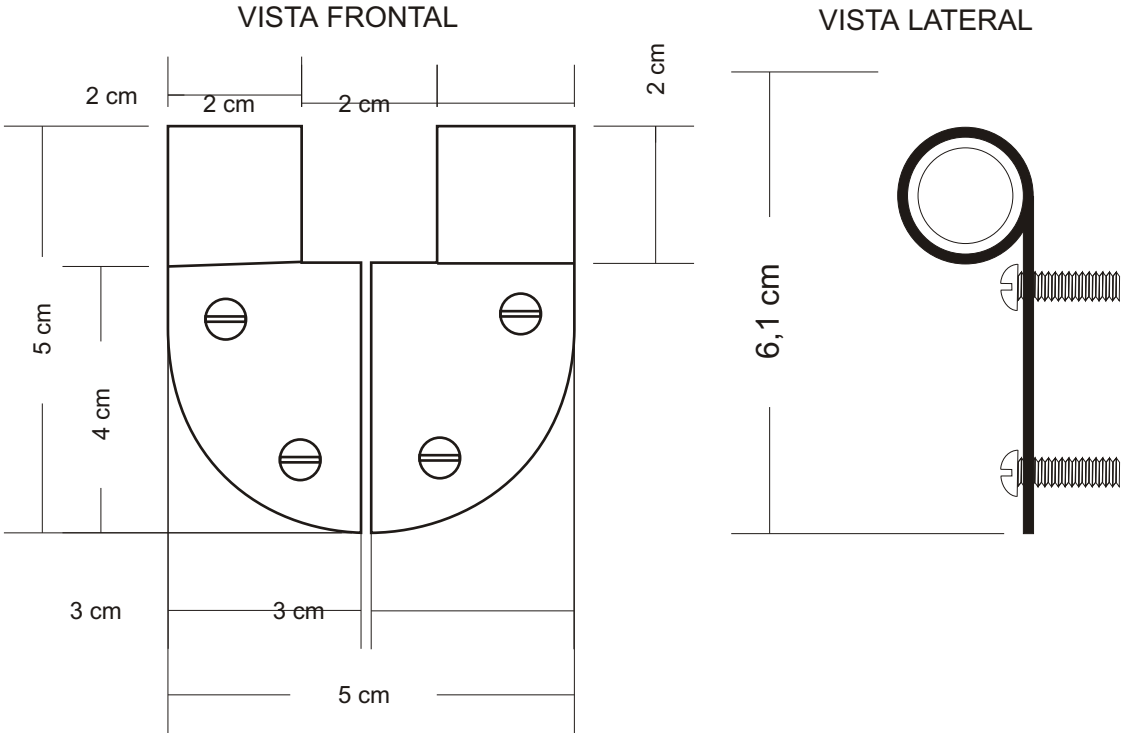


ESC: 1 : 20

BISAGRAS

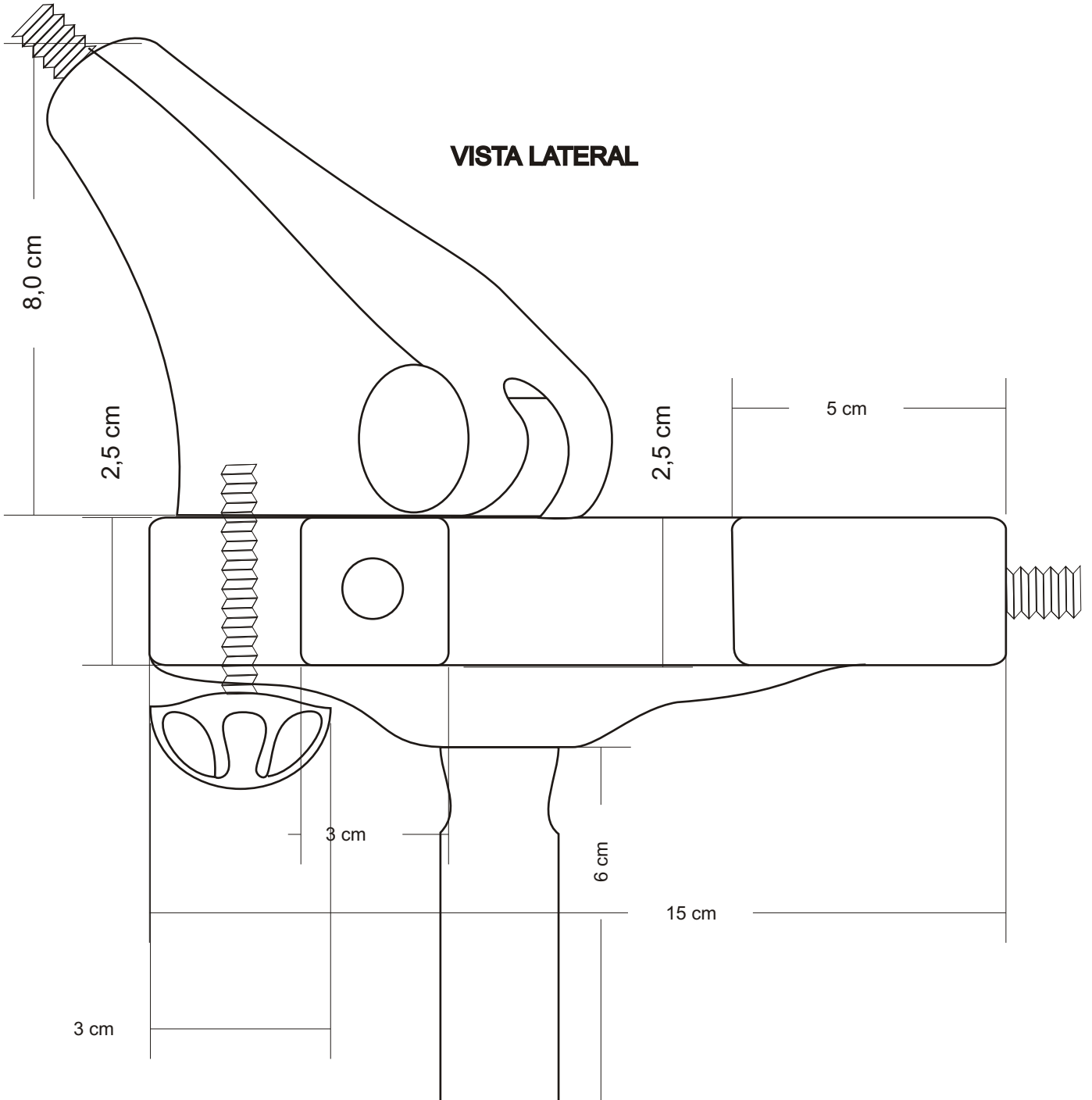


BISAGRA 2



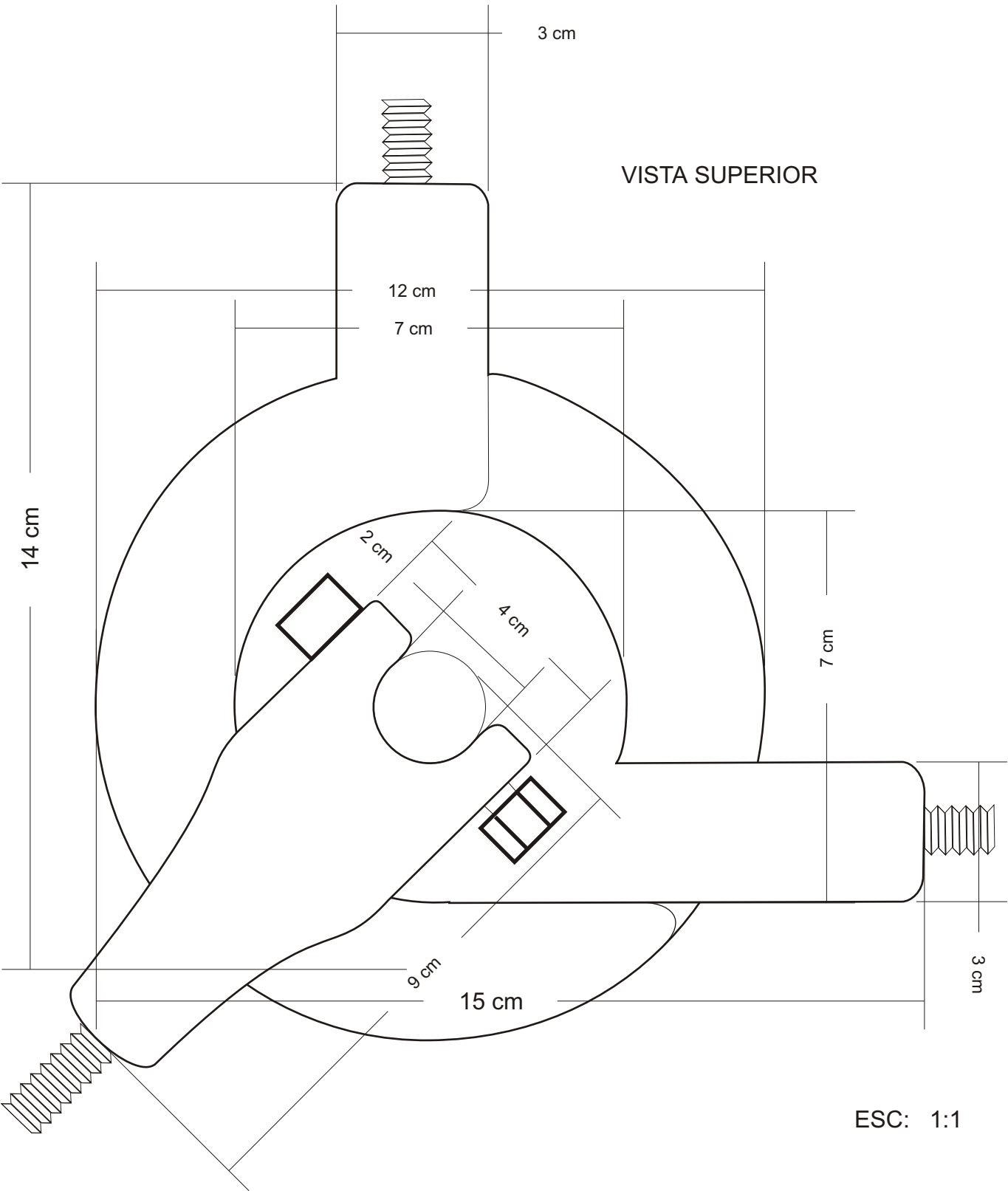
ESC: 1 : 1

MECANISMO DE CUBIERTA



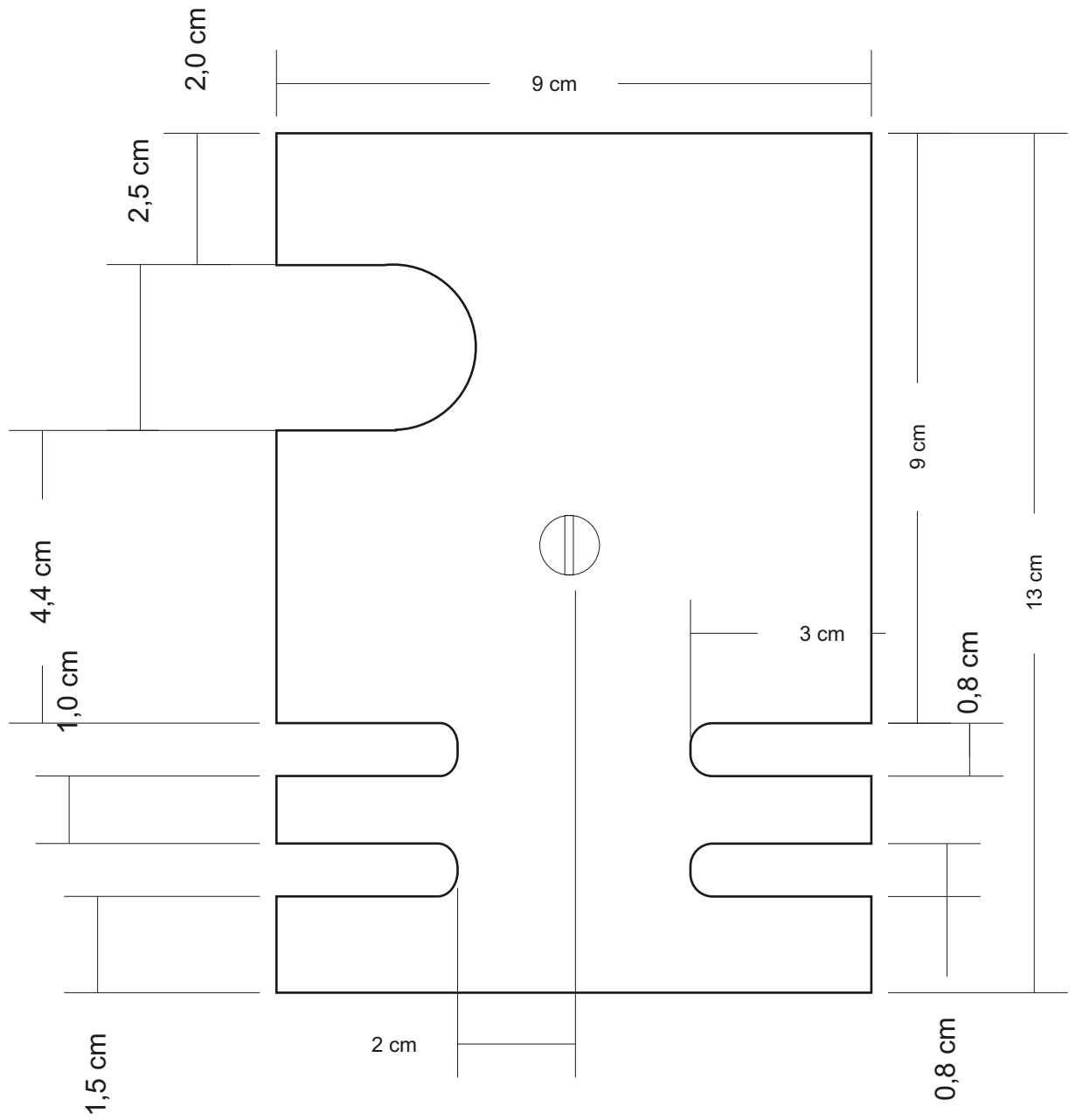
ESC: 1:1

MECANISMO DE CUBIERTA



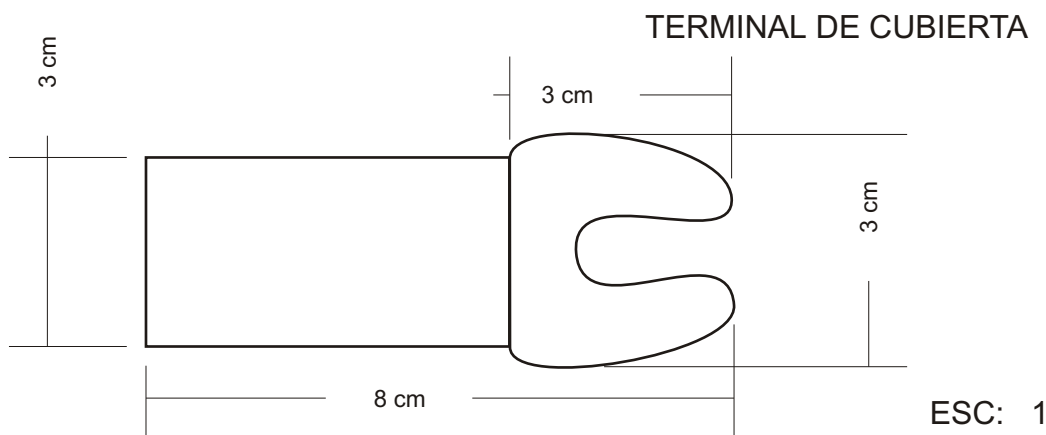
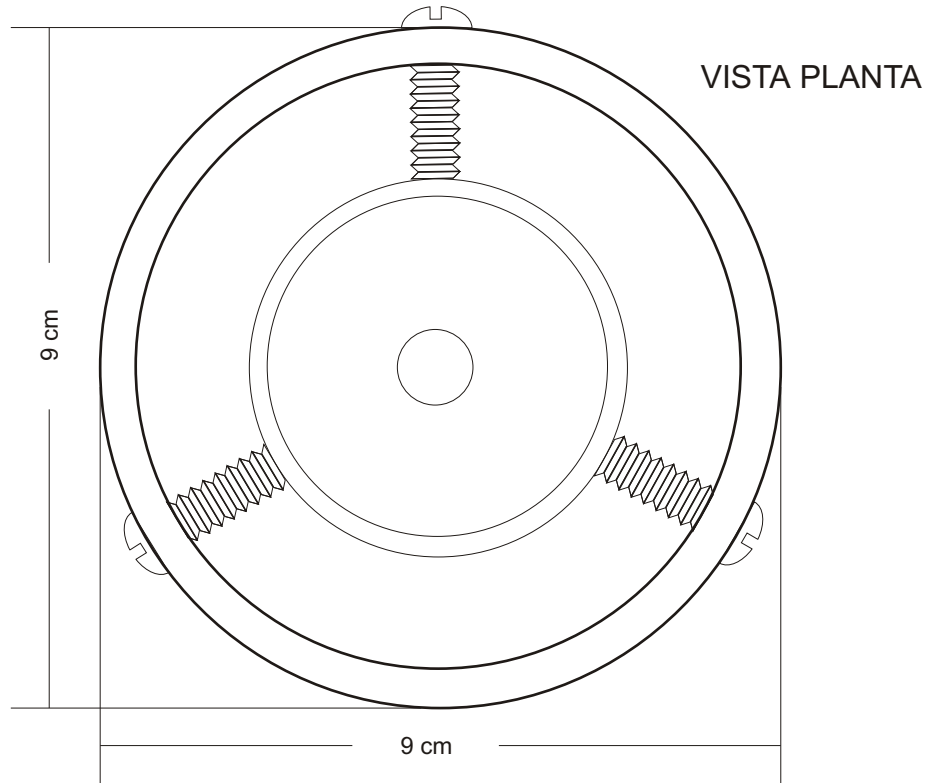
LÁMPARA

VISTA FRONTAL



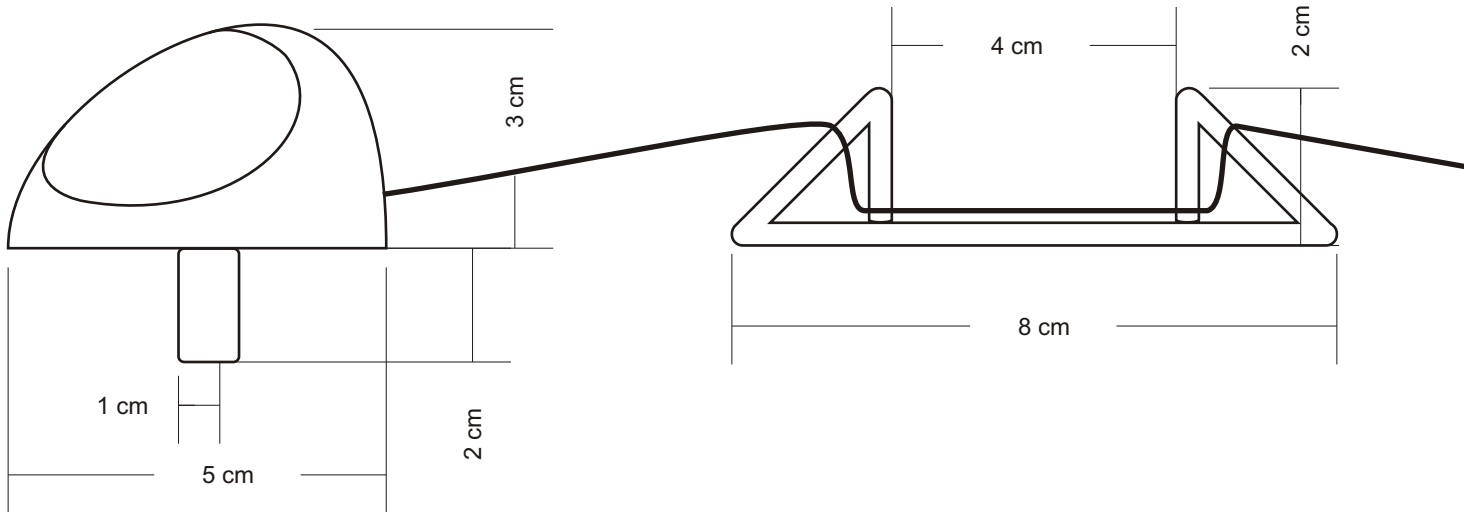
ESC: 1:1

LÁMPARA

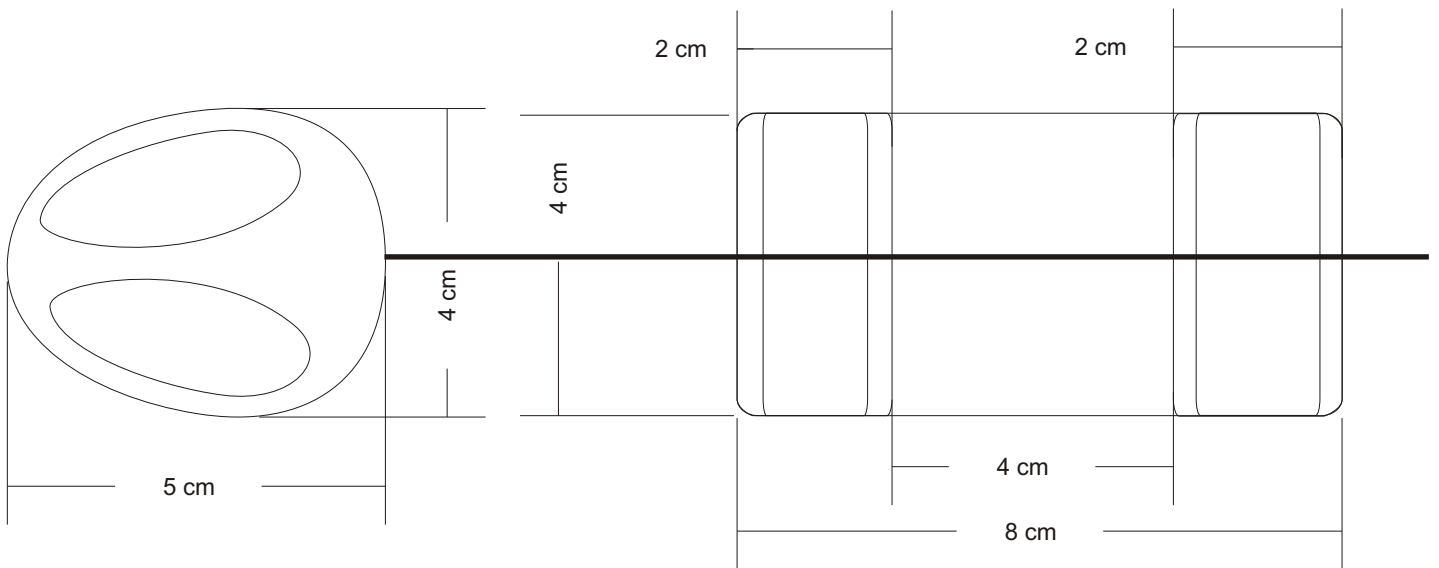


PISAPAPEL

VISTA FRONTAL



VISTA LATERAL



ESC: 1:1

9.3.2 Planos ergonómicos. Muestran la relación hombre - puesto de exposición; las condiciones que el ofrece al individuo para que él haga de este sistema de exposición un verdadero aliado para el montaje de al feria.

Ambiente interno generado: buenas condiciones de luminosidad y ventilación; aquello hace del puesto de exposición un espacio agradable para la apreciación de muestras. Los espacios y recorridos internos generados permiten motricidad y desplazamientos sin alterar condiciones físicas del expositor y el visitante (ver fig.16)

Figura 16. Ambiente interno generado en el sistema de exposición



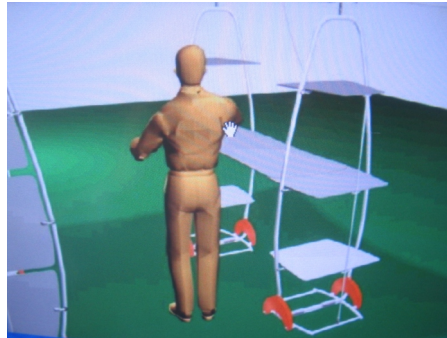
Espacio y percepción: conocer el espacio, las posibilidades que este ofrece para su adecuación, para su aprovechamiento estratégico son herramientas cruciales en el montaje de una feria. (Ver fig 17)

Figura 17. Como actúa el espacio en la percepción del individuo



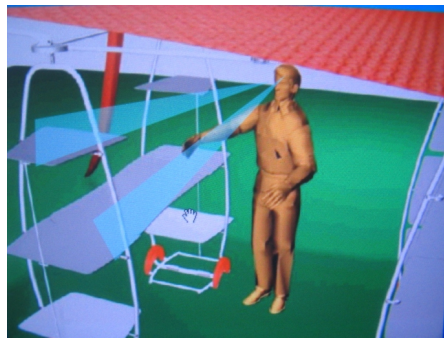
Relación hombre - estantería: con altura máxima de 1,40 cm, con 50 cm de profundidad, dentro de estas dimensiones se distribuyen las muestras a exhibir para facilitar percepción e interpretación (Ver fig.18)

Figura 18. Relación hombre - estantería



Relación hombre - ángulos de visión: ángulos entre los 50° o 70° pasando por la línea horizontal 0°; facilitan la lectura de lo se muestra además teniendo en cuenta que el ángulo visual en total reposo esta entre los 30° y 38° (Ver fig. 19)

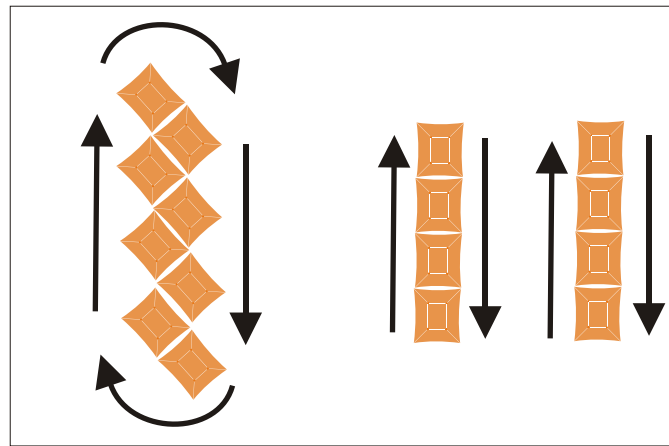
Figura 19 . Relación hombre - ángulos de visión



9.3.4 Propuesta de montaje del puesto de exposición en los espacios arquitectónicos de la universidad.

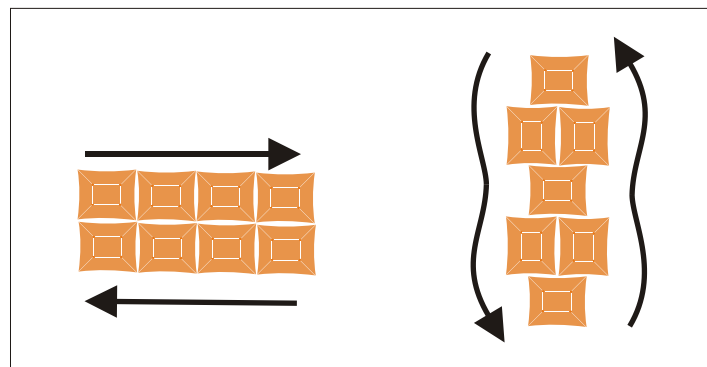
Alternativas de agrupamiento entre los módulos, composiciones creadas a partir de la integración de ellos. De la manera como se ubiquen se determinan los recorridos y estos a su vez dependen de los espacios asignados para el montaje. La primera propuesta facilita el montaje sobre espacios exteriores, las avenidas principales (entrada principal y aquella que conecta laboratorios especializados con acceso al antiguo bloque administrativo y sector de ingeniería acuícola). Las flechas describen los posibles recorridos para ubicar los puestos de exposición. (Ver fig.24)

Figura 24. Montaje de la feria en espacios exteriores.



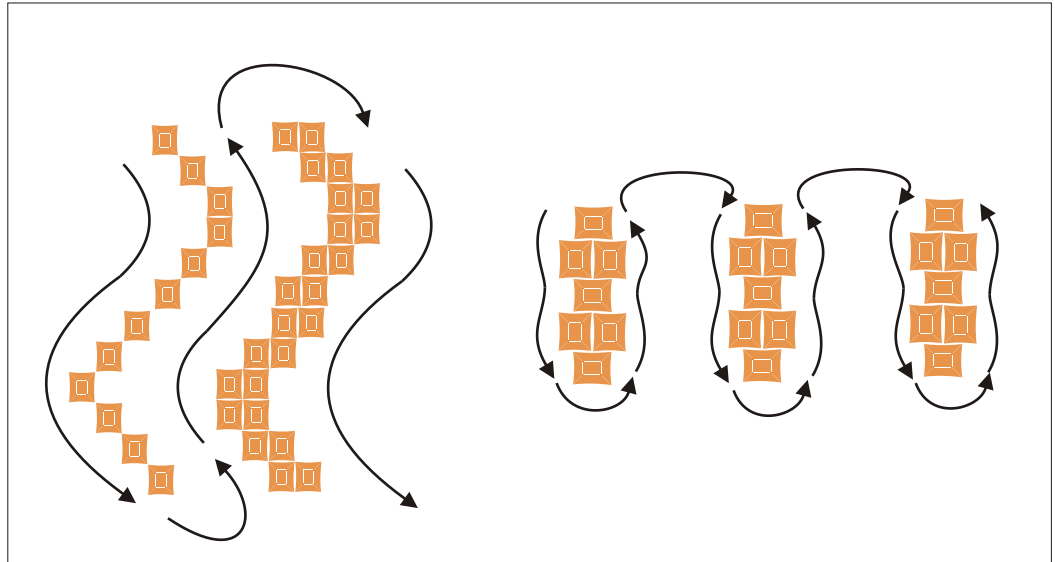
Propuesta para adecuación en lugares cerrados, generando recorridos cortos para el mejor aprovechamiento y adecuación en esos espacios, los espacios de esta clasificación encontrados en la planta física de la universidad corresponden al coliseo, Auditorios, bloques (ver fig.25)

Figura 25. Montaje de la feria en espacios interiores.



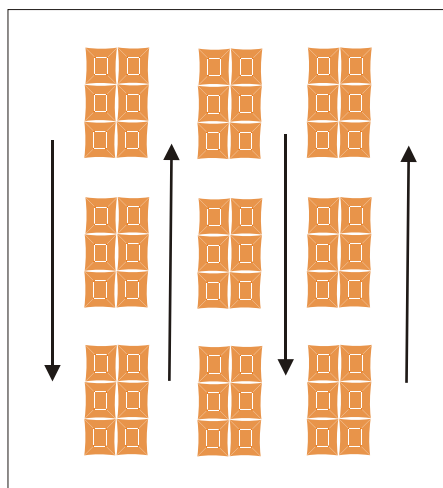
Disposición de sistemas de exposición en espacios exteriores como : zonas verdes, parqueaderos. (ver fig. 26)

Figura 26. Aprovechamiento de zonas verdes y parqueaderos.



Disposición generando bloques, Permite el uso del sistema de exposición de manera compartida. Posibilita el montaje por categorías, programas o por contenidos; es decir generar bloques expositivos que permitan fácil identificación de recorridos Y fácil interpretación de la muestra exhibida. (Ver fig. 27)

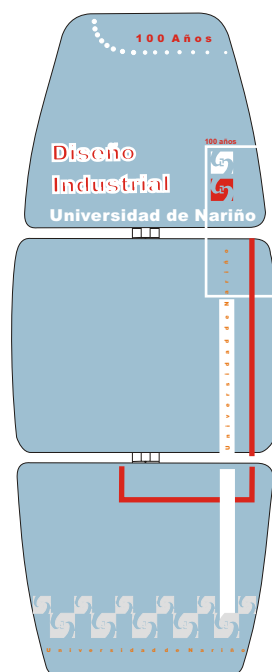
Figura 27. Bloques expositivos.



9.3.3 APLICACIÓN DE IMAGEN GRÁFICA

Para la aplicación gráfica del módulo se adopta el logotipo de la universidad, un logo símbolo posicionado en el medio, de fácil recordación, además es un elemento sencillo formalmente que facilita su reproducción (ver fig.20)

Figura 20. Aplicación gráfica en el módulo



Logotipo del producto. la forma responde a la simplificación del mecanismo de la cubierta del sistema de exposición, las partes que componen el mecanismo están dispuestas de manera que evocan el momento en el que la cubierta esta armada; se acompaña además del texto " POLÍGONO", que corresponde al nombre del producto. El equivalente de la palabra polígono es superficie plana limitada por todas partes por líneas rectas o curvas, relativo a poligonal equivalente este a varios ángulos; la palabra "polígono" entonces abarca conceptos que el sistema de exposición materializa como son: variedad, versatilidad, creación, demarcación y organización del espacio(ver fig.21)

Figura 21. Logotipo del producto



Elección de color:

Blanco: color neutro, genera sensación de orden, limpieza y no provoca cansancio visual.

Gris: El de mayor aplicación, se utiliza para dar acabado a las superficies, color que no genera choques o rompimientos visuales, tiene un comportamiento neutro para que sobre el se ubiquen diversas muestras gráficas sin provocar contaminación visual, al contrario unifica y evoca armonía, descanso, pulcritud

Naranja: Su función es impactar, atraer, el naranja se caracteriza por actuar en la mente de quien lo percibe como motivador, activador; color de fácil recordación, genera atractivo visual, impone una actitud alerta (ver fig.22, 23)

Figura 22. Aplicación de color en la cubierta



Figura 23. Aplicación de color en el ,módulo



9.3.5 Presupuesto

MÓDULO	CANTIDAD	VALOR/ UNITARIO	VALOR/ TOTAL
Estructura metálica, bisagras y pintura	1 módulo	90.000	90.000
Superficies en MDF	3 unid	4.000	12.000
Pintura y acabado de superficies	3 unid		14.250
Medias lunas en la base	2 unid	2.000	4.000
Bloqueadores en la base y bloqueo en la unión con la cubierta.	3 unid	4.000	12.000
Tuerca libre grafilada	1 unid	5.000	5.000
TOTAL			\$ 137.250

CUBIERTA	CANTIDAD	VALOR/ UNITARIO	VALOR/ TOTAL
ESTRUCTURA DE LA CUBIERTA			
Tubo de aluminio	10 mts	3.750	37.500
Mecanismo en resina	4 unid	20.000	80.000
Terminales en resina	4 unid	3.000	12.000
Acople (sistema de unión tuerca libre)	2 unid	30.000	60.000
Tuerca terminal	12 unid	4.000	48.000
Recubrimiento (caucho espuma)	2 unid	1.250	2.500
Tornillos hexagonales	4 unid	1.000	4.000
Tornillos 3/8	12 unid	500	6.000
MEMBRANA			
Tela	9 mts	7.900	71.100
Hilo	2 tubillos	1.200	2.400
Cordón	40 mts	125	5.000
Confeción			20.000
Silicona líquida			1.800
Riata	3 mts	100	300
TOTAL			\$ 350.600

PISAPAPEL	CANTIDAD	VALOR/ UNITARIO	VALOR/ TOTAL
Piezas en resina	4 unid	2.500	10.000
Cord n elástico	2 mts	100	200
Acrílico			2.000
TOTAL			\$ 12.200

SISTEMA DE ILUMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR/ UNITARIO	VALOR/ TOTAL
LAMPARAS			
Estructura cilíndrica	2 unid	200	400
Boquilla	2 unid	1.000	2.000
Cable	6 mts	300	1.800
Enchufe	2 unid	300	600
Reflectores	2 unid	3.500	7.000
Tomacorriente	1 unid	1.500	1.500
Pintura y acabado de Lámparas			3.000
TOTAL			\$ 16.300

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

PUESTO DE EXPOSICIÓN	CANTIDAD	VALOR/ UNITARIO	VALOR/ TOTAL
MODULO	4 módulos idénticos	137.250	549.000
CUBIERTA	1 unid	350.600	350.600
SISTEMA DE ILUMINACIÓN	varios	16.300	16.300
PISAPAPEL			12.200
TOTAL			\$ 928.100

BLIBLIOGRAFIA

ARNHEIM. Arte y percepción visual. Madrid : alianza 1979.

DONDIS. La sintaxis de la imagen. Barcelona, G.G., 1980,p. 43.

ENCICLOPEDIA SALVAT Editores S.A. Barcelona1968. Tomo 7, p. 1390.

ENCICLOPEDIA MONITOR . Salvat Editores S.A. Madrid 1971, p.4152.

FRASCARA, Jorge. Diseño gráfico para la gente.s.f.,p.156

FUNDACIÓN MAPFRE. Manual de Ergonomía. Editorial MAPFRE S.A. Madrid, 1994.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS. Normas Colombianas para la presentación de trabajos de investigación. Santafé de Bogotá. D.C. : ICONTEC, 2002.

LÓPEZ BARBOSA, Fernando. Manual de montaje de exposiciones

MORALES, Jeanneth. Diseño y montaje de exposiciones. I Taller Museográfico Regional, Bogotá, Colcultura, 1983.

PANERO, Julius. ZELNIK, Martín. Las Dimensiones humanas en los espacios interiores. Ediciones G.Gili, S:A. México, 1987.

USCATEGÜI, Mireya. El espacio, un reto o una invitación a poseerlo.

VARLEY, Helen. El gran libro del color. Barcelona , Blume, 1982.