



## **Decanato de Artes y Comunicación**

**Propuesta de Página Web para el Museo de Arte Moderno  
(MAM) de Santo Domingo, 2018**

### **Sustentada por:**

Ottmar Faustino Suero Javier	2013 – 1744
Jeffrey Romano Ortiz	2013 – 2540

### **Asesor:**

Lic. Joel Combes

**Monografía para optar por el título de Licenciatura en:**

Comunicación Digital

Diseño Gráfico

**Santo Domingo, Distrito Nacional**

**2018**

## **Resumen**

El presente trabajo plantea, tras una rigurosa investigación analítico-cuantitativa y cualitativa de las necesidades comunicativas del Museo de Arte Moderno de Santo Domingo República Dominicana, el producto multimedia de una página web para dicha institución, enfocada en la apertura de comunicación con el usuario y el archivo de su patrimonio. Se da una visión general de la historia del Museo, la World Wide Web desde su concepción y su llegada a la República Dominicana, un análisis comparativo de las principales páginas de instituciones culturales latinoamericanas y dominicanas. A partir de este análisis de las páginas webs de estas instituciones se establece una propuesta gráfica de página web que pueda enmarcarse dentro de un contexto institucional en el cual el Museo se legitime como institución respetada en el quehacer artístico y permita un mayor flujo de visitantes a su espacio físico. El diseño de esta propuesta, además, tiene el objetivo de acrecentar la referencia de obras propias de la Colección Permanente de la Institución y fortalecer la imagen institucional del Museo como fuente confiable de información sobre el quehacer artístico dominicano histórico y actual.

## **Palabras clave**

Diseño Web, Museos, Museística, Páginas Dominicanas, Museo de Arte Moderno

# Índice

<b>Dedicatoria</b> .....	4
<b>Agradecimientos</b> .....	6
<b>Introducción</b> .....	7
<b>1. El Museo de Arte Moderno de Santo Domingo</b>	
1.1 Historia del Museo de Arte Moderno de Santo Domingo.....	8
1.2 Lineamientos institucionales del Museo.....	9
1.3 Museística actual y el Museo de Arte Moderno.....	10
1.4 Estrategias de Comunicación Institucional del Museo.....	11
<b>2. Las Páginas Web</b>	
2.1 Historia de la World Wide Web.....	13
2.2 Inicios del Internet en Santo Domingo.....	16
2.3 Páginas web de instituciones culturales en Latinoamérica.....	17
2.4 Páginas web de instituciones culturales en Santo Domingo .....	18
<b>3. Propuesta de Página Web para el Museo de Arte Moderno de Santo Domingo</b>	
3.1 Análisis de usuarios meta.....	20
3.2 Objetivos.....	27
3.3 Diseño de página web del MAM.....	29
<b>Conclusiones</b> .....	35
<b>Recomendaciones</b> .....	36

## **Dedicatorias**

Quisiera agradecer de especial forma a mis padres, Lourdes y Fausto, quienes me han dado apoyo incondicional en todos mis proyectos y deseos.

A mi hermano, Josué, quien siempre es motivo de inspiración para dar todo lo mejor de mí.

A mis amigos, quienes sin su apoyo constante, proyectos artísticos, bromas y salideras no fuera la persona que soy hoy.

A mis demás familiares, los presentes y los idos por haber depositado mi confianza y por haberme acompañado en todo el proceso de crecimiento.

Un millón de gracias.

– **Ottmar Suero**

Quiero dar gracias a Dios por permitirme llegar al final de este gran recorrido y por nunca dejarme vencer por los obstáculos que se interponían en medio de esta carrera.

Luego a mi abuela, Génida Jerez por siempre estar ahí conmigo ayudándome a dar lo mejor de mí, poniendo todo su esfuerzo para lograr ser un profesional como lo soy ahora, por siempre apoyarme y sacrificarse por darnos una buena educación. Gracias a ella puedo decir que lo logré. Te amo, mi vieja y esto te lo debo a ti. Mi abuelo Starlin (El Patrón) quien sin lugar a duda también se mantuvo sacrificándose por mí para que estudie y finalice esto que empezamos juntos.

También mi madre Jenny Ortiz y mi padre Jeffrey Romano, que bajo peleas y enojos siempre estuvieron ahí conmigo dándome ese empujoncito y me levantaban para seguir adelante sin mirar atrás. Los amo.

Mi otra abuela Beatriz Romano, uno de los motivos que más me impulsaban ya que su mayor deseo era que mi padre fuese profesional y no pudo pero me veía a mi y siempre me decía “Jeffrito, sigue en tu universidad estudiando” y sé que hoy se siente muy orgullosa por lo que soy y a donde he llegado.

Mis tíos Daisy Jimenez y Richard Ortiz, más que tíos son mis padres a los que le debo todo, sin ustedes no hubiera podido lograr alcanzarlo, ya que siempre estuvieron ahí para darme esa mano y darme esos consejos buenos. Mi tía Daisy que siempre peleaba conmigo y se mantenía al tanto con sus buenos consejos, motivándome a seguir hacia adelante. De verdad que no tengo palabras ni como agradecerles lo que hicieron y han hecho por mí.

Mi tía Chicel Ortiz y mi tío Michel, que aportaron su granito de arena con sus buenos consejos para que sea un hombre de bien y que en él mañana sea de mí una gran persona.

– **Jeffrey Romano**

## **Agradecimientos**

Quisiéramos agradecer a la ayuda brindada por Joel Matos, gestor cultural del Museo de Arte Moderno quien nos ofreció su disposición e información respecto al museo.

A nuestro asesor Joel Combes por acompañarnos en el proceso de crear este trabajo monográfico.

## Introducción

El Museo de Arte Moderno de Santo Domingo, desde su concepción en 1976 ha jugado un rol importante en la difusión y exposición de obras de alto interés para la cultura dominicana. Eso, sin contar el innegable valor que poseen las Bienales que se realizan cada dos años desde 1956.

Este trabajo nos ofrece una visión de la relevancia que adquiere esta institución en ser un actor activo en la formación y avance de la cultura artística en República Dominicana. No obstante, el Museo peca de omitir el elemento comunicativo de página Web, altamente importante para la difusión de su catalogo, no solo a nivel nacional sino a nivel internacional.

Haciendo consideración a todo esto, se pondera y se hace urgente la creación de una página web para el Museo de Arte Moderno de Santo Domingo, que como se mencionó, dé apertura a la interacción con el usuario, mantenga un registro de sus actividades y pueda enmarcarse dentro de un contexto institucional en el cual se legitime como institución respetada en el quehacer artístico y permita un mayor flujo de visitantes a su espacio físico.

La investigación ofrece un carácter innovador al proponer una solución comunicativo-institucional que ha carecido desde el auge del uso del Internet como fuente de difusión de información.

# 1. El Museo de Arte Moderno de Santo Domingo

## 1.1. Historia del Museo de Arte Moderno de Santo Domingo

La historiografía del Museo de Arte Moderno ha estado a cargo de su fundación, Fundación Museo de Arte Moderno, desde sus inicios como galería de arte. Un informe conciso sobre la historia del museo nos introduce a la denominación de la misma a través del arquitecto de la obra, José Miniño, quien eligió el nombre *galería*, el cual prefería a *museo*, ya que a partir de una concepción del centro artístico él anhelaba que no fuera una institución fosilizada semejante a tantos locales provistas de ricas colecciones estáticas frías que se visitan una vez otra vez luego para hacerlo conocer a personas foráneas pero cae en el olvido y la indiferencia. (Fundación Museo de Arte Moderno Dominicano, 2006).

Inaugurado el 15 de diciembre de 1976 como Galería de Arte Moderno en el complejo de la Plaza de la Cultura Juan Pablo Duarte, sector urbano de jardines y edificios exclusivamente construidos para fines culturales constituyendo un conjunto excepcional en el área del Caribe. En el año 1992, a raíz de la celebración del V Centenario del Descubrimiento de América, durante el gobierno del presidente Joaquín Balaguer, cambia su denominación a Museo de Arte Moderno tomando en cuenta la importancia y similitud con la de otras instituciones museísticas a nivel internacional, obteniendo piezas de gran valor.

En el año 2000 con la creación de la Secretaría de Estado y Cultura, actual Ministerio de Cultura, el MAM pasó hacer dependencia de la misma.

Han fungido como directores Antonio Fernández Spencer (1976), Rosa Meléndez (1978), Porfirio Herrera Franco (1986), Alberto Paz

(1996) y Sara Hermann (2000). Desde el 2004, María Elena Ditrén es la directora de la institución.

## **1.2. Lineamientos institucionales del Museo**

Según el Catálogo de la Colección Permanente del Museo de Arte Moderno (Fundación Museo de Arte Moderno Dominicano, 1998) los lineamientos institucionales del MAM son los siguientes:

### **Objetivos**

- Salvaguardar, restaurar y difundir el patrimonio artístico, rehabilitar y acondicionar las salas del Museo, prestando especial interés a la reconceptualización museológica y museográfica de la colección permanente, con el fin de lograr una mejor lectura de las obras.
- Concertar proyectos de carácter interinstitucional que garanticen la calidad de las exposiciones y eventos culturales; así como la difusión y el disfrute del público, incrementando las posibilidades de desarrollo humano y cultural de la sociedad dominicana.

### **Misión**

La misión de la institución es reunir, preservar, proteger y acrecentar el patrimonio artístico, al tiempo que se encarga de investigar, exponer, y realizar eventos de carácter lúdico y educativo; teniendo en cuenta cubrir las manifestaciones de arte moderno y contemporáneo, mientras no exista otra institución que permita la especialización contribuyendo con ello al desarrollo educativo y cultural del país mediante la conservación y difusión del patrimonio artístico.

## **Visión**

Ser una institución que contribuya conservar y a poner en valor el patrimonio artístico nacional; además de ayudar a marcar pautas para el desarrollo del movimiento plástico nacional, colaborando con el desarrollo de la creatividad y la captación de nuevos valores; aportando nuevas vías y espacios de difusión del arte dominicano tanto nacional como internacionalmente.

### **1.3. Museística actual y el Museo de Arte Moderno**

El Museo de Arte Moderno es la principal Institución del Estado Dominicano a través del Ministerio de Cultura dedicada a la conservación, puesta en valor y divulgación del arte moderno y contemporáneo dominicano, nacional e internacional.

Desde su creación posee algunas de las obras más destacadas de los precursores de la plástica Dominicana a partir del Independencia Nacional en 1844 hasta las producidas por artistas contemporáneos.

Actualmente, el Museo de Arte Moderno posee el patrimonio de las artes visuales más importante del país que abarca más de un siglo de escultura, pintura, dibujo, grabado, fotografía y más recientemente obras de arte contemporáneo como instalaciones y videoarte.

Una parte de estas obras cambiada periódicamente, está expuesta. La colección comprende también obras extranjeras, principalmente latinoamericanas.

La Bienal Nacional de Artes Visuales es el principal evento celebrado en el país y se presenta en el Museo de Arte Moderno, su principal organizador. Comprende varias categorías y premios importantes. La Bienal de Pintura del Caribe y de Centroamérica celebrada por primera vez en el 1992, también a cargo de la institución

y que ha contribuido fuertemente al conocimiento y la difusión internacional del Museo de Arte Moderno de la República Dominicana.

El Museo de Arte Moderno de la República Dominicana cuenta con amplias salas de exposiciones en sus cuatro niveles, un auditorio con capacidad para ciento cincuenta personas, lugar idóneo para la presentación de conferencias, seminarios, películas y videos, puestas en circulación de libros y actividades similares.

#### **1.4. Estrategias de Comunicación Institucional del Museo**

Vacas Guerrero (2012) afirma que la comunicación en un museo es uno de los aspectos fundamentales para dar a conocer estas instituciones y sobre todo para establecer y reforzar su relación con el público.

Según Roda (2010) los conceptos y algunas de las dificultades de la comunicación museística de finales de los ochenta son todavía campo de batalla actual. Obviamente, el mayor factor de cambio ha sido la explosión de Internet y, más recientemente, de las redes sociales. Desde un enfoque comunicacional, se hace evidente que la incursión de una institución cultural y especialmente un museo en redes sociales de Internet basadas en imágenes atrae múltiples beneficios para la construcción de una comunidad online activa y una comunicación efectiva, como argumentan Marcelino Mercedes y Morena Taboada (2014).

En este sentido, el Museo de Arte Moderno de Santo Domingo (MAM) cuenta como plataforma de comunicación en Internet las redes sociales de Facebook, Twitter e Instagram. No obstante, no dispone de una página web propia que sirva como eje fundamental de su presencia online, en la cual se conjuguen facilidad de comunicación y las características de archivo y catálogo de exposiciones previas y actuales

así como de obras en su Colección Permanente y actual exposición. Se recalca también la cuestionable calidad y unidad comunicativa del contenido que presenta el MAM en las redes sociales en las que se comunica pero por el momento nos atañe más la carencia de una página web, entendiéndola como elemento altamente crucial en el plan comunicativo de cualquier museo, en lo que se refiere al contacto con los usuarios y catalogación de su quehacer.

Es imperativo realzar el valor comunicativo institucional del museo, contextualizado en investigaciones como las de Roda (2010), quien afirma la relevancia de los planes comunicaciones de los museos a la luz del surgimiento del Internet.

## 2. Las Páginas Web

### 2.1. Historia de la World Wide Web

La World Wide Web es la culminación del hipertexto y, como tal, sus orígenes se remontan a la propia historia del hipertexto. Quince años después de que Ted Nelson, en 1995 imaginara las máquinas literarias que permitirían a usuarios de todo el mundo publicar información en hipertexto, un joven ingeniero británico descentralizada de información basado en el hipertexto y en el que cooperaban una red de centros de investigación (Berners-Lee, 2008)

Durante 1989 se realizaron varios experimentos para crear un sistema de comunicación entre los científicos de física nuclear de todo el mundo en el *Centre Européen de Recherche Nucléaire* (CERN). En Ginebra, donde se probaron varias técnicas sobre redes para conectarse a internet, llegándose a estandarizar los protocolos de conexión TCP/IP. En marzo de ese mismo año, Tim Berners-Lee, investigador especializado en telecomunicaciones y colaborador del laboratorio Europeo de física de partículas (CERN), propone al CERN utilizar un sistema de comunicación basado en el hipertexto para lograr ese flujo de información entre los científicos.

En el verano de 1991 investigadores del laboratorio Europeo de física de partículas CERN lanzaron un programa llamado World Wide Web. Consiste en un conjunto de protocolos que operaban por encima de los protocolos de internet y permitían un acceso muy flexible y generalizado a la información almacenada en la red en diversos formatos. Al igual que ocurrió con internet, esta característica de acceso a todo tipo de formato, máquinas, sistemas operativos y normas fue lo que hizo que su uso se generalizase rápidamente.

En la actualidad y para la mayor parte de los usuarios, World Wide Web e internet son sinónimos; ahora bien, es más apropiado decir que esta última constituyó la base de la primera. El principal creador de la World Wide Web fue Tim Berners-Lee, que en aquella época trabajaba en el CERN. Según recuerda, lo que le inspiró su creación fue ver como físicos de todo el mundo se reunían para debatir cuestiones científicas en los edificios del CERN (Fernández Hermana, 2016)

Tim Berners-Lee ya tenía la idea de la World Wide Web en su cabeza en la primavera de 1989. En este momento, propuso al CERN trabajar en sistema para compartir información y resultados de los experimentos del centro. “Impreciso, pero emocionante” fue la respuesta de su supervisor. Con esa ambigua luz verde, siguió trabajando y el 12 de noviembre de 1990 publicó un informe detallado sobre su proyecto, que ya se encontraba en un avanzado estado de gestación. Así, tras un rápido desarrollo final de poco más de un mes, el 20 De Diciembre de ese año Berners-Lee puso en marcha el primer servidor web y la primera página web del mundo. Y, tras un proceso de refinamiento y pruebas, la primera versión pública del Software debutó el 6 de agosto de 1991.

Además de la World Wide Web, Berners-Lee también desarrolló otro programa mediante el que se facilitaba el acceso a esta desde un ordenador personal. Este programa, denominado buscador, fue un factor clave adicional en la popularización del uso de internet. Su buscador tuvo un uso limitado y fue rápidamente reemplazado por uno más sofisticado llamado Mosaic, que se creó en 1993 en la universidad de Illinois y se trasladaron a Silicon Valley en California, donde fundaron una empresa que se llamo Netscape.

Los usuarios particulares podrían descargar su buscador, Navegador, de manera gratuita, pero los comerciales tenían que pagar. El éxito casi instantáneo de Netscape supuso el comienzo de la burbuja de internet, en virtud de la cual cualquier valor que estuviera remotamente relacionado con ella cotizaba a unos precios desorbitados.

Desde mediados de 1991 hasta hoy, la web no ha cesado de desarrollarse y evolucionar con nuevas capacidades que completan y mejoran este sistema digital, hipertextual y en red. Un ejemplo muy ilustrativo ha sido el crecimiento exponencial de la www. En enero del 1993 había en marcha alrededor de 50 servidores web y existían, básicamente, dos tipos de navegadores. El original gráfico, pero solo para plataformas NeXT, y el Browser en modo de línea, que era soportado por cualquier plataforma pero muy limitado y poco atractivo. En febrero del mismo año, un estudiante de 22 años de la universidad de Illinois llamado Marc Andreessen quien más tarde sería fundador de Netscape, crea el navegador Gráfico Mosaic. Poco después, se lanza la primera versión sólida del navegador Mosaic for X, desarrollado por el NCSA (National Center For Supercomputing Applications). Y que funcionaba en X Windows, que era la plataforma más popular entre la comunidad de científica

Mosaic permitía que internet pudiera ser explorada mediante simples clics de ratón (los navegadores anteriores eran en modo texto y se usaban con el teclado), y la incorporación de imágenes al texto no solo introdujo el concepto de multimedia en internet, sino que también permitía algún tipo de diseño gráfico en el recién medio que es entonces la Web.

La Evolución en la World Wide Web se ha producido en una serie de elementos de muy diversos signos. Desde el diseño en las interfaces

gráficas de las propias páginas web e de los navegadores, pasando por las funcionalidades de la Web actual que permite transacciones financieras y de e-comercio, intercambiar recursos multimedia, la potencia de los buscadores y de las bases de datos, los lenguajes hipertextuales que permiten numerosas aplicaciones por medio de la información estructurada, hasta desembocar en la explosión de la web como enciclopedia y biblioteca universal en línea tanto para la lectura como para la edición y recuperación de información y cuyo colmen será la Web Semántica. Pero, sobre todo, debemos destacar la hegemonía de la World Wide Web como medio universal de comunicación ente persona y grupos de interés (Lambert, 2005).

## **2.2. Inicios del Internet en Santo Domingo**

Nadal data que el Internet llega a República Dominicana en el 1995 y el primer nodo local lo inauguró de manera comercial la empresa *All America Cables and Radio* el 5 de mayo del mismo año en la capital dominicana (Nadal, 2010).

Para el lanzamiento comercial del servicio se creó un servidor local que operaba bajo el sistema UNIX y un multipuerto Digiboard para 32 canales dial-up del que en forma inicial solo se usaron 8 líneas (ibíd.).

Para este año, el Internet y la World Wide Web toman auge en países desarrollados. En el mercado dominicano, *All America Cables and Radio*, (luego *Centennial* y más recientemente *Viva*), *Codetel* (actualmente *Claro*) y *Tricom* establecían una fuerte pelea por ser los primeros en el lanzamiento de servicios innovadores que les permitiera atraer nuevos clientes.

La empresa *All America Cables and Radio* en los aspectos técnicos y comerciales fue agenciado a través de Unión Latina que lideraba Daniel Pimienta, para conseguir gente del IVIC de Venezuela

para que vinieran al país a a desarrollar el primer grupo de expertos locales, entre ellos Cedeño y Guinand (Nishio, 2010; Nadal, 2010)

## **2.3. Páginas web de instituciones culturales en**

### **Latinoamérica**

Tomando en consideración el auge de la Web 2.0. a partir de la primera década del s. XXI, la integración de la comunicación institucional en los museos ha tomado gran relevancia en la actualidad. La pujanza de Internet ha hecho que prácticamente todos los museos incorporen el número de accesos online a sus cifras globales de visitas como parte del éxito de su institución (del Río Castro, 2012). El público que se conecta a través de la Red se cuantifica por varios parámetros: número de accesos, usuarios únicos, duración de la visita, páginas más consultadas, etc.

Después de una examinación de diversas páginas webs de museos de arte contemporáneo en Latinoamérica como el MAC (Museo de Arte Contemporáneo de Chile), el Museo Universitario del Chopo (México), el MUAC (Museo Universitario de Arte Contemporáneo, México) y el MACBA (Museo de Arte Contemporáneo de Buenos Aires) se concluye que las página web de un museo de arte moderno-contemporáneo contienen:

- Una preponderancia de imágenes de las obras sobre texto.
- Existencia de galerías multimedia, especialmente de videos y fotos.
- Una preferencia de gráficas vectoriales-ilustradas sobre fotografías o ilustraciones realistas (con sombras, efectos de profundidad, etc.) en las barras de menú.

- Utilización de íconos simples y no complejos que permitan identificar al usuario más fácilmente la información que requiera.
- En términos de navegación móvil la tendencia al scroll infinito para no dividir de forma innecesaria la página en sí.
- Un énfasis en la arquitectura de información jerárquica: información más relevante al frente de la página; información más específica según pida el usuario.

## **2.4. Páginas web de instituciones culturales en Santo**

### **Domingo**

Santo Domingo cuenta con varios centros culturales que pueden ser catalogados como competencias directas del Museo de Arte Moderno.

No obstante, algunas páginas pueden comunicar efectivamente su propósito con su público meta. A continuación se esboza un compendio de páginas web de instituciones culturales de la capital dominicana:

#### **Casa de Teatro**

Cada año en esta galería y teatro se realizan más de 30 exhibiciones de pintura y fotografía, se producen espectáculos de música, ballet, teatro, conferencias y otras tantas expresiones culturales.

La página no se actualiza desde 2017 y en su funcionamiento previo enumeraba eventos que se realizarían en el centro cultural. Además se muestran rasgos incompletos de la realización de la página web (Velez, 2017).

## **Centro Cultural España**

Según la página de esta institución el “CCESD es un importante impulsor de la creación artística local, destacándose por la promoción de las artes y ofreciendo una amplia variedad de propuestas que fomentan el intercambio creativo y la diversidad cultural” (Centro Cultural de España en Santo Domingo, 2016)

Esta página demuestra una actualización consistente y muestra eventos actuales de relevancia para los visitantes del centro.

## **Centro Cultural Mirador**

De acuerdo con la página de este sitio, el “Centro Cultural Mirador Santo Domingo CCMSD, es un espacio de arte enclavado próximo a los farallones del Parque Mirador Sur de la Capital de la República Dominicana, en el corazón del Ensanche La Paz, conjugando un impresionante escenario ecológico y medioambientalista con una hermosa arquitectura de atmósfera y diseño contemporáneo.”

La página del CCMSD es estática y solo demuestra información del centro en sí y no ofrece interacción con el usuario.

## **3. Propuesta de Página Web para el Museo de Arte Moderno de Santo Domingo**

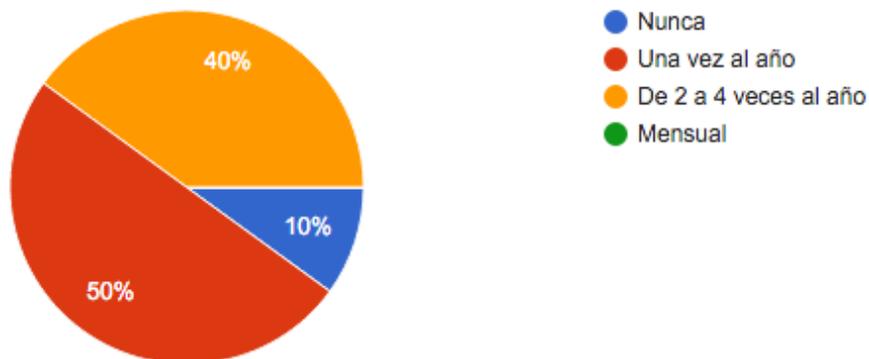
### **3.1. Análisis de usuarios meta**

A través del servicio de encuestas Google Forms, se realizó una breve encuesta a 10 potenciales usuarios de la página escogidos de visitantes del Museo de Arte Moderno utilizando el siguiente formato de encuesta:

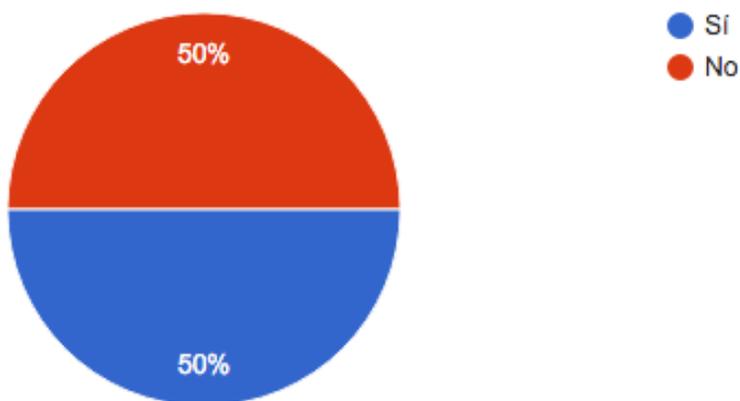
1. ¿Qué tan frecuente visita usted el Museo de Arte Moderno?
2. ¿Sabía que el MAM cuenta con redes sociales?
3. Si el MAM tuviese página web, ¿qué contenido le gustaría ver?
4. ¿Le gustaría ver videos con contenido cultural acerca del Museo?
5. ¿Le gustaría disponer a sus manos los catálogos del Museo para descargar?
6. ¿Donde navegaría más una página web?
7. ¿Usaría más una app o una página web móvil del Museo?
8. ¿Qué paleta de colores le parece más apropiada para una página del MAM?
9. ¿Qué página web dominicana considera tiene un buen diseño?

Las respuestas ofrecidas por los encuestados fueron las siguientes:

1. ¿Qué tan frecuente visita usted el Museo de Arte Moderno? (10 responses)

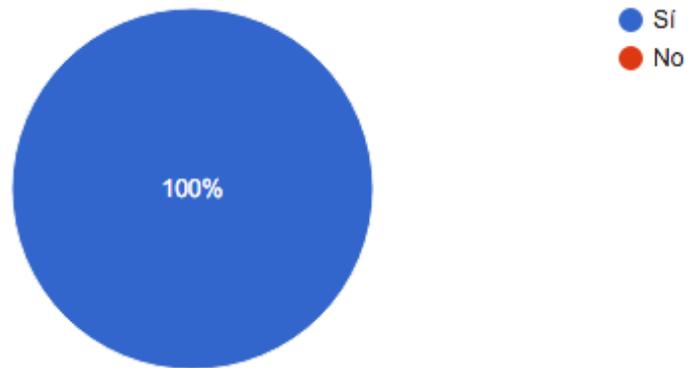


2. ¿Sabía que el MAM cuenta con redes sociales? (10 responses)



#### 4. ¿Le gustaría ver videos con contenido cultural acerca del Museo?

(10 responses)



#### 3. Si el MAM tuviese página web, ¿qué contenido le gustaría ver? (10 responses)

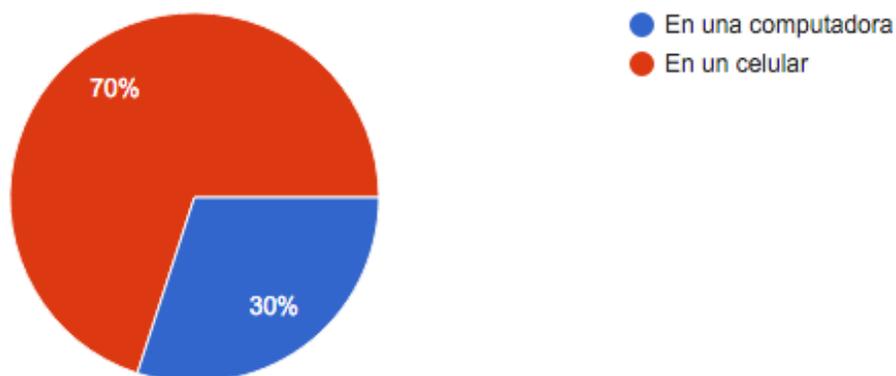


5. ¿Le gustaría disponer a sus manos los catálogos del Museo para descargar?

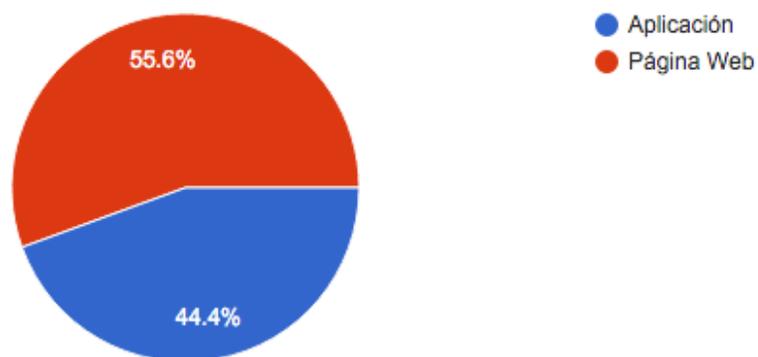
(10 responses)



6. ¿Donde navegaría más una página web? (10 responses)

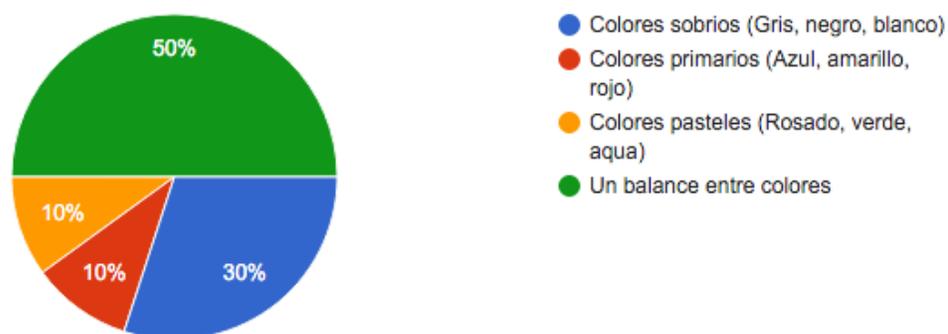


7. ¿Usaría más una app o una página web móvil del Museo? (9 responses)



8. ¿Qué paleta de colores le parece más apropiada para una página del MAM?

(10 responses)



9. ¿Qué página web dominicana considera tiene un buen diseño? (9 respuestas)

Diario Libre
Diario Libre
No sé
No se
No se
Acento
Acento
N/A
N/A

A partir de lo siguiente se puede inferir:

- 50% de los encuestados asisten por lo menos una vez al año al museo, mientras que un 40% asiste de 2 a veces anualmente.
- La mitad de los encuestados tenía conocimientos de las redes sociales del MAM, mientras que la otra mitad no.
- Todos los encuestados estuvieron de acuerdo en el contenido que le gustaría ver de la página.
- Es muy importante resaltar que 70% de los encuestados afirmaron que accederían a una página web por medio de un celular y sería a través de una página web.
- La mitad de los encuestados creen que un balance de colores sobrios, primarios y pasteles sería más apropiada para una página.

- Entre las páginas dominicanas citadas con buen diseño se encuentran los periódicos Diario Libre y Acento.

Por otro lado, Durante el planteamiento de la problemática se entrevistó a Joel Matos, Gestor Cultural del MAM, posición altamente apegada a las funciones comunicativas de la institución. El esquema de entrevista consistió en las siguientes preguntas:

1. ¿Puede describir brevemente algunos de los objetivos comunicativos del MAM en las redes sociales?
2. ¿Ha tenido el MAM una página web en el pasado? ¿Cuáles fueron las consecuencias en caso de que la tuviera?
3. ¿Piensa tener el MAM una página web en el futuro?
4. Si tuviese una página web del MAM, ¿qué le gustaría que comunicara a sus usuarios?
5. ¿Cómo considera el contacto de los usuarios del museo con las redes sociales?
6. En comparación con otros museos de arte moderno-contemporáneo latinoamericanos ¿cómo idealiza el posicionamiento óptimo de su marca institucional como museo?
7. ¿Puede describirnos la línea gráfica del MAM?
8. ¿Sería posible que se realicen recursos audiovisuales de visitas guiadas, aperturas de exposiciones u otras actividades afines para ser integradas en la página?
9. ¿Cree que su catalogo pueda ser digitalizado para ser publicado en esta página hipotética?

10. ¿Cree que el MAM pueda alcanzar unidad y homogeneidad comunicativa a través de su presencia online? ¿Cómo se lo imagina?

A manera de resumen, Matos afirmó que la institución desea una página web accesible en la cual los usuarios puedan mantenerse al tanto de lo que ocurre en la institución, sirva como plataforma para distribución de material educativo tanto textual como audiovisual y pueda generar una mayor apertura comunicativa. Estuvo fascinado ante la idea de subir videos de

El gestor expresó también que teme que en caso de que la página se cree, el contenido sea estático y no se actualice constantemente. Afirma que debe ser un proceso de constante actualización en la cual se incluya el contenido de las actividades actuales del museo.

Al plantearse la problemática sobre el posicionamiento de la marca institucional, Pimentel estuvo de acuerdo y expresó que el museo debería tener una presencia y por consiguiente una imagen online que esté a los estándares de otros museos latinoamericanos como los de Chile o Argentina.

### **3.2. Objetivos**

Atendiendo a las pautas establecidas según las encuestas y entrevistas con autoridades del Museo, se establece que los objetivos esenciales para la elaboración de la página web de esta institución son:

- Diseñar una página web que dé cohesión y coherencia total de la presencia online del Museo de Arte Moderno de Santo Domingo, abarcando las redes sociales, contenido gráfico y demás para establecer estándares institucionales comparables con otros museos de la región.

- Trabajar de manera formal y esquemática la información propia del museo que carece en las redes, como lo son sus catálogos, revistas y demás archivos, para acrecentar la referencia de obras dominicanas expuestas así como de fortalecer la imagen institucional del Museo como fuente confiable de información sobre el quehacer artístico dominicano histórico y actual mediante la disposición en su página de los mismos.
- Realizar una incorporación total de las redes sociales con la página web en sí de modo que el contenido de cada uno de los canales digitales sean diferentes pero homogéneos y pueda permitir al usuario interactuar con su perfil de cualquier red social relevante a la que esté suscrito.
- Dar importancia al usuario de Smartphone mediante la creación de una versión responsive de la página para fácil navegación, consulta y streaming de contenidos, especialmente los multimedia.
- Resaltar el valor del contenido original multimedia mediante la creación de videos sobre visitas guiadas y eventos, galerías de fotografías sobre obras en exposición y en colección.
- Captar la atención y facilitar el uso al usuario de la página web mediante una presentación simple, limpia y jerárquica en la cual el usuario, según sea la intención en la que entre a la página, pueda acceder a la información que necesite de forma intuitiva y rápida.

### **3.3. Diseño de página web del MAM**

De forma esquemática se han establecido los siguientes hallazgos a partir de las investigaciones realizadas con los potenciales usuarios de la página web del Museo y los objetivos propuesto anteriormente.

Atendiendo al criterio de la institución se debe:

- Diseñar una página web que posicione la marca institucional a los estándares de otras páginas web de otros museos latinoamericanos.
- Propiciar una mayor apertura en la comunicación usuario-institución.
- Involucrar la digitalización del catálogo museístico en el diseño de la página web.
- Crear una página con un diseño de vanguardia.

Atendiendo al criterio de los potenciales usuarios de la página se debe:

- Crear una página de fácil acceso móvil.
- Combinar el contenido multimedia de interés del público en general.
- Comprometer más el uso de redes sociales con la página web en sí.
- Disponer de materiales descargables o de fácil acceso para móviles.

Por último, atendiendo al criterio de los diseñadores y desarrolladores de la página se debe:

- Crear una línea gráfica donde predomine una paleta de colores sobrios. En este caso, la identidad gráfica actual del MAM nos sugiere la utilización de colores grisáceos.
- Resaltar la preponderancia de imágenes sobre el texto. Se debe presentar al usuario con grandes imágenes y una presentación ligera.
- Presentar la información simple a través de imágenes y si el usuario así lo desea presentar la información más compleja posteriormente al acceder en las secciones de la página.
- Mantener las barras de navegación en lo fundamental y de fácil acceso para el usuario: El Museo, Exhibiciones, Colección y Contacto.
- Incluir contenido multimedia (videos, especialmente) coherente con el resto de la línea gráfica del museo.

Una vez establecido los criterios de la institución, del público meta y los diseñadores se procede a establecer los lineamientos de la página principal. La portada o página de inicio de una página web ocupa, obviamente, el mayor índice de accesos de la misma (Monfort, 2009). En este caso se establece que el menú debe contener las secciones de:

### **Inicio**

Contiene la información más relevante y debe de ser de fácil alcance para el usuario que visita la página: Presenta las exhibiciones y actividades actuales a través de un *slider full-width* de imágenes y videos alusivos a las mismas, permitiendo esto hacer el uso de las imágenes para no saturar de información y correspondiendo con el objetivo establecido de presentar de forma innovadora el contenido multimedia y jerarquizar la información.

A su vez, contiene una breve reseña de la historia del Museo y una subsección particular titulada *Próximos Eventos* que detalla las actividades y talleres actuales con sus fechas en particular.

### **El Museo**

Expande sobre la información perteneciente a la historia del Museo. Habla sobre la historia de las previas autoridades del Museo. Además ofrece un compendio detallado sobre la obra arquitectónica en la cual está alojada el Museo elaborada por José Miniño. Va acompañada de imágenes pertenecientes al Museo.

Por igual habla sobre la historia de la Bienal de Artes Visuales y la Bienal de Pintura del Caribe y Centroamérica. Por igual esta subsección va complementada con una galería de imágenes de las previas ediciones de las bienales.

En el caso actual de que existe una venidera Bienal para el año 2018, se facilita también un formulario especial realizado para registrar los participantes que desean formar parte para el concurso y por igual las bases y reglas de la misma.

### **Exhibiciones**

Esta sección está conformada por las exhibiciones actuales en el Museo. En el perfil principal de la exhibición, presenta un texto crítico por el curador principal de la exhibición y una galería de imágenes selectas de las obras exhibidas.

En el título de la exhibición contiene tres íconos referentes a pautar visitas a esta exhibición, una función de *like*, para considerar para un posterior desarrollo de una plataforma de usuarios dentro de la página y un botón de compartir para difundir la página de la exhibición por redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter.

Al concluir el texto por parte del curador la página presenta una breve reseña biográfica del artista o de los artistas participantes en la exhibición así como los hipervínculos para las redes sociales de los artistas.

### **Colección**

Se considera esta parte como la más crucial y esencial de la página y va íntimamente ligada al objetivo de trabajar de manera formal y esquemática la información propia del museo que carece en las redes que son los catálogos digitalizados.

Esta sección contiene el acervo histórico del Museo de Arte Moderno con sus fichas técnicas, detalles de los autores de la obra y un sistema de etiquetado de las obras.

Debido a la cuantiosa cantidad de información se ha realizado un sistema de categorización y búsqueda particular de las obras; En primera instancia se presentan aquellas que han sido adquiridas recientemente bajo una subsección llamada *Adquisiciones recientes*.

La visualización de las imágenes y de la base de datos se hace de forma simple a través de una galería de imágenes en grilla infinita que va mostrando en partes de 6 obras las obras seleccionadas con una breve información sobre el título, autor de obra y año realizado.

Por otro lado, el mecanismo de búsqueda funciona de la siguiente forma: Existen tres formas esenciales de filtrar el contenido.

La primera es con una barra de búsqueda en la cual se puede escribir nombres de los artistas y/o las obras pertenecientes a la colección.

La segunda funciona a través de un filtro que obedece las variables de categorización de técnicas y tiempo. La variable de categorización de técnicas despliega un menú para seleccionar en el cual se presentan:

- Pintura
- Dibujo
- Escultura
- Instalación
- Video
- Performance
- Textil

La variable de categorización corresponde al año de la pieza más antigua con la que cuenta el museo que data de 1844, hasta la actualidad, año 2018.

La tercera se limita meramente a categorizar los artistas de forma alfabética a través de su apellido y restringe los resultados a aquellos que le corresponde.

### **Contacto**

Esta sección corresponde a las formas de contacto del museo. Cuenta con un formulario básico de mensajería con los campos de:

- Nombre
- Apellidos
- Email
- Institución proveniente
- Mensaje

Además cuenta con la información acerca de los horarios, entradas y dirección del Museo y su visualización en Google Maps.

## **Footer Bar**

Esta subsección presente en todas las páginas previamente mencionadas posee una versión condensada de la información de contacto y redes sociales del Museo para tenerlo a fácil alcance del usuario.

## **Conclusiones**

Haciendo consideración a toda la investigación realizada, la creación de una página web para el Museo de Arte Moderno de Santo Domingo puede ofrecerle a esta institución enmarcarse dentro del contexto institucional latinoamericano pues sus labores serán internacionalizadas.

Su labor legitime como institución respetada en el quehacer artístico y permita un mayor flujo de visitantes al Museo en sí.

De igual forma, la creación de esta página acarrearía una re-activación de la Institución pues por el momento persisten en actividades que no atraen al público meta.

La creación de esta página beneficiará a largo plazo al Museo y permitirá un mayor crecimiento del mismo. Esto cumple con el objetivo principal del planteamiento de este monográfico: Diseñar una página web que dé cohesión y coherencia total de la presencia online del Museo de Arte Moderno de Santo Domingo, abarcando las redes sociales, contenido gráfico y demás para establecer estándares institucionales comparables con otros museos de la región.

## Recomendaciones

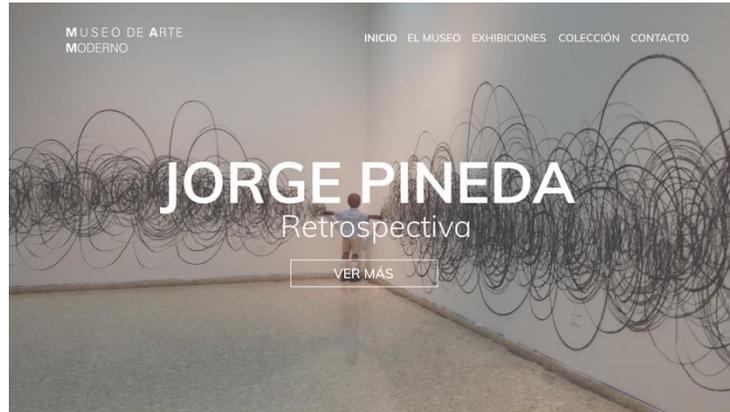
- Realizar la página web de tal forma que puede ser actualizar constantemente y los usuarios puedan interactuar activamente en la misma.
- Coordinarse con la Oficina de Gestión Cultural del Museo de Arte Moderno para para estar al día con las informaciones de eventos, exhibiciones y actividades de interés del público general,
- Diseñar un sistema digitalización de los catálogos previos para acrecentar la obra y catálogos de Museo disponibles en la página.
- Diseñar una estrategia de redes sociales para atraer visitantes para la página.
- Ubicar la página en directorios de arte online como Artsy.

## Bibliografía

- Berners-Lee, T. (2008). *Weaving the Web: The Original Design and Ultimate Destiny of the World Wide Web by Its Inventor*. Washington, D.C.: Paw Prints.
- Centro Cultural de España en Santo Domingo. (4 de Agosto de 2016). *¿Qué es el CCESD?* Recuperado el 6 de Abril de 2018, de Centro Cultural de España en Santo Domingo: <https://ccesd.org/que-es-el-ccesd>
- del Río Castro, J. N. (2012). Museos de Arte en la Red. *Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación)* , 1-12.
- Fernández Hermana, L. (2016). *Historia viva de internet*. Barcelona: Editorial UOC.
- Fundación Museo de Arte Moderno Dominicano. (2006). *30 Aniversario del Museo de Arte Moderno Dominicano*. Santo Domingo: Secretaría de Estado de Cultura.
- Fundación Museo de Arte Moderno Dominicano. (1998). Lineamientos institucionales del Museo de Arte Moderno de Santo Domingo. *Catálogo de la Colección Permanente del Museo de Arte Moderno* , 12-14.
- Lambert, L. (2005). *The Internet: Biographies*. California: ABC-CLIO.
- Marcelino Mercedes, G. V., & Morena Taboada, M. d. (2014). Redes sociales basadas en imágenes como herramienta de comunicación museística. Museos y centros de arte Moderno y Contemporáneo de España en Pinterest e Instagram. *Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación.* , 153-181.
- Monfort, C. C. (2009). *Evaluación TIC en el patrimonio cultural: metodologías y estudio de casos* . Barcelona: Editorial UOC.
- Nadal, Á. (2010). Los orígenes del Internet en República Dominicana. En M. Nishio, *Las TIC en Latinoamérica: Un estudio comparativo* (págs. 45-51). Bogotá: Ojo Rojo Prensa.
- Nishio, M. (2010). Introducción. En N. Mishio, *Las TIC en Latinoamérica: Un estudio comparativo* (págs. 4-12). Bogotá: Ojo Rojo Prensa.
- Rodà, C. (2010). Del 1.0 a 2.0: El Viaje de los Museos a la Comunicación Social. *mus-A: Revista de los Museos de Andalucía* , 22-33.

- Vacas Guerrero, T. (2012). *Museos y comunicación. Un tiempo de cambio*. Barcelona: Librería-Editorial Dykinson.
- Velez, E. (2 de Julio de 2017). *Nosotros*. Recuperado el 7 de Abril de 2018, de Casa de Teatro: <http://casadeteatro.org/>

## Anexos



### Vista general de página de Inicio

MUSEO DE ARTE  
MODERNO

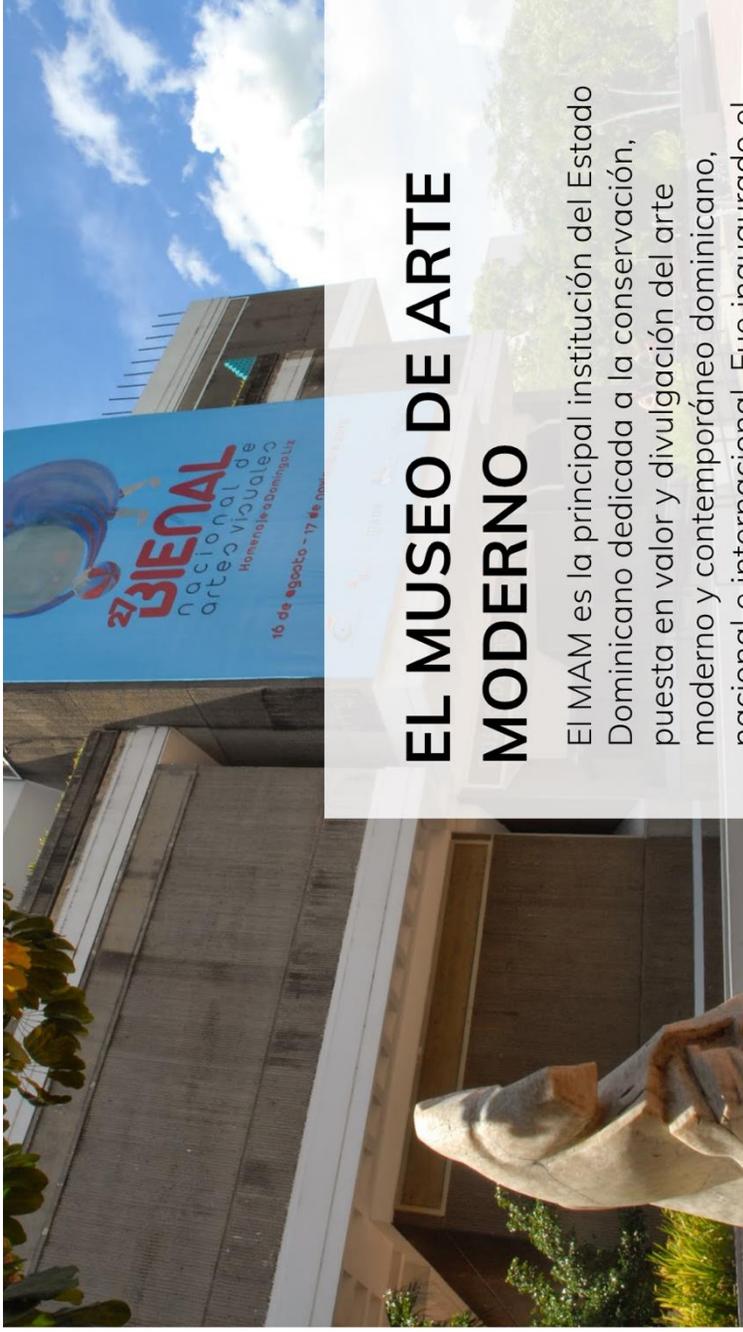
INICIO EL MUSEO EXHIBICIONES COLECCIÓN CONTACTO

# JORGE PINEDA

Retrospectiva

VER MÁS

Detalle de la página de inicio mostrando menú de navegación

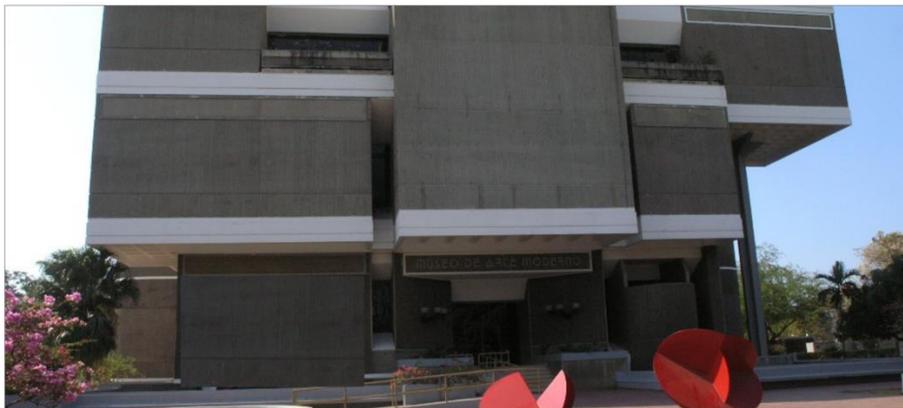


## EL MUSEO DE ARTE MODERNO

El MAM es la principal institución del Estado Dominicano dedicada a la conservación, puesta en valor y divulgación del arte moderno y contemporáneo dominicano, nacional e internacional. Fue inaugurado el 15 de diciembre de 1976 como Galería de Arte Moderno.

MÁS ACERCA DEL MUSEO

**Detalle de la página de inicio mostrando breve reseña de la historia del Museo**



## HISTORIA DEL MUSEO

En 1976 fue inaugurada la Galería de Arte Moderno asumiendo las funciones de la Galería Nacional de Bellas Artes. El 12 de noviembre de 1992 la Galería de Arte Moderno se convirtió formalmente en Museo de Arte Moderno.

El Museo de Arte Moderno (MAM) cuenta con una colección permanente de arte dominicano, moderno y contemporáneo, que abarca más de un siglo de escultura, pintura, dibujo, grabado y fotografía.

La colección del MAM comprende también obras extranjeras, principalmente latinoamericana de los artistas que han participado en las Bienales de Pintura del Caribe y Centroamérica celebrada por primera vez en 1992.



La Bienal Nacional de Artes Visuales, que comprende nueve categorías, se presenta en el MAM desde su apertura.

### HORARIO

MARTES – VIERNES / 8 AM – 5 PM  
SÁBADO – DOMINGO / 8 AM – 6 PM

### ENTRADAS

ESTUDIANTES \$15 PESOS  
ADULTOS \$30 PESOS

### DIRECCIÓN

809-685-2154  
Ave. Pedro Henríquez Ureña  
Plaza de la Cultura



Vista general de página de El Museo

# HISTORIA DEL MUSEO

En 1976 fue inaugurada la Galería de Arte Moderno asumiendo las funciones de la Galería Nacional de Bellas Artes. El 12 de noviembre de 1992 la Galería de Arte Moderno se convirtió formalmente en Museo de Arte Moderno.

El Museo de Arte Moderno (MAM) cuenta con una colección permanente de arte dominicano, moderno y contemporáneo, que abarca más de un siglo de escultura, pintura, dibujo, grabado y fotografía.

La colección del MAM comprende también obras extranjeras, principalmente latinoamericana de los artistas que han participado en las Bienales de Pintura del Caribe y Centroamérica celebrada por primera vez en 1992.





## JORGE PINEDA: RETROSPECTIVA



Jorge Pineda levanta el modelo del edificio, sosteniéndose precariamente, y cubre su interior de dorado, esperando su próxima víctima deslumbrada por el oro. El arte que nació como crítica social es ahora el receptáculo del dinero de inversión del sistema capitalista que criticaba.

Las reflexiones sobre la destrucción del medioambiente, las diferencias sociales y económicas, la indiferencia, la violencia física y verbal a la que nos enfrentamos día a día, son parte del discurso que ha mantenido Jorge Pineda en sus obras y en su vida personal.

En el piso encontramos Ciguapa, dos pares de zapatos de cerámica de tamaño adulto, femenino y masculino, que contienen en su interior otro par de zapatos infantiles, colocados en sentido contrario.



La segunda sala de exposiciones contiene cuatro instalaciones de diferentes dimensiones y materiales. Un enorme mural de un rostro femenino, realizado directamente sobre el muro, con diferentes tonalidades rosadas de lápiz labial, representa a la artista visual cubana Ana Mendieta (1948-1985), cuya muerte es un misterio no aclarado.

El recorrido de la sala termina con una instalación La posibilidad de una isla (2016), de un esperanzador conjunto de plantas reales y plásticas montadas sobre un círculo de césped artificial (nos recuerda a la instalación Jardín de Winnie the Pooh, 2001). Un final agrícolico para una exposición extraordinaria.



### JORGE PINEDA



Nacido en Barahona, República Dominicana, el 24 de septiembre de 1963.

Después de estudiar Arquitectura en la Universidad Autónoma de Santo Domingo, compaginó la creación artística con el teatro y la publicidad. Pero es con el arte con el que no cesa de ocupar la atención y los elogios de la crítica.

Es un narrador de historias y siempre le han interesado, asegura, los niños. El mundo de la infancia, como símbolo de la humanidad y la inocencia, son el hilo conductor de buena parte de la obra del dominicano.



#### HORARIO

MARTES - VIERNES / 8 AM - 5 PM  
SÁBADO - DOMINGO / 8 AM - 6 PM

#### DIRECCIÓN

809-685-2154  
Ave. Pedro Henríquez Ureña  
Plaza de la Cultura

#### ENTRADAS

ESTUDIANTES \$15 PESOS  
ADULTOS \$30 PESOS



Vista general de perfil en página de Exhibiciones

# JORGE PINEDA: RETROSPECTIVA



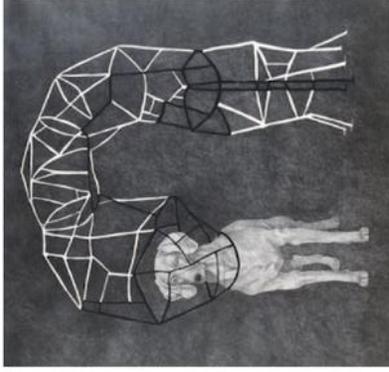
Jorge Pineda levanta el modelo del edificio, sosteniéndose precariamente, y cubre su interior de dorado, esperando su próxima víctima deslumbrada por el oro. El arte que nació como crítica social es ahora el receptáculo del dinero de inversión del sistema capitalista que criticaba.

Las reflexiones sobre la destrucción del medioambiente, las diferencias sociales y económicas, la indiferencia, la violencia física y verbal a la que nos enfrentamos día a día, son parte del discurso que ha mantenido Jorge Pineda en sus obras y en su vida personal.

En el piso encontramos Ciguapa, dos pares de zapatos de cerámica de tamaño adulto, femenino y masculino, que contienen en su interior otro par de zapatos infantiles, colocados en sentido contrario.



**Detalle de perfil de exhibición con íconos de compartir en redes sociales y agendar visita**



La segunda sala de exposiciones contiene cuatro instalaciones de diferentes dimensiones y materiales. Un enorme mural de un rostro femenino, realizado directamente sobre el muro, con diferentes tonalidades rosadas de lápiz labial, representa a la artista visual cubana Ana Mendieta (1948-1985), cuya muerte es un misterio no aclarado.

### **Detalle de perfil de exhibición galería de imágenes y crítica artística**

# JORGE PINEDA



Nacido en Barahona, República Dominicana, el 24 de septiembre de 1961.

Después de estudiar Arquitectura en la Universidad Autónoma de Santo Domingo, compaginó la creación artística con el teatro y la publicidad. Pero es con el arte con el que no cesa de acaparar la atención y los elogios de la crítica.

Es un narrador de historias y siempre le han interesado, asegura, los niños. El mundo de la infancia, como emblema de la humanidad y la inocencia, son el hilo conductor de buena parte de la obra del dominicano.



**Detalle de perfil de artista en exhibición con redes sociales del artista**

## AGENDA TU VISITA

Nombre

Apellidos

Email

Institución proveniente (Si aplica)

Descripción

### HORARIO

MARTES – VIERNES / 8 AM – 5 PM  
SÁBADO – DOMINGO / 8 AM – 6 PM

### ENTRADAS

ESTUDIANTES \$15 PESOS  
ADULTOS \$30 PESOS

### DIRECCIÓN

809-685-2154  
Ave. Pedro Henríquez Ureña  
Plaza de la Cultura

ENVIAR

**Detalle de ventana pop-up para agendar visita desde sección de Exhibiciones**

## COLECCIÓN

🔍 BUSCAR ARTISTAS Y OBRAS

### FILTROS

CUALQUIER CLASIFICACIÓN

DESDE

1844

HASTA

2018

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

### ADQUISICIONES RECIENTES



ANTONIO PRATS-VENTÓS  
MADERA POLICROMADA  
1973



SOUCY DE PELLERANO  
JARDÍN TURBULENTO  
2001



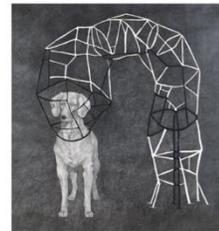
INÉS TOLENTINO  
ANTE-CÁMARA 1  
2009



JORGE PINEDA  
CIGUAPA  
2010



ANTONIO PRATS-VENTÓS  
MADERA POLICROMADA  
1973



SOUCY DE PELLERANO  
JARDÍN TURBULENTO  
2001

VER MÁS

#### HORARIO

MARTES – VIERNES / 8 AM – 5 PM  
SÁBADO – DOMINGO / 8 AM – 6 PM

#### ENTRADAS

ESTUDIANTES \$15 PESOS  
ADULTOS \$30 PESOS

#### DIRECCIÓN

809-685-2154  
Ave. Pedro Henríquez Ureña  
Plaza de la Cultura



Vista general de perfil en página de Colección

# COLECCIÓN

🔍 BUSCAR ARTISTAS Y OBRAS

## FILTROS

CUALQUIER CLASIFICACIÓN ▾

DESDE

1844 ▾

HASTA

2018 ▾

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

**Detalle de variables de búsqueda en la sección de Colección**

Q BUSCAR ARTISTAS Y OBRAS

**FILTROS**

DESDE 1844 ▼ HASTA 2018 ▼

M N O P Q R S T U V W X Y Z

**ADQ**

CUALQUIER CLASIFICACIÓN ▼

- PINTURA
- DIBUJO
- ESCULTURA
- INSTALACIÓN
- VIDEO
- TEXTIL



**Detalle de categorías de búsqueda en la sección de Colección**

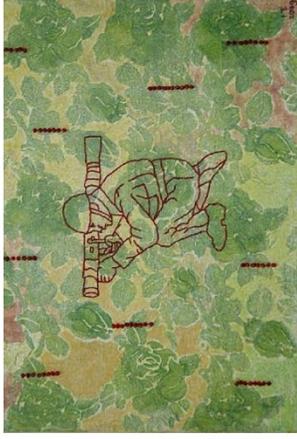
## ADQUISICIONES RECIENTES



ANTONIO PRATS-VENTÓS  
MADERA POLICROMADA  
1973



SOUCY DE PELLERANO  
JARDÍN TURBULENTO  
2001



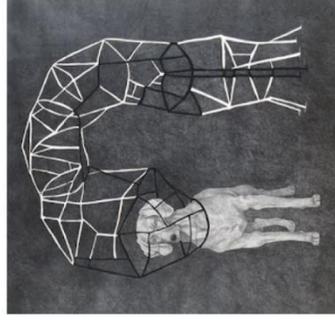
INÉS TOLENTINO  
ANTE-CÁMARA 1  
2009



JORGE PINEDA  
CIGUAPA  
2010



ANTONIO PRATS-VENTÓS  
MADERA POLICROMADA  
1973



SOUCY DE PELLERANO  
JARDÍN TURBULENTO  
2001

VER MÁS

**Detalle de adquisiciones recientes en la sección de Colección**

# MADERA POLICROMADA

ANTONIO PRATS-VENTÓS

ESCULTURA

DÉCADA 70s

ABSTRACTO



Obra de Antonio Prats-Ventós  
Fundación Prats-Ventós  
1973



**TÉCNICA**  
ESCULTURA

**DIMENSIONES**  
29 x 19" (73.7 x 48.3 cm)

**AÑO**  
1973

**CRÉDITOS**  
FUNDACIÓN PRATS-VENTÓS ©

ANTONIO PRATS-VENTÓS  
MADERA POLICROMADA

SOUCY DE PELLERANO  
JARDÍN TURBULENTO

INÉS TOLENTINO  
ANTE-CÁMARA 1

**Detalle de perfil de obra en la sección de Colección**

## CONTACTO

Nombre

Apellidos

Email

Institución proveniente (Si aplica)

Descripción

### HORARIO

MARTES – VIERNES / 8 AM – 5 PM  
SÁBADO – DOMINGO / 8 AM – 6 PM

### ENTRADAS

ESTUDIANTES \$15 PESOS  
ADULTOS \$30 PESOS

### DIRECCIÓN

809-685-2154  
Ave. Pedro Henríquez Ureña  
Plaza de la Cultura

ENVIAR



### HORARIO

MARTES – VIERNES / 8 AM – 5 PM  
SÁBADO – DOMINGO / 8 AM – 6 PM

### ENTRADAS

ESTUDIANTES \$15 PESOS  
ADULTOS \$30 PESOS

### DIRECCIÓN

809-685-2154  
Ave. Pedro Henríquez Ureña  
Plaza de la Cultura



Vista general de página de Contacto

## **HORARIO**

MARTES – VIERNES / 8 AM – 5 PM  
SÁBADO – DOMINGO / 8 AM – 6 PM

## **ENTRADAS**

ESTUDIANTES \$15 PESOS  
ADULTOS \$30 PESOS

## **DIRECCIÓN**

809-685-2154  
Ave. Pedro Henríquez Ureña  
Plaza de la Cultura



**Sección de footer bar presente en todas las páginas**