



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE  
ARTES PLASTICAS

" LA COMUNIDAD 2 DE OCTUBRE  
COMO POSIBILIDAD DE DISEÑO  
ALTERNATIVO "

TESIS QUE PARA OBTENER  
EL TITULO DE LICENCIADO  
EN DISEÑO GRAFICO  
PRESENTA.

ELIA DEL CARMEN MORALES GONZALEZ

MEXICO, 1984

M. 1418



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Lilia

José Luis

Comunidad 2 de Octubre

Alberto

Luz del Carmen

Dulce

Rosaura

Annabel

Paty

Blanca

Roberto

mis padres: Elia y Fernando

"U"

mi padrino

Naty

Anselmo

Evaristo

M

Fernando

Rosa María

Marco

... GRACIAS.

Evita

Ma. Elena

Emilio

abuelita

## IMAGENES.

Conocí a un profeta  
Que iba más allá de los matices y de los objetos del mundo,  
Del campo del arte y de la ciencia, del placer, de los sentidos,  
Para espigar imágenes.

Pon en tus cantos, dijo,  
Ya no la hora o el día enigmáticos, ni segmentos, ni partes;  
pon,  
Pon en primer término, como luz para todos y como canto  
inaugural de todos,  
Las imágenes.

Siempre el comienzo impreciso,  
Siempre el crecimiento, la curvatura del círculo,  
Siempre la cúspide y la unión al fin (para empezar otra vez),  
¡Imágenes!, ¡imágenes!

Siempre lo mudable,  
Siempre la materia que cambia, que se desmorona, que vuelve  
a unirse,  
Siempre los talleres, las fábricas divinas,  
Produciendo imágenes.

He aquí que tú o yo,  
O la mujer, hombre o estado conocidos y desconocidos,  
Parece que construimos sólidas riquezas, fuerza, belleza,  
pero, realmente,  
Construimos imágenes.

El portento que se desvanece,  
La substancia del amor de un artista o de los prolongados  
estudios del sabio,  
O de los trabajos del guerrero  
Para modelar

De todas las vidas humanas  
(Acumulados los elementos, registrados, sin omitir ni un pensamiento, ni una emoción, ni un acto),  
El todo, grande o pequeño, resumido, aumentado,  
En su imagen.

El viejo, viejo impulso,  
Basado en los antiguos pináculos, he aquí nuevos y más altos  
pináculos,  
Impelidos aún por la ciencia y lo moderno,  
El viejo, viejo impulso, imágenes.

Lo presente inmediato,  
El intrincado, fecundo y activo remolino de América,  
El conjunto y la separación que ponen en libertad  
Las imágenes de hoy.

Esto con lo pasado  
De los países desaparecidos, de todos los reinados de los monarcas de allende el mar,  
De los viejos conquistadores, de las viejas batallas, de los viejos viajes de los marinos,  
Juntando imágenes.

Densidades, crecimiento, apariencias,  
Capas de montañas, terrenos, rocas, árboles gigantescos,  
De remoto nacimiento, de remota muerte, longevos, para dejar  
Imágenes eternas.

Exaltado, arrebatado, extático,  
Lo visible, mas no el útero del nacimiento,  
De tendencias cósmicas para formar y formar y formar  
La enorme imagen de la tierra.

Todo el espacio, todo el tiempo  
(Las estrellas, las terribles perturbaciones de los soles  
Que se hinchan, se desploman, se acaban, cumpliendo su  
misión, lenta o breve),  
Llenos de imágenes únicamente.

Las miríadas silenciosas,  
Los océanos infinitos en que se vierten los ríos,  
Las identidades libres, innumerables, separadas, como la  
vista,  
Las verdaderas realidades, imágenes.

No éste el mundo,  
Ni éstos los universos, ellas los universos,  
El propósito y el fin, siempre la vida permanente de la vida,  
Imágenes, imágenes.

Más allá de tus lecciones, sabio profesor,  
Más allá de tu telescopio o espectroscopio, penetrante obser-  
vador, más allá de toda matemática,  
Más allá de la cirugía y de la anatomía del médico, más allá  
del químico y su química,  
Las entidades de entidades, las imágenes.

Imprecisas, aunque fijas,  
Estarán por siempre, por siempre han estado y están,  
Arrastrando lo presente hacia lo futuro infinito,  
Imágenes, imágenes, imágenes.

El profeta y el bardo  
Se mantendrán en más altas etapas aún,  
Serán los mediadores y los intérpretes ante lo Moderno, ante  
la Democracia,  
De Dios y las imágenes.

Y a ti, alma mía,  
Alegrias, ejercicios incesantes, exaltaciones,  
Tu anhelo, satisfecho al fin, pronta a unirme  
Con tus compañeras, las imágenes.

Tu cuerpo permanente,  
El cuerpo que acecha dentro de tu cuerpo,  
El único fin de la forma que eres, mí yo real,  
Una imagen.

Tus mismos poemas no están en tus poemas,  
No hay aires especiales que cantar, ninguno por sí mismo,  
Pero del conjunto surge, se eleva y se cierne al fin  
Una esférica imagen armoniosa.

Walt Whitman.

## INDICE.

	PAG.
INTRODUCCION.	IV
1 EL DISEÑO GRAFICO.	
1.1. Diseño gráfico. Definición.	1
1.2. Características generales de la disciplina.	6
1.2.1. Características teóricas.	6
1.2.2. Características prácticas.	15
1.3. Métodos de diseño.	17
2 EL DISEÑO ALTERNATIVO.	35
2.1. Elementos.	37
2.2. Importancia de la comunicación, teoría y práctica alternativas.	45
3 DEFINICION DEL PROBLEMA.	54
3.1. Descripción de la realidad.	55
3.1.1. Geográfica.	55
3.1.2. Socio-económica y política.	63
3.2. Antecedentes.	91
3.3. Estudios. Estadísticas.	99
3.4. Relación de necesidades. Trascendencia del problema.	115
4 EL USUARIO.	
4.1. Generalidades.	118
4.2. Medios de comunicación.	121
4.2.1. No gráficos.	121
4.2.2. Gráficos.	122



5	ESPECIFICACION DEL PROYECTO.	
	5.1. Requisitos gráficos.	141
	5.2. Tema: La Higiene.	143
	5.3. Limitaciones.	148
	5.4. Importancia y antecedentes.	149
	5.5. Taller de diseño participativo.	152
	5.6. Materiales de apoyo y otras alternativas.	179
6	EL CARTEL.	184
	6.1. Generalidades y características.	185
	6.2. Elementos de composición.	197
	6.3. El cartel como forma de diseño alternativo.	219
7	ELABORACION DEL PROYECTO.	
	7.1. Diseño de carteles.	222
	7.1.1. Diagramación y formato.	222
	7.1.2. Elementos gráficos utilizados.	232
	7.1.3. Tipografía.	242
	7.1.4. Impresión.	249
	7.1.5. Resultados críticos.	250
	7.2. Diseño de manta como apoyo a los carteles.	255
	7.2.1. Diagramación y formato.	256
	7.2.2. Elementos gráficos utilizados.	263
	7.2.3. Tipografía.	265
	7.2.4. Realización.	265
	7.2.4.1. Color.	265

	III
7.2.4.2. Técnica.	266
7.2.5. Resultados críticos.	269
CONCLUSIONES.	274
GLOSARIO.	276
BIBLIOGRAFIA DEL GLOSARIO.	278
NOTAS.	279
BIBLIOGRAFIA.	282

## INTRODUCCION.

El diseño es una actividad creativa inherente al hombre que cumple un propósito determinado, la cual se expresa, específicamente en el diseño gráfico como la satisfacción de necesidades de comunicación visual, mismas que surgen de la actividad del hombre en relación a su contexto, por lo que, el diseño gráfico, para la satisfacción de esas necesidades, ha de surgir y adecuarse al entorno para el que fue creado.

La función del diseñador gráfico es crear un lenguaje visual cuya alfabetidad satisfaga requerimientos precisos de comunicación surgidos del medio en que está inmerso el receptor con el que se quiere comunicar.

Se puede considerar, según Daniel Prieto y otros autores, dos tipos de diseño gráfico. El primero, el dominante, surge por parte de quienes lo inducen con autoridad, es manejado y toma en cuenta al receptor como punto terminal del proceso. La finalidad de este tipo de diseño es influir en la conducta del receptor, éste no cuestiona los mensajes y modifica su conducta a favor de lo que el diseño persigue. El segundo, el diseño alternativo, pretende que el receptor participe creativamente en el proceso de satisfacción de sus necesidades de comunicación, que surgen de su vida cotidiana; para llegar a la realización de este tipo de diseño, es necesario, por un lado, retomar las vivencias que constituyen la realidad del receptor,

y por otro, considerar la interdisciplinariedad del diseño para conocer tanto el contexto como las necesidades.

En el presente trabajo se propone el estudio de un grupo específico, que constituye una parte de los marginados ubicados dentro de la sociedad capitalina, pero con características propias que lo distinguen y determinan. Dicho grupo es la Comunidad 2 de Octubre, ésta tiene una serie de necesidades en cuya solución se incluye la pertinencia de la aplicación del diseño gráfico.

Una necesidad primaria es la higiene. La finalidad del presente trabajo es la aplicación de un diseño alternativo en ese tema específico, para cuya realización será necesaria la participación activa y creativa del receptor -la gente de la comunidad- en el proceso de diseño; que aquel no sea el punto terminal de la comunicación, sino parte integrante de la misma, que su vida cotidiana se refleje en el diseño, y finalmente que constituya un medio de comunicación propio.

LA COMUNIDAD 2 DE OCTUBRE COMO POSIBILIDAD DE DISEÑO  
ALTERNATIVO.

CAPITULO 1 EL DISEÑO GRAFICO.

1.1. Diseño gráfico. Definición.

Para entender lo que es diseño gráfico, es necesaria la definición de "diseño" y conveniente enunciar a diversos autores.

El planteamiento de Scott sobre diseño es el siguiente; "Diseño es toda acción creadora que cumple su finalidad"<sup>1</sup>.

Según el autor, creación es la producción humana de algo a partir de alguna realidad preexistente, es decir, discutir nuevas alternativas capaces de superar esa realidad; por consiguiente, la creación satisface necesidades humanas. Para crear es necesario transformar.

La finalidad es una meta o propósito determinado, es decir, la especificación de una función.

Félix Beltrán, define el diseño como una actividad inherente a la condición selectiva y racional del ser humano, y a su capacidad de transformar el mundo en sus innumerables fases y detalles. Diseñar es un acto que implica la composición de partes en función de algo y que esas partes pueden ser creadas, según la función o seleccionadas, según la posibilidad material existente para esa función.

Hay una coincidencia entre Beltrán y Papanek, quien especifica que el diseño, por un lado cumple exigencias prácticas, es decir, tiene que ser operacional; y por otro, que para su realización debe estar relacionado con su ambiente.

Otra definición similar a las anteriores es la de la Arq. Ma. Teresa Ocejo, quien plantea: "El acto de diseñar es una actividad en la cual el hombre transforma la naturaleza y los materiales en objetos diseñados con una intencionalidad que adecúa creativa y coherentemente su producción; asimismo requiere estructurarse orgánicamente dentro de las relaciones; que la realidad nacional facilita entre el usuario y el medio ambiente natural y artificial partiendo de un caso determinado y considerando las relaciones que se dan conjuntamente a su producción".<sup>2</sup>

Con base en esta última definición, se puede plantear que, las partes integrales que conforman el acto de diseñar son: la ciencia, la tecnología y el arte. Este último integrante conlleva a tomar la estética como uno de los elementos del diseño, que en parte, determina el reflejo de una época concreta. El Dr. Enrique Dussel profundiza en lo anterior de la siguiente manera: "La ciencia del diseñador se encuentra definida en función productiva tecnológica (...). Pero la tecnología del diseñador se encuentra por su parte definida en función estética, lo que hace que esa acción estética sea también tecno-

lógico-científica. La ciencia, la tecnología y el arte integrados unitaria, orgánica y sinérgicamente en el acto productor del diseño permiten denominar a éste con un neologismo (...): el diseñar o acto poiético".<sup>3</sup>

A partir de este panorama, de conceptos y su interrelación, en la definición de la disciplina diseño, se puede especificar lo que es diseño gráfico. Como síntesis de los conceptos que se manejan en las definiciones de diseño: creación y finalidad o función, Félix Beltrán, considera que la primera intención que debe cumplir el diseño gráfico, es la comunicativa.

Para que exista una funcionalidad en la comunicación, deben intervenir un transmisor (diseñador) y un receptor (usuario o perceptor). El diseñador, continúa Félix Beltrán, es un organizador de estructuras; estructura imágenes para la comunicación, dentro de un contexto bidimensional, (esta especificación es del autor). Esto es, un "cómo" partir de un "qué" determinado por una función.

F. Cámara sostiene en su libro Símbolos y signos gráficos que, como comunicación gráfica -que comprende al diseño gráfico- se entiende un aspecto de la comunicación visual, y su problema fundamental es la transmisión rápida, sencilla y eficaz de mensajes no verbales. Asimismo define la función como "el deseo de la fuente -o transmisor- de influir en un receptor"<sup>4</sup>. Esto se puede dar en dos formas:

1. El proceso de información: mediante el cual el transmisor intenta formar -o aumentar- el estado de conocimientos de un receptor.
2. El proceso de persuasión: cuando el transmisor intenta formar o cambiar la actitud del receptor, es decir, estimularlo a una acción.

Tanto F. Cámara como Félix Beltrán coinciden en considerar la comunicación visual como un intento de informar o de persuadir, por parte del emisor, dirigido principalmente al ojo del receptor.

Dondis plantea, respecto al diseño gráfico, que la realización de imágenes ha desempeñado un papel muy importante en la vida del hombre, mismas que se encuentran en los orígenes de la civilización. A partir de su realización el hombre desarrolló el lenguaje escrito, como la representación del lenguaje verbal, la cual se desarrolló en diferentes lugares y formas.

"La industrialización y la producción en serie empezaron para el Diseño gráfico a mediados del siglo XV con la invención del tipo móvil, progreso que viene marcado por la impresión de la Biblia de Gutenberg".<sup>5</sup>

Partiendo de los planteamientos anteriores, tanto de diseño como de diseño gráfico, se llega a la conclusión de que este último es un acto creativo, cuya función primordial es la comunicación a través de mensajes predominantemente visuales,



en los cuales intervienen un emisor y un receptor. Esta comunicación visual se realiza por medio de un proceso que contempla la conjunción de sus partes, que son la ciencia, la tecnología y el arte.

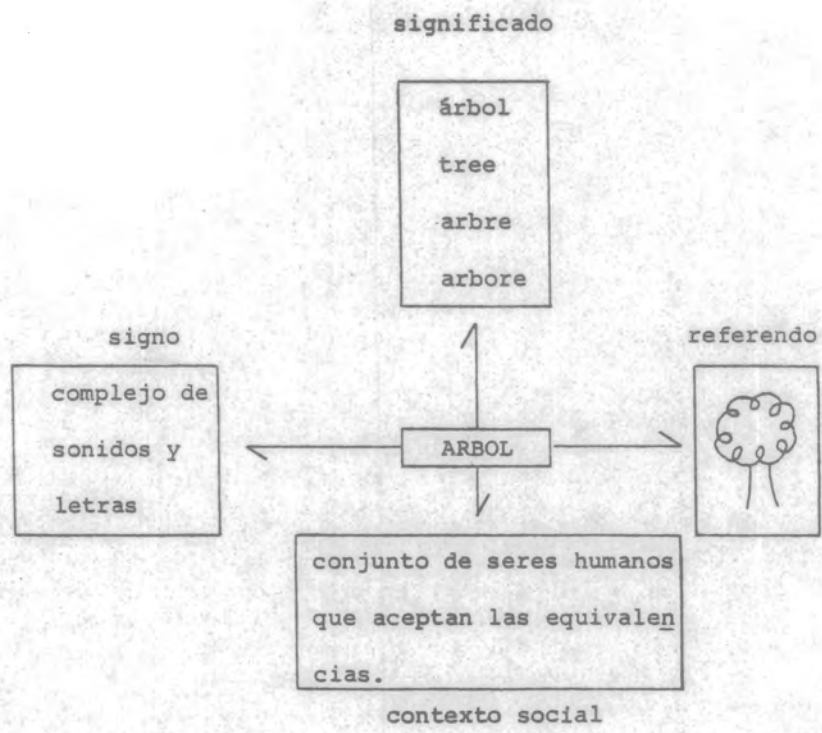
## 1.2. Características generales de la disciplina.

El diseño gráfico se caracteriza principalmente por la intervención de dos áreas, constituidas por aspectos teóricos y prácticos. Los primeros se entienden como el proceso de conceptualización de la comunicación visual, determinado por varios elementos. Los segundos los conforman los factores que intervienen en la realización del diseño y que constituyen el soporte visual.

### 1.2.1. Características teóricas.

La comunicación visual, Rodríguez D. la plantea como: "El proceso por el cual se generan estímulos físicos para que lleguen a un destino y provoquen determinadas situaciones psíquicas, no es más que la operación informacional que llamamos comunicación".<sup>6</sup> Al acto de comunicar por medio de signos Rodríguez D. la denomina semiosis.

Para que se de el proceso de comunicación es necesario considerar la confluencia de: un referendo, que es la realidad exterior o interior; un significado, como abstracción de la realidad; un signo, que es la expresión del objeto material; y un contexto social, en el que se adoptan las relaciones implícitas del código, entre personas que se comunican.



(D. Rodríguez, Las funciones de la imagen en la enseñanza, pag. 29).

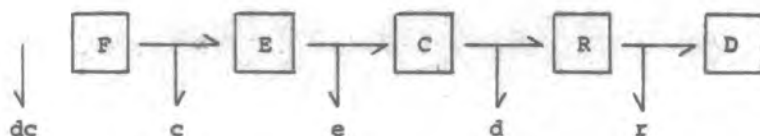
Para que se pueda dar la comunicación, se presupone la intervención de dos sujetos que acepten la relación a través de un proceso informativo, que Rodríguez D. plantea como sigue:

- (F) Fuente de información, posee los datos a transmitir.
- (E) Emisor, transforma la información en una modulación física.
- (C) Canal, órgano material que pone en contacto el emisor con el receptor.
- (R) Receptor.

## (D) Destino de la información.

Dentro de este proceso se efectúan las siguientes operaciones que definen el mensaje:

- (dc) delimitación de contenidos.
- (c) codificación.
- (e) emisión.
- (d) decodificación.
- (r) recepción.



El código está definido como una "transformación convenida, habitualmente término a término y reversible, por medio de la cual un conjunto dado de unidades de información se convierte en una secuencia de fonemas y viceversa".<sup>7</sup>

La correcta decodificación, se da a partir del conocimiento del código utilizado, que a su vez, garantiza una transmisión con la máxima eficacia dada por la conjunción de una imagen unívoca y un texto verbal monosémico; esto es, la utilización de dos lenguajes cerrados que dan como resultado el acto didáctico. Por lo tanto, el núcleo básico del acto sémico didáctico, lo constituye la dialéctica que existe entre el lenguaje verbal y el lenguaje icónico.

Rodríguez D. plantea que el contraste entre una imagen, cuya carga connotativa suele ser alta, y un lenguaje verbal, con orientación predominantemente denotativa, constituye la forma más usual, socialmente hablando, de transmisión verboicónica.

Para entender el sistema connotado se apoya en Roland Barthes, quien lo define como aquel en el cual el plano de expresión está constituido él mismo por un sistema de significación.

Al hablar de comunicación por medio de signos (semiosis) es conveniente plantear la clasificación de Schaff:



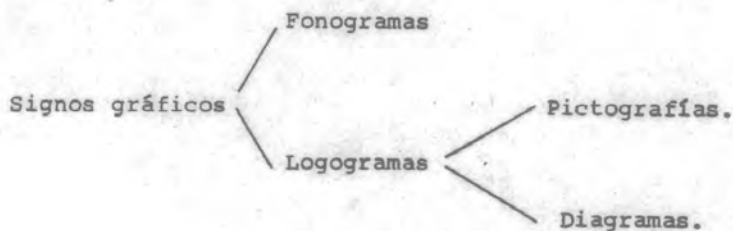
( Rodríguez D., Las funciones de la imagen en la enseñanza, pag. 33).

Inicialmente los divide en naturales y artificiales; los primeros se dan independientes de toda actividad deliberada; mientras que los segundos son intencionalmente comunicati-

vos. Los artificiales los subdivide en verbales, como la escritura, Morse, Braille, etc.; y signos propiamente dichos. Estos últimos están conformados por las señales y los signos sustitutos; las señales están caracterizadas por su significado arbitrario, cuya finalidad es originar, modificar o detener cierta acción; y los signos sustitutos se caracterizan porque siendo signos de algo, sustituyen o representan ese algo. Finalmente estos signos sustitutos están clasificados en sensu stricto y símbolos, en los primeros la relación entre el signo y el significado aparece en virtud de una analogía o semejanza, los segundos, los símbolos, son la representación de una noción abstracta, basada en una convención que ha de ser conocida para entender su significado.

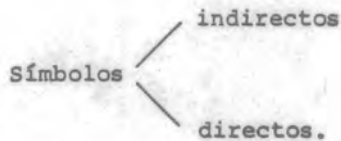
Para Rodríguez D., sólo se puede desarrollar el acto sémico y por tanto el acto didáctico a base de signos del tipo de los categorizados por Schaff.

Sin embargo, para F. Cámara existe una clasificación para signos gráficos y otra para símbolos.



(F. Cámara, Símbolos y signos gráficos, pag. 12).

Los signos gráficos primeramente los divide en fonogramas, son los que están relacionados con la modulación del sonido de la palabra, (alfabéticos, gráficos); y logogramas, son independientes del sonido (dibujos o fotografías). Estos últimos son, por un lado las pictografías (ideogramas que se refieren al objeto real por semejanza), y por otro, los diagramas (la relación entre el objeto real y el signo es arbitraria, no son ideogramas).



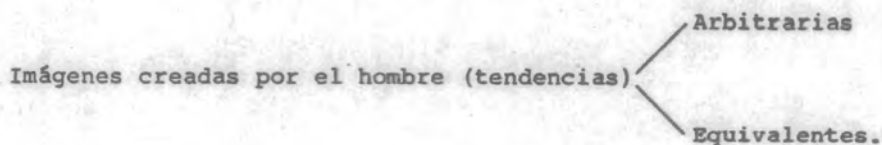
Los símbolos los presenta como indirectos y directos, los primeros se caracterizan porque sustituyen a un objeto que, a su vez ocupa indirectamente el lugar de otro sujeto; y los segundos por el empleo del ideograma de un objeto para referirse a una propiedad del objeto y no al objeto mismo.

Cabe hacer mención, que además de los anteriores, F. Cámara maneja otros conceptos como el casi-símbolo, al cual define como los simbolismos que no están establecidos colectivamente. El verdadero símbolo, lo presenta como el que está bien definido dentro de los límites de una determinada cultura o sociedad, éste, al ser admitido universalmente dentro de una cultura rígidamente convencional se convierte en emblema.

Al igual que Schaff para F. Cámara, la señal también tiene una importancia, y la define como una transmisión técnica, "un estado de energía transmitida de un sistema físico a otro".<sup>8</sup>

Félix Beltrán plantea al respecto dos conceptos: uno, la imagen en la cual su eficacia depende de la medida en que sea fiel a la entidad; y dos, el contenido, que es la esencia de cualquier fenómeno. Por lo tanto, el aspecto de la imagen debe reflejar su contenido.

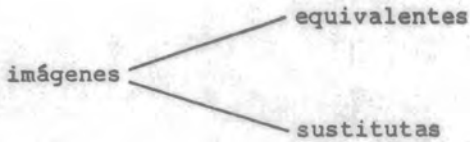
Con base en lo anterior, la clasificación de imágenes creadas por el hombre, que hace Félix Beltrán, es la siguiente:



Tales imágenes presentan dos tendencias principales: las arbitrarias, que no representan directamente a la entidad, sino que la sustituyen arbitrariamente -escritura-; y las equivalentes, que corresponden a la apariencia de la entidad en mayor o menor medida.

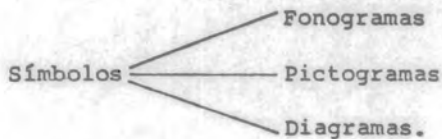
Al mismo tiempo, presenta una clasificación de imágenes que considera la imagen en el plano, y la divide en dos sectores:





El primer sector, equivalentes, lo caracteriza, como el que refleja parcial o totalmente cualidades de una imagen; y el segundo, sustitutas, no refleja cualidades, las interpreta de un modo abstracto.

Por otro lado, para este autor, el símbolo es una ima gen equivalente indirecta; es la comunicación de algo a través de otra imagen que puede contar con una misma cualidad destacada; así clasifica en tres sectores:



Ejemplo de los fonogramas sería la escritura, que referida a la primera clasificación de imágenes corresponde a las arbitrarias. Los pictogramas son dibujos simplificados que presentan parcial o totalmente algo, es decir, son imágenes equivalentes. Por último, los diagramas, se presentan independientes de las letras y de los dibujos, de tal manera, corresponden a imágenes sustitutas.

Beltrán considera que en la comunicación por medio de símbolos intervienen tres factores fundamentales:

1. Aspecto biológico o etapa evolutiva, que determina las posibilidades perceptivas del público.
2. Posibilidades físicas, que se dan en cada etapa, del objeto, de la marca o de quien la percibe.
3. El condicionamiento cultural o social que tenga la imagen.

Para ampliar el concepto, de Félix Beltrán, de contenido aunado al factor de condicionamiento cultural, cabe citar a Elliot Nigel cuando plantea que "todo proceso de diseño comienza con un esfuerzo por conseguir un ajuste entre dos entidades: la forma en cuestión y su contexto. La forma es la solución del problema; el contexto lo define".<sup>9</sup>

Sobre lo anterior, Bruno Munari, propone que un emisor emite mensajes y un receptor los recibe, pero éste último, está inmerso en un ambiente lleno de interferencias que pueden alterar o anular la comunicación; pero al mismo tiempo, cuenta con una serie de filtros, que Munari clasifica en: sensoriales, operativos o dependientes de las características constitucionales y culturales que dejará pasar sólo los mensajes que reconoce. Estos filtros al ser partícipes en la comunicación visual, deben ser considerados en todo proceso; Rodríguez D. denomina a estas interferencias como perturbaciones, y las ubica dentro de su proceso, en el canal.

Lo descrito anteriormente, no agota el aspecto enunciado, corresponde a algunos elementos teóricos que caracterizan al proceso de la comunicación y que como tales son relevantes en la disciplina del diseño gráfico.

### 1.2.2. Características prácticas.

Son el complemento indispensable de las características teóricas, vienen a conformar lo que Bruno Munari define como el soporte visual, esto es, la realización física del diseño gráfico.

La importancia de estas características se muestra claramente en el planteamiento de Ricard A.: "La única presentación inequívoca de una idea técnica o plástica se produce cuando esa idea se transforma en la cosa material que se pretende que sea (...). La materialización en cosas de las ideas técnicas o plásticas, además de ser su medio de expresión, también les confiere la consistencia material exigible para que puedan ejercer la acción o el efecto que la idea generatriz ha previsto. La materia es la sustancia en la que se plasman las ideas y les permite una integración y participación activa y efectiva en la cultura".<sup>10</sup>

Los elementos que conforman estas características están inmersos dentro de toda una organización que manejan de diferente manera cada autor, por lo que se hace necesario pre-

sentar el planteamiento completo de los principales autores.

Todos estos medios del diseño son útiles para objetivar la función a la que la forma debe corresponder.

Tratándose de comunicación, en este caso, el mensaje debe ser comprendido, su significado debe ser compartido en el mismo sentido para el que fue creado, y que así cumpla su función de comunicar.

La forma expresa el contenido, ambos deben cumplir una función, la función es la comunicación.

Las relaciones visuales existen porque las vemos. Son subjetivas (dependen de la forma en que operen nuestras percepciones sensoriales y nuestra mente). Deben apoyarse en algo objetivo: sistema de relaciones estructurales (específica).  
Contraste. Forma. La percepción de la forma resulta de las diferencias en el campo visual. 1. Configuración. Cierta grado de organización en el objeto.

(variedad) Cualidad de cosa individual que surge de los contrastes de las cualidades visuales. 2. Tamaño. Cuestión relativa.

3. Posición. Su significado está en relación con el campo mismo.

Luz. Sin luz no hay sensación. Dimensiones físicas. - Amplitud de onda. Cantidad de energía radiante. Cuantitativa.  
- Longitud de onda. Tipo de energía radiante. Cualitativa.  
Les percibimos como diversos matices.

-Los ojos captan al mismo tiempo muchas amplitudes, lo que produce una sensación denominada estímulo compuesto, que a su vez, origina:  
-Un pequeño grupo entre el calor y la radiación ultravioleta afecta los receptores visuales y produce la sensación de la visión.  
-Las amplitudes las percibimos como diferencias de luminosidad de la luz.

-Luz acromática= luz incolora.  
-Saturación  
-Cromática (con matiz)  
-Acromática (sin matiz)

Cualidades en la percepción de la luz. 1. Cromática o acromática.  
2. Luminosidad.  
3. Matiz. (Cromática).  
4. Saturación (Cromática). Cualidad del grado de pureza del matiz.

Cualidades tonales. 1. Valor. Cantidad de luz que puede reflejar una superficie.  
2. Matiz. Diferencia entre azul, rojo y amarillo.  
3. Intensidad. Corresponde a la saturación.

Textura visual. Manera en que reflejan la luz las superficies.  
Cualidad táctil de una superficie.

Proceso visual. La luz que refleja los objetos llega a la retina (trama de dif. cual. y cant.) Inicia respuesta nerviosa correspondiente el cerebro registra como esquema de energía  
Fondo. Partes de baja energía o contraste débil. Más grande y simple que la figura, puede percibirse como superficie o espacio.

Las áreas del fondo también tienen forma.  
Campo dividido casi exactamente en dos tonos- ambos constituyen formas buenas, podemos ver como figura cualquiera de los tonos.

Figuras. Partes de alta energía y mayor contraste.

Parte superior o delante del fondo No es necesario encerrar por completo un área para transformarla en figura.

Organización de la figura 1. Atracción. Influjo directo sobre el campo mismo = Tensión espacial. Determina el tipo de formas que percibimos en un campo dado.  
Base para el agrupamiento de objetos = semejanza. Determina la organización de la forma que percibimos en un campo dado.  
2. Valor de atención. Implica significado. (Valores de asociación y experiencia anterior que se proyectan en la forma)

Organización de los elementos-figura.

1. Dirección. Relación de la figura con las direcciones básicas del campo. 1.1. Vertical.(estables, mov. potencial)  
1.2. Horizontal.(condición estática)  
1.3. Diagonal.(Mayor actividad)

Dependen de órganos de equilibrio.

Círculo. Más fáciles de ver que otras.

Formas adoptan estos valores Buenas configuraciones (se perciben fácilmente y son dinámicas en cuanto a la línea y la posición).

Las configuraciones implican valor asociativo o de reconocimiento.

2. Intervalo. Tamaño del espacio entre los elementos-figura.  
3. Actitud. Relación de una figura con la estructura del campo.  
4. Relación espacial. Percepción de profundidad.

Movimiento 1. Cambio.  
2. Tiempo.

-Tendemos a penetrar en un esquema bidimensional por un punto situado a la izquierda y un poco por encima del centro geométrico.  
-El ojo viaja a saltos deteniéndose para una fijación breve o prolongada allí donde algo retiene su atención e interés.

Equilibrio. Implica un eje o punto central en el campo alrededor del cual las fuerzas opuestas están en equilibrio. 1. Axial. Eje central explícito = simetría: elementos se repiten (espejo).

2. Radial. Control de atracciones opuestas por rotación; punto central.

3. Oculto. Control de atracciones opuestas por medio de la igualdad sentida entre las partes del campo. No hay ejes explícitos ni puntos centrales.

Las relaciones visuales existen porque las vemos. Son subjetivas (dependen de la forma en que operen nuestras percepciones sensoriales y nuestra mente). Deben apoyarse en algo objetivo: sistema de relaciones estructurales (específica).  
Contraste. Forma. La percepción de la forma resulta de las diferencias en el campo visual. 1. Configuración. Cierta grado de organización en el objeto.

(variedad) Cualidad de cosa individual que surge de los contrastes de las cualidades visuales. 2. Tamaño. Cuestión relativa.

3. Posición. Su significado está en relación con el campo mismo.

Luz. Sin luz no hay sensación. Dimensiones físicas. - Amplitud de onda. Cantidad de energía radiante. Cuantitativa.  
- Longitud de onda. Tipo de energía radiante. Cualitativa.  
Les percibimos como diversos matices.

-Los ojos captan al mismo tiempo muchas amplitudes, lo que produce una sensación denominada estímulo compuesto, que a su vez, origina:  
-Un pequeño grupo entre el calor y la radiación ultravioleta afecta los receptores visuales y produce la sensación de la visión.  
-Las amplitudes las percibimos como diferencias de luminosidad de la luz.  
-Luz acromática= luz incolora.  
-Saturación  
-Cromática (con matiz)  
-Acromática (sin matiz)

Cualidades en la percepción de la luz. 1. Cromática o acromática.  
2. Luminosidad.  
3. Matiz. (Cromática).  
4. Saturación (Cromática). Cualidad del grado de pureza del matiz.

Cualidades tonales. 1. Valor. Cantidad de luz que puede reflejar una superficie.  
2. Matiz. Diferencia entre azul, rojo y amarillo.  
3. Intensidad. Corresponde a la saturación.

Textura visual. Manera en que reflejan la luz las superficies.  
Cualidad táctil de una superficie.

Proceso visual. La luz que refleja los objetos llega a la retina (trama de dif. cual. y cant.) Inicia respuesta nerviosa correspondiente el cerebro registra como esquema de energía  
Fondo. Partes de baja energía o contraste débil. Más grande y simple que la figura, puede percibirse como superficie o espacio.

Las áreas del fondo también tienen forma.  
Campo dividido casi exactamente en dos tonos- ambos constituyen formas buenas, podemos ver como figura cualquiera de los tonos.

Figuras. Partes de alta energía y mayor contraste. Parte superior o delante del fondo No es necesario encerrar por completo un área para transformarla en figura.

Organización de la figura 1. Atracción. Influjo directo sobre el campo mismo = Tensión espacial. Determina el tipo de formas que percibimos en un campo dado.  
Base para el agrupamiento de objetos = semejanza. Determina la organización de la forma que percibimos en un campo dado.  
2. Valor de atención. Implica significado. (Valores de asociación y experiencia anterior que se proyectan en la forma)

Organización de los elementos-figura.

1. Dirección. Relación de la figura con las direcciones básicas del campo. 1.1. Vertical.(estables, mov. potencial)  
1.2. Horizontal.(condición estática)  
1.3. Diagonal.(Mayor actividad)

Dependen de órganos de equilibrio.

Círculo. Más fáciles de ver que otras.  
Formas adoptan estos valores Buenas configuraciones (se perciben fácilmente y son dinámicas en cuanto a la línea y la posición).  
Las configuraciones implican valor asociativo o de reconocimiento.

2. Intervalo. Tamaño del espacio entre los elementos-figura.  
3. Actitud. Relación de una figura con la estructura del campo.  
4. Relación espacial. Percepción de profundidad.

Movimiento 1. Cambio. -Tendemos a penetrar en un esquema bidimensional por un punto situado a la izquierda y un poco por encima del centro geométrico.  
2. Tiempo. -El ojo viaja a saltos deteniéndose para una fijación breve o prolongada allí donde algo retiene su atención e interés.

Equilibrio. Implica un eje o punto central en el campo alrededor del cual las fuerzas opuestas están en equilibrio. 1. Axial. Eje central explícito = simetría: elementos se repiten (espejo).  
2. Radial. Control de atracciones opuestas por rotación; punto central.  
3. Oculto. Control de atracciones opuestas por medio de la igualdad sentida entre las partes del campo. No hay ejes explícitos ni puntos centrales.

Proporción razón, implica comparación  
y ritmo idea central: recurrencia esperada. Tres términos es lo mínimo para construir una serie.  
(Tienen sentido cuando expresan necesidades funcionales.)

1. Acelerado o retardado.
2. Alternación
3. Oculto
4. Razones Numéricas
5. Geométricas
6. Sección de Oro.
7. Raíz de cinco.

Color. Control de tono (T) M + B = Aumenta Valor.  
(Mezcla de pigmentos) M + N = Disminuye Valor.  
M + G = Aumenta o disminuye el valor.  
M + Pig. valor dist. = Aumenta o Disminuye valor.

Control de Matiz (M) Mezcla subtractiva (semicromos) primario- semicromos consonantes.

Control de Intensidad T = T + B (Disminuye intensidad (Tintes))  
T = M + N (Disminuye intensidad (Escurece))  
T = M + (N+B) (Tonos grisados)  
T = M + Mc (Gris neutral-complementario)

Dinámica del color. Saber no solo que es en sí mismo, sino donde está ubicado en su medio ambiente.

- Relatividad total entre tono de una composición. La naturaleza aparente de un tono en la paleta se modifica completamente en el contexto, psicólogos llaman contraste simultáneo, efecto recíproco, ambos tonos afectados.
- Cuando dos tonos entran en contacto directo, el contraste intensifica las diferencias entre ambos.
- Cinco tipos de efectos de contraste 1. y 2. de valor e intensidad entre matices idénticos o análogos resultan de acentuar las diferencias.
- 3. Contraste de matiz. Aumento de la temperatura entre los tonos creando aparente cambio de matiz.
- 4. Cromático- Acromático. Inducción del complementario en el neutral.
- 5. Matices complementarios. Mayor intensidad aparente en ambos tonos.

Contraste: Color claro/ fondo oscuro - Parece más claro de lo que realmente es. El tono claro parece mayor.

Tono más contraste afectan las dimensiones aparentes de colores y la forma de sus áreas.

Color oscuro/ Fondo claro - Parece aún más oscuro. Más pequeño.

Cálidos - Fríos. (C) Más extensos, tienen connotaciones: Fuego, calor, expansividad, abertura. Parecen avanzar y extenderse. Más pesados y densos.

(C) (F) (F) Más pequeño. Connotaciones: Hielo, agua, cielo, profundidad. Parecen retroceder y contraerse. Más livianos y menos substanciales.

Relaciones de color.

Fundamentos fisiopsicológicos para las relaciones de color:

1. El hecho de poder ver un elemento de semejanza entre los colores, es un factor que los une.
2. Orden. Percibimos entre los matices un orden intrínseco. El fundamento físico es la correlación entre la sucesión de las longitudes de onda de la luz y los colores que vemos en el espectro.
3. Nuestra visión del color determina las relaciones complementarias 3.a. Complementarias Pigmentarias. Consecuencia de la naturaleza de los pigmentos que están compuestos por semicromos.  
3.b. Psicológicas. Consecuencia de nuestra constitución fisiopsicológica.

Estructura de la relación de tonos. Orden de sucesión entre los tonos.

Semejanza en grados de diferencia entre las unidades.

- Intervalos
1. Análogos
  2. Triadas
  3. Complementarias

Tonalidad del color: Esquemas monocromáticos.  
Tonalidad hacia un color.  
Tonalidad hacia una temperatura dominante.  
Aislación del contraste.

Profundidad e ilusión plástica. La profundidad depende

1. Conocimiento directo del espacio tridimensional.
2. Fenómenos de disparidad, acomodación y convergencia.

Indicaciones de espacio. (Métodos para indicar profundidad en un plano bidimensional.)

1. Contraste y gradación de tamaño.
2. Paralelas convergentes y acción diagonal.
3. Posición en el plano de la imagen.
4. Superposición.
5. Transparencia.
6. Disminución de detalle.
7. Perspectiva atmosférica.
8. Color que avanza y retrocede.

Efecto plástico en un plano bidimensional (Indicaciones)

1. Línea modulada en grosor y tono.
2. Modelado con claro-oscuro.
3. Efecto plástico de la luz.

1. Mensaje 1.1. Información.

1.2. Señal visual. Conjunto de elementos que hacen visible el mensaje.

2. Simetría. 2.1. Identidad: Superposición de una forma sobre sí misma, o la rotación total de 360° sobre su propio eje.

Estudia la manera de acumular estas formas. La relación básica, repetitiva y la forma global obtenida por la acumulación.

2.2. Traducción: Repetición de una forma a lo largo de una línea que puede ser recta o curva o de cualquier clase.

2.3. Rotación: La forma gira en torno a un eje que puede estar dentro o fuera de la misma forma.

2.4. Reflexión Especular: Simetría bilateral que se obtiene poniendo algo delante de un espejo y considerando a la vez la cosa y la imagen.

2.5. Dilatación: Ampliación de la forma que sólo se extiende sin modificarla.

"Una regla de comunicación visual... es la de los contrastes simultáneos: la proximidad de dos formas de naturaleza opuesta se valoran entre sí e intensifican su comunicación".

MUNARI, B.,  
DISEÑO Y COMUNI-  
CACION VISUAL.

1.2.1. Textura. Cuando el ojo percibe una superficie uniforme, pero caracterizada matéricamente o gráficamente. Uniformidad.

- Orgánicas.  
- Geométricas.

1.2.2. Forma. 1.2.2.1. Geométricas. (Básicas): - Círculo.  
1.2.2.2. Orgánicas. Naturaleza. - Cuadrado.  
- Triáng. Equi.

1.2.3. Estructura. Cuando perciba una textura de módulos más grandes, tales que pueden ser reconocidas como formas divisibles en submódulos. Aquellas construcciones que son generadas por la repetición de formas iguales o semejantes en estrecho contacto entre sí o en tres dimensiones.

- Cuadrado.  
- Triáng. Equi.

La característica principal de una estructura es modular un espacio, dando a este una unidad formal.

1.2.4. Módulo.

1.2.5. Movimiento.



BEITRAG, P.

ACERCA DEL DISEÑO

La imagen es captada a través del acto de la percepción; el reflejo del conjunto de cualidades y partes de las imágenes que

actúan directamente sobre los órganos de los sentidos.

sensación; nivel parcial de la percepción bastante frecuente. Es el reflejo de las cualidades aisladas y destacadas de una imagen. (pero no siempre lo destacado coincide con lo esencial).

La percepción se completa con las experiencias anteriores del público.

Una misma imagen puede tener distintas interpretaciones.

Además de la imagen en sí misma son determinantes en su efectividad, cualidades como:

1. Tamaño: Puede reflejar el contenido y es relativo con respecto al contexto.
2. Ubicación: En el contexto, también tiene implicaciones comunicativas.
3. Color: Propiedad inseparable de cualquier imagen.

Para la elaboración de todo diseño, siempre que se desee comunicar, hay que contar con tres factores:

- A. Simplicidad.
- B. Agrupamiento.
- C. Contraste.

"En la confección de mensajes visuales, el significado no estriba solo en los efectos acumulativos de la disposición de los elementos básicos, sino también en el mecanismo perceptivo que comparte universalmente el organismo humano".

- Equilibrio. El constructo horizontal-vertical es la relación básica del hombre con su entorno.
- Tensión. La falta de equilibrio y regularidad es un factor desorientador.
- Nivelación y agudamiento. Ambas ideas psicológicamente corresponden a armonía y contraste en diseño, respectivamente. La armonía y la estabilidad son los polos de lo visualmente inesperado y de lo generador de tensiones en la composición.
- Preferencia por el ángulo inferior izquierdo. El ojo favorece la zona inferior izquierda de cualquier campo visual. Los elementos visuales situados en áreas de tensión tienen más peso que los elementos nivelados. El peso es la fuerza de atracción para el ojo.
- Atracción y agrupamiento. El hombre a través de sus percepciones, siente la necesidad de construir conjuntos enteros de unidades.
- Positivo y negativo. Lo que domina la mirada en la experiencia visual se considera elemento positivo, y elemento negativo aquello que actúa con mayor pasividad. Los elementos más anchos parecen más cercanos a nosotros dentro del campo de la visión. Los elementos luminosos sobre fondo oscuro parecen ensancharse, y los elementos oscuros sobre fondo claro contraerse.

Componentes del proceso visual... elementos básicos, la fuente compositiva de cualquier clase de materiales y mensajes visuales.

1. Punto. Es la unidad más simple, irreduciblemente mínima de comunicación visual.
2. Línea. Es un punto en movimiento o la historia del movimiento de un punto.
3. Contorno. La línea describe un contorno. Contornos Básicos:
  - 3.1. Cuadrado. Torpeza, honestidad, rectitud.
  - 3.2. Círculo. Infinitud, calidez, protección.
  - 3.3. Triángulo Equilátero. Acción, conflicto, tensión.
4. Dirección. Todos los contornos básicos expresan tres direcciones visuales básicas y significativas.
  - 4.1. Cuadrado. Horizontalidad y verticalidad.- binocular
  - 4.2. Triángulo Equilátero. Diagonal-amenazador, subreptivo
  - 4.3. Círculo. Curva-Encuadramiento, repetición, calor.
5. Tono. Las variaciones de luz, o sea el tono, constituyen el medio con el que distinguimos ópticamente la complicada información visual del entorno... vemos lo oscuro por que está próximo o se superpone a lo claro, y viceversa.
 

Perpectiva. método de producir muchos efectos visuales especiales de nuestro entorno natural, para representar la tridimensionalidad que vemos en una forma gráfica y dimensional.
6. Color. Tiene tres dimensiones que pueden definirse y medirse.
  - 6.1. Matiz. El color mismo o cromatismo.
  - 6.2. Saturación. La pureza de un color respecto al gris.
  - 6.3. Acromática. Brillo que va de la luz a la oscuridad... el valor de las gradaciones tonales.
7. Textura. Elemento visual que sirve frecuentemente de "doble" de las cualidades de otro sentido, el tacto. Está relacionada con la composición de una substancia a través de variaciones diminutas en la superficie del material.
8. Escala o proporción. Todos los elementos visuales tienen capacidad para modificar y definirnos unos a otros. Este proceso es en sí mismo el elemento llamado escala... el factor más decisivo en el establecimiento de esta, es la medida del hombre mismo. Relacionar el tamaño con el propósito y el significado es esencial para la estructuración del mensaje visual.
9. Dimensión. La representación de la dimensión o representación volumétrica en formatos visuales bidimensionales depende de la ilusión. Perpectiva.
10. Movimiento.

Expresamos y recibimos mensajes visuales a tres niveles:

- Representacionalmente. La realidad es la experiencia visual básica y predominante.
- Abstractamente. Destilación, reducción a los rasgos esenciales.
- Simbolicamente. La reducción de los detalles visuales al mínimo irreducible. Puede ser una información representacional mínima o como una abstracción pura.

Contraste. Es, en el proceso de la articulación visual una fuerza vital para la creación de un todo coherente... el medio para intensificar el significado y por lo tanto para simplificar la comunicación.

- Contraste de color
- Contraste de tono
- Contraste cálido-frío.
- Contraste de contornos
- Contraste de proporción y escala.

Técnicas visuales: estrategias de comunicación.

- Equilibrio - Inestabilidad.
- Regularidad - Irregularidad.
- Bimetría - Asimetría.
- Simplicidad - Complejidad.
- Unidad - Fragmentación.
- Economía. - Profusión.
- Retención - Exageración.
- Predictibilidad - Espontaneidad.
- Actividad - Pasividad.
- Utiliza - Audacia.
- Neutralidad - Acento.
- Transparencia - Opacidad.
- Coherencia - Variación.
- Realismo - Distorsión.
- Plano - Profundo.
- Singularidad - Vuxtaposición.
- Secuencialidad - Aleatoriedad.
- Agudeza - Dificultad.
- Continuidad - Episodicidad.

Los componentes básicos e irreducibles de todos los medios, artes y oficios visuales:

- Contenido. Lo que se está expresando directa o indirectamente; carácter de la información; el mensaje, nunca está separado de la forma.
- Forma.

Estilo. Es la síntesis visual de los elementos, técnicas, sintaxis, investigación, expresión y la finalidad básica. Es la categoría o clase de la expresión visual conformada por un entorno cultural o total.

1. Primitivismo. Símbolos.
2. Expresionismo. Utiliza la exageración deliberadamente para distorsionar la realidad. Arte Bizantino.
3. Clasicismo. Influida por el amor a la naturaleza de los griegos. Renacimiento.
4. Embellecido. Se caracteriza por suavizar las aristas para que produzcan efectos cálidos y elegantes (riqueza y poder). Florida y recargada. Art Nouveau, Barroco.
5. Funcional. Considera los aspectos económicos y utilitarios. Bauhaus.

MORIG, W.

FUNDAMENTOS DEL DISEÑO BI Y TRI-DIMENSIONAL.

Elementos de Diseño: a) Elementos conceptuales: No son visibles, no existen de hecho.

- a.1. Punto. No tiene largo, ni ancho, no ocupa una zona del espacio. Es el principio y el fin de una línea, es donde dos líneas se encuentran o se cruzan.
a.2. Línea. Es un punto en movimiento, es el recorrido de un punto, tiene largo, pero no ancho. Está limitada por puntos, forma los bordes de un plano.
a.3. Plano. Es el recorrido de una línea en movimiento en una dirección diferente a la suya intrínseca se convierte en plano. Tiene largo y ancho, pero no grosor. Está limitado por líneas, forma los extremos de un volumen.
a.4. Volumen. El plano en movimiento en una dirección diferente a la suya intrínseca se convierte en volumen. Está limitado por planos. En el diseño bidimensional, el volumen es ilusorio.

b) Visuales: Son los conceptuales cuando se hacen visibles; constituyen lo que realmente vemos.

- b.1. Forma. Todo lo que puede ser visto posee una forma:
b.2. Medida. Todas las formas tienen un tamaño, el tamaño es relativo, pero físicamente mensurable.
b.3. Color. La forma se distingue de sus cercanías por medio del color.
b.4. Textura. Son las cercanías en la superficie de una forma.

- b.1.1. La forma como punto. Su tamaño es comparativamente pequeño; su forma es simple.
b.1.2. La forma como línea. Su ancho es extremadamente estrecho; su longitud es prominente.
b.1.3. La forma como plano. Está limitada por líneas conceptuales que constituyen los bordes.
b.1.4. La forma como volumen. Es completamente ilusorio.
b.1.5. Formas Positivas. Se perciben como ocupantes de un espacio.
b.1.6. Formas Negativas. Se perciben como un espacio en blanco, rodeado por un espacio ocupado.
b.1.7. Interrelación de formas. Distanciamiento/ Toque/ Superposición/ Penetración/ Unión/ Sustracción/ Intersección/ Coincidencia.
b.1.8. Formas Unitarias o Módulos. Son las idénticas o similares

Geométricas
Orgánicas
Rectilíneas
Irregulares
Manuscritas
Accidentales

c) De relación. Gobiernan la ubicación y la interrelación de las formas en un diseño.

- c.1. Dirección. Depende de como está relacionada con el observador, con el marco que la contiene o con otras formas cercanas.
c.2. Posición. Está en relación respecto al cuadro o estructura.
c.3. Espacio. Puede estar ocupado o vacío.
c.4. Gravedad. La sensación de gravedad no es visual, sino psicológica (tendemos a atribuir pesantes o livianas a formas o grupos de ellas).

- c.3.1. Positivo. Rodea a una forma negativa.
c.3.2. Negativo. Rodea a una forma positiva.
c.3.3. Liso. Las formas lisas reposan sobre el plano de la imagen y son paralelas a él.
c.3.4. Ilusorio. Algunas formas parecen avanzar y otras retroceder (Formas lisas en espacio ilusorio) (Pueden convertirse en tridimensionales por medio del grosor).
c.3.5. Fluctuante. Cuando parece avanzar en cierto momento y retroceder en otro; es ambiguo.
c.3.6. Conflictivo. Aporta una situación espacial absurda, que parece imposible de interpretar.

Repetición. (la misma forma más de una vez)
Si no son idénticas
Reflección. (Caso Especial)
Asociación
Imperfección
Distorsión Espacial.
Unión o Sustracción.
Tensión o Compresión.
Superposición.
Cambio en tamaño.
Cambio en color.
Cambio en textura.
Cambio en el punto de vista.
Curvatura o quebrantamiento.
Agregado de sombra.

d) Prácticos. Subyacen el contenido y el alcance de un diseño.

- d.1. Representación. La forma derivada de la naturaleza o del mundo hecho por el ser humano es representativa; La representación puede ser:
d.2. Significado. Se hace presente cuando el diseño transmite un mensaje.
d.3. Función. Se hace presente cuando un diseño debe servir a un determinado propósito.

- d.1.1. Realista.
d.1.2. Estilizada.
d.1.3. Semiastracta.

Los elementos anteriores existen dentro de límites que se denominan "referencia al marco", este señala los límites exteriores de un diseño y define la zona dentro de la cual funcionan los elementos creados y los espacios que se han dejado en blanco. El plano de la imagen está dentro de la "referencia al marco" y es la superficie plana de papel u otro material en el que el diseño ha sido creado.

La manera en que una forma es creada, construida u organizada junto a otras formas, es a menudo gobernada por cierta disciplina. Estructura. Impone un orden y predetermina las relaciones internas de las formas de un diseño

- Formal
- Gradación. Es un cambio gradual ordenado que produce la sensación de progresión.
- Radiación. Módulos repetidos o sub-divisiones estructurales que giran regularmente alrededor de un centro común.
- Rotación en el plano.
- Progresión en el plano.
- Centrífera.
- Concéntrica.
- Centrípeto.

Anomalía. Presencia de irregularidad en un diseño en el cual aún prevalece la regularidad.
Contraste. Clase de comparación por medio de la cual las diferencias se hacen claras.
Concentración. Manera de la distribución de los módulos, que pueden estar apretadamente reunidos en ciertas zonas del diseño o levemente repartidos en otras.

- Semiformal. Ligera irregularidad.
- Informal. Organización libre. No tiene líneas estructurales.
- Inactiva. Líneas estructurales conceptuales, no dividen el espacio.
- Activa. Líneas estructurales conceptuales, dividen el espacio.
- Invisible. Líneas estructurales conceptuales activas, no visibles.
- Visibles. Líneas reales y visibles.

Composición: Organizar, diseñar; disponer en el espacio-formato distintos signos según una idea directriz, para obtener un efecto deseado mediante una forma rítmicamente agradable y fácilmente legible.

Clásica o estática. Acción pasiva; aprovecha el estatismo de la unidad, equilibrio, ritmo y simetría.

Libre o dinámica. Contraste, no reglas constantes, sensación del momento.

- Continuo. Narración continua.  
- Espiral.  
- Polifónica. Diferentes temas musicales simultáneos.

Leyes de la composición.		1. Generales.		2. Específicas o Funciones	
1.1. Ley de la unidad. (*)	Armonía viva y total entre el lenguaje y el signo, entre el contenido y la forma.	2.1. Ley de la variedad y el interés *	Crear interés que tiene una razón de ser. El interés se crea por el conflicto, el contraste y tensiones que surgen entre los elementos particulares de la composición.	2.2. Ley del resalte y subordinación. *	La tensión entre las fuerzas son resueltas integradas por un elemento dominante.
1.2. Ley del ritmo. (0)	Subordinación y armonía de los valores visuales: dibujo, espacio, claro-oscuro, color, dimensión, movimiento, y equilibrio.	2.3. Ley del contraste o conflicto. *	Lucha de elementos antagónicos unidos por una contrastante unidad del conflicto.	2.4. Simetría e Intenidad. 0	
		2.4.1. Simetría. Equilibrio de energías o fuerzas contrastantes. (repetición)		2.4.1.a. Simetría. Equilibrio de energías o fuerzas contrastantes. (repetición)	
		2.4.2. Intenidad. Tensión de relación		2.4.2. Intenidad. Tensión de relación	
		o Densidad. Diversas maneras cualitativa y cuantitativa en que se manifiestan los signos, por cuya razón, está presente también en los temas.		2.4.2.a. Estatismo	
				2.4.2.b. Dinamismo	
		2.5. Equilibrio y lenguaje. * 0.		2.5.1. Equilibrio. Justa medida de todos los valores que pueden concurrir en una composición. El peso, la orientación y la dirección determinan el equilibrio.	
				2.5.2. Lenguaje. Todo lo que se indica como un signo adquiere por un proceso fundamental de objetivación la capacidad de indicar lo que el individuo expresa acerca de cualquier cosa, real o fantástica. Esta capacidad deseada, obtenida y comunicada es el lenguaje.	
				2.5.1.a. Estático. Cuando un cuerpo está en reposo y sigue así después de haber sido sometido a un sistema de fuerzas en equilibrio.	
				2.5.1.b. Dinámico. Cuando un cuerpo se considera en movimiento y sigue así después de haber sido sometido a un sistema de fuerzas en equilibrio.	

Elementos fundamentales del dibujo y la composición.

1. Espacio-Formato. (Blanco). Es el espacio en el que se objetivan los signos, por cuya razón posee la capacidad de contenerlos.	- Punto - Línea - Masa	Entes	Aspectos	Primordial. Conduce a las formas esenciales, analíticas y teóricas.
2. Signo. (Negro). Toda huella gráfica dejada sobre un soporte por un instrumento adecuado.	- Punto - Línea - Masa	Entes	Aspectos	Generador. Posibilidad que tiene el espacio-formato y los signos, en cuanto son génesis de organismos más complejos.
2.1. Componentes o propiedades de los entes.	2.1.1. Forma. Contorno de un signo sensible; La línea que precisa y sitúa del medio ambiente la realidad física del signo. Cualidad y modo de ser del signo.			2.1.1.a. Absolutas. Líneas o superficies abstractas inspiradas en la naturaleza, pero realizadas con instrumentos.
	2.1.1.1. Tratamiento. Modo de ser o de existir del signo, cualidades sensibles o propiedades perceptivas visuales			2.1.1.1.a. Tratamiento interno o signo positivo. Prevalce sobre el fondo. 2.1.1.1.b. Tratamiento externo o signo negativo. El fondo prevalece.
	2.1.1.2. Estructura. Aspecto de su superficie. Cualidades sensibles o propiedades perceptivo-táctilo-visuales.			2.1.1.2.a. Color 2.1.1.2.b. Contorno 2.1.1.2.c. Peso
	2.1.2. Equilibrio, peso, orientación y movimiento.			
	2.1.3. Lenguaje del signo.			
2.2. Funciones. Leyes específicas que rigen con el signo y con su emplazamiento en el espacio-formato. Comportamiento de fuerzas, modo de influir recíprocamente.	2.2.1. Constructivas u Organizativas.			2.2.1.1. Relaciones de Influencia. Factores por los que cada uno de los elementos compositivos influyen recíprocamente sobre los demás.
	2.2.1.2. Relaciones de Conformidad. Influencias recíprocas de todas las partes visibles de la composición.			2.2.1.1.a. Relaciones cronóticas y estructurales de valor (o tonal). 2.2.1.1.b. Relaciones espaciales: de movimiento. 2.2.1.1.c. Relaciones formales: de proporción.
	2.2.1.3. Relaciones de Contraste. Influencias recíprocas de todas las partes visibles de la composición.			-Orden Cronológico. -Peso ó sensación básica. -Orientación. -Dirección. -Geometría de los rectángulos estáticos. -Geometría de los rectángulos dinámicos. -Sección Aurea y rectángulo áureo.
	2.2.1.4. Relaciones de Armonía. Influencias recíprocas de todas las partes visibles de la composición.			2.2.1.2.a. Modos genéricos. Diversas posiciones locales que dos o más signos pueden ocupar en el espacio-formato. 2.2.1.2.b. Modos Específicos. La manera de precisar los entes genéricos.
	2.2.1.5. Relaciones de Simetría. Influencias recíprocas de todas las partes visibles de la composición.			A. Repetición. Signos iguales y relaciones iguales. B. Contraste. Oposición. C. Armonía. Vinculación, disposición, acuerdo y síntesis de partes diversas que deben formar un todo proporcional y concorde. D. Alternación. Combina repeticiones de signos y relaciones semejantes. E. Gradación. Secuencia de signos o de relaciones.
	2.2.2. Perceptivas. Conjunto de leyes geométricas dadas a las cualidades perceptivas del ojo humano y a las propiedades receptoras de los demás sentidos del hombre.			2.2.2.1. Visión. 2.2.2.2. Jerarquía de la percepción de los signos. 2.2.2.3. Tensión perceptiva y organizativa. 2.2.2.4. Educación de la visión adquirida con la lectura. 2.2.2.5. Ilusiones ópticas.

### 1.3. Métodos de diseño.

Al igual que las características prácticas, existe la metodología del diseño expresada por varios autores. Lo anterior hace necesario que, para elegir un modelo, se presenten algunos de sus métodos para que en el desarrollo de cada uno se comparen unos conceptos con otros. El "¿por qué?" del planteamiento, de estos métodos de autores, parte de la necesidad de una secuencia de fases para desarrollar y conformar este proyecto.

En el libro "Contra un diseño dependiente" (Gutiérrez y otros, Ed. Edicol, México 1977), se plantea la necesidad de crear un modelo general del proceso de diseño que responda a una autodeterminación nacional.

Esta necesidad surge de la separación que se da, en la acción profesional del diseño, entre el marco teórico y las técnicas productivas, éstas relacionadas directamente con la tecnología; la producción tecnológica, a su vez, está inmersa en una realidad nacional.

Proponen así un modelo metodológico, en el que las variables objetivas se ajusten a las formulaciones de productos en los que haya una retroalimentación por parte del usuario, y a unificar metodológicamente las diferentes fases del proceso de diseño, bajo una racionalidad crítica, económica y socialmente comprometida.

Dentro de esta proposición, Enrique Dussel, define el modelo como la especificación de un conjunto de reglas o normas para la acción y, por lo tanto, permite tomar autoconciencia productiva del mismo método.

Con lo anterior se determina la coexistencia de dos modelos: el modelo teórico, como la teoría que se encarga de interpretar la realidad, es decir, de un sistema u objeto ya dado; el modelo operativo, es la teoría para la acción, es decir, es la acción práctica que se ocupa del acto mismo y de su secuencia de fases procesuales dirigidas a la acción humana.

Para el mismo autor, el proceso es la sucesión de actos que constituyen un discurso poético y que se dirigen a la consecución de su objetivo propio: producir un objeto funcional con coherencia formal. Esta coherencia formal, se da por la unidad del artefacto mismo, esto es:

- Por la adecuada resolución de la problemática funcional del artefacto.
- Por la forma final del producto, visual y táctil, dicha forma aparte de ser adecuada tendrá un valor estético, el que es parte inherente de la función.

Si el proceso es la sucesión misma de acciones productivas y el modelo es el conjunto de normas para la acción; el método es un saber cómo habérselas en el proceso mismo de la poiesis del objeto.

Para la elaboración de un modelo general del proceso de diseño, es necesaria, primero una crítica a los modelos vigentes, de la cual las tendencias principales a las que se podría dedicar mayor atención son:

- El proceso sistemático no es un fin en sí mismo, sino que es un medio para llegar a ese fin. No se diseña intuitivamente.
- Debe de existir una coherencia en la relación de datos, observaciones y requerimientos.
- Es importante la integración en el proceso de los protagonistas, receptores o usuarios del producto final, así como el considerar la influencia en el proceso proyectual de cuestiones psicológicas y sociológicas.
- El diseño es una respuesta integrada formalmente a una comunidad específica con sus características particulares.

Para este modelo del proceso, se consideran tres momentos constitutivos:

1. Marco teórico.
2. Secuencia de fases.
3. Proceso evaluativo.

El marco teórico, es la interrelación de un conjunto de proposiciones que, a través del tiempo, han establecido un cuerpo básico de conocimientos, el cual, define criterios de acción e investigación, que son la base para la interrelación, interpretación y respuesta a los datos que presenta la realidad.

Diferentes disciplinas estudian lo que constituye el marco teórico, esto es, cada una busca sus leyes propias de medios físicos y naturales. El estudio de esas disciplinas contribuirá al modelo de diseño en la medida en que aporten datos objetivos, para el desarrollo del producto que se integrará en una realidad condicionada. Esto da como resultado una interdisciplinariedad en el modelo de diseño.

La secuencia de fases se encuentra constituida principalmente por la búsqueda y determinación del problema, las alternativas de su solución y la realización material de la alternativa elegida.

Lo anterior se considera en cinco fases interrelacionadas:

1. Caso.
2. Problema.
3. Hipótesis.
4. Proyecto.
5. Realización.

1. El caso, lo consideran, como la observación interdisciplinaria de un conjunto de fenómenos o acciones generales.

En el caso se estudia el contexto; se definen los intereses del proyecto y los criterios de la política científico-tecnológica, ambos necesitan estar presentes para condicionar la importancia del fenómeno, como punto de partida de la



metodología para el proceso de diseño.

Es en esta fase donde se analizan los datos significativos del fenómeno y se cuestiona críticamente la posible participación del diseño que, junto con otras disciplinas, han de precisar y definir el caso.

Su objetivo es organizar datos desde el marco teórico interdisciplinario, según objetivos operativos del diseño y según cinco sistemas o áreas temáticas:

1. Sistema físico-ambiental.
2. Sistema histórico-cultural.
3. Sistema económico-social.
4. Sistema científico-tecnológico.
5. Sistema administrativo-organizativo.

Los parámetros analíticos, que delimiten cualitativa y cuantitativamente, los datos deben responder a: ¿Qué es?

¿Para qué?

¿Para quién?

¿Dónde?

¿Cómo?

¿Cuándo?

Cabe señalar, que en relación a lo que es fenómeno, Daniel Prieto dice que en la conversión de un hecho en un fenómeno, es necesario tomar en cuenta diversos factores como: un marco histórico-social de cada comunidad, las circunstan-

cias reales y la realización de una tarea interdisciplinaria.

2. Problema, sus características primordiales, son la determinación de problemas específicos de las diferentes disciplinas del diseño, esto es, la determinación precisa de los límites del campo en donde se efectúa la observación, recopilación y estructuración, necesarios para la definición del problema de diseño.

A partir de esto, sigue la selección y estructuración lógica de la teoría del diseño, para la interpretación de datos del marco teórico específico de diseño.

La estructuración de los problemas de diseño, se efectúa, como conjunto de requerimientos representados por datos organizados, para su interpretación en el lenguaje de diseño.

Todo esto se resume en: "Plantear una nueva alternativa en diseño requiere una correcta formulación del problema individualizando sistemáticamente una serie de exigencias de funciones que satisfagan la serie de exigencias y de formas que corresponden a las funciones".<sup>11</sup>

"Todo dato es interpretado dentro de una unidad cultural que le da significación".<sup>12</sup>

3. Hipótesis, es el estudio y la propuesta de diferentes alternativas posibles de solución formal; surge, a partir, de la evaluación de hipótesis integradas que cumplen con las

condiciones de todos los requerimientos detectados. Las hipótesis parciales, son las que dan origen a las integradas, que constituyen los niveles de integración de una hipótesis general a ser instrumentada en el proyecto.

El objetivo de esta fase es la resolución en un proceso decisivo proyectual por medio de la disfuncionalidad detectada como problema. La hipótesis está definida por criterios semiótico-funcionales-constructivos-administrativos.

4. Proyecto, parte de la forma en la cual están planteados íntegramente los diferentes aspectos constitutivos del diseño.

El objetivo de esta fase es desarrollar la hipótesis alternativa elegida como todo y partes para que en la fase siguiente pueda ser físicamente realizada. Esta fase concluye cuando se tienen los datos suficientes para llevar a cabo su realización. Las formas propuestas, el todo y cada una de las partes deberán estar definidas por sus dimensiones, posiciones, materiales y acabados, la secuencia, el procedimiento y las características de su fabricación. Esta fase es un tratamiento integrado de diferentes subsistemas.

- El subsistema semiótico se encargará de darle una coherencia significativa. Dado que todo producto final de diseño es un mensaje, ya se trate de un objeto, cartel o edificio, se manejan dos aspectos como mensaje: el significante y el signifi

cado. El primero es el aspecto formal y material del mensaje. Este debe estar lo más cerca posible de la función real más la dimensión estética para que de lugar al proceso significativo.

El significado, constituido como las imágenes mentales, no funciona como una sola interpretación de lo real, sino se vincula directamente con los códigos que cada quien maneja.

Estos aspectos que van a constituir al objeto ya realizado implican una actitud crítica por parte del diseñador y del usuario.

- El subsistema funcional determina las características dimensionales, y de relación entre las partes y las cualidades del material.
- El subsistema constructivo determina la resistencia, duración y procesamiento del objeto.
- El subsistema administrativo está determinado por los factores que harán posible la realización del diseño: el tiempo, el costo y la calidad.

No hay que olvidar que todo este proceso de producción sólo tiene sentido en relación al usuario.

5. Realización, es el acto mismo de construir, producir, verificar, dominar los elementos, instrumentales y procedimientos con especificaciones y recursos humanos que impli-

quen la división de trabajo a desarrollar, en el contexto en el que se ubiquen.

Para que esto se lleve a cabo es necesario:

1. Contratación. Participación de dos partes: diseñador-usuario.
2. Organización y administración. Productividad, uso, transformación técnica y repercusiones.
3. Evaluación. Confrontación a parámetros, síntesis, conclusión.

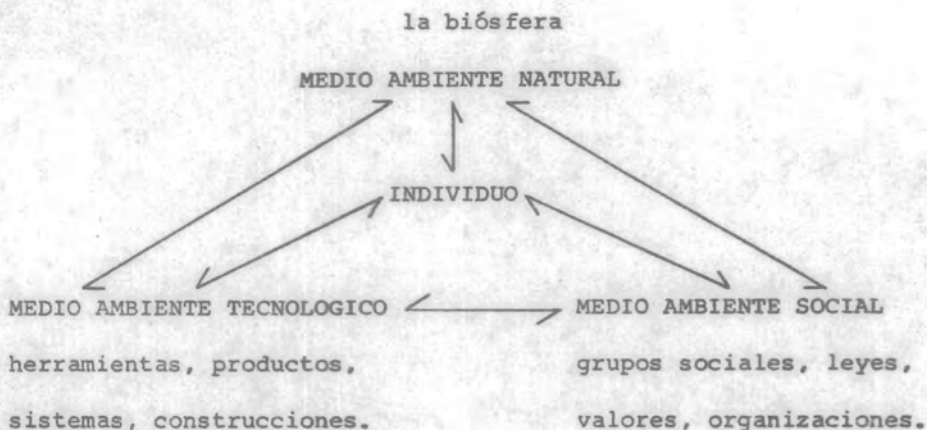
En el modelo del proceso de diseño planteado por Gutiérrez y otros, se maneja en gran medida el concepto de tecnología, por lo cual es conveniente presentar lo que se menciona sobre la tecnología y el proceso de innovación en el libro de Cross/Elliott/Roy. La importancia del concepto tecnología, dentro del trabajo de diseño, radica en que es el determinante en la realización del producto diseñado.

Por otro lado, la innovación establece su importancia, en la incorporación de un invento en el proceso productivo, ya sea como el medio o el producto final.

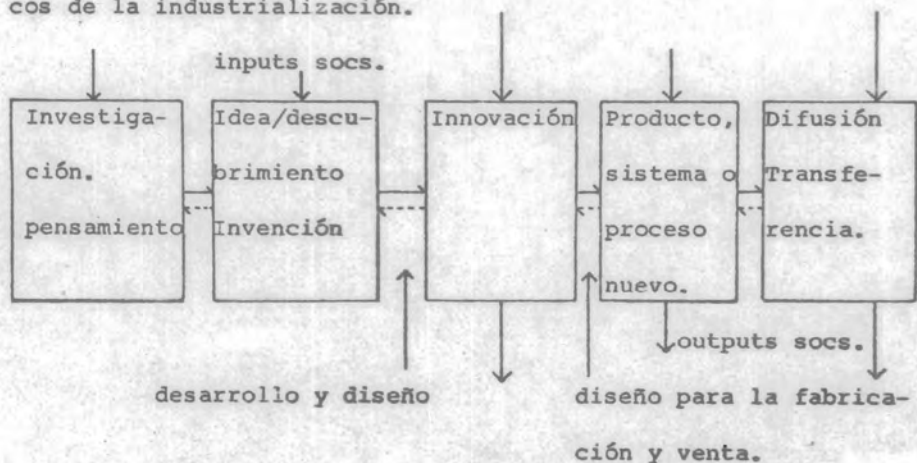
Se entiende por tecnología el conjunto de elementos técnicos (máquinas, herramientas, productos y procesos) de que dispone la sociedad en un momento determinado.

Esto responde, a un contexto; y la tecnología de ese contexto no se puede aplicar en otro en el que las condiciones

son diferentes.



En lo que se refiere a la innovación, los autores mencionados la consideran como uno de los subprocesos individuales que conforman el proceso de cambio tecnológico, éste describe los procesos que varían desde las modificaciones de los productos ya existentes a los grandes inventos tecnológicos de la industrialización.



Asimismo, el cambio tecnológico es un factor del progreso técnico, pero ambos, son aspectos de la industrialización. Para que se de esta última se requieren modificaciones en:

- la organización y la estructura económica, esto es, la forma en que la producción se financia y en que se organiza el mercado que abastece, y
- la organización y estructura de la sociedad para facilitar el funcionamiento del sistema de producción y para emplear los bienes y servicios que crea.

Dado que la innovación es un subproceso de cambio tecnológico que se incorporará a la industrialización como objeto ya realizado, en ella influyen directamente las dos condicionantes anteriormente mencionadas.

Las condiciones apropiadas para que se de la innovación incluyen tanto los factores externos como los internos a la firma u organización que innova, y uno de los que determina, la realización, o no, del aparato innovador, es la organización que detenta el poder económico. Esta determinante estará en relación a aquellas áreas que reducirán los costos de producción o aumentarán las ventas, expandiendo viejos mercados, abriendo otros nuevos o permitiendo precios más altos. Es decir, bajo este proceso, la innovación abre mercados y a su vez, crea necesidades.

Esto último es importante porque no hay que olvidar

que una de las funciones del diseñador es la resolución de problemas, no la creación de ellos, es decir, existen en la colectividad necesidades que aún no han sido satisfechas por lo que el papel del diseñador es darles solución.

"Si usted quiere ser diseñador tiene que decidir que le interesa más, hacer cosas que tengan sentido o hacer dinero".<sup>13</sup>

Todo lo mencionado anteriormente agrega una condicionante externa al proceso de diseño, importante porque afecta la realización del diseño material y lo involucra dentro de un proceso de industrialización y lo que éste implica.

Cabe mencionar, como punto de comparación entre diferentes métodos de diseño, lo que dice Papanek al respecto:

Etapas sucesivas por las que pasa todo trabajo de diseño:

1. Formación de un equipo de diseño representativo de todas las disciplinas pertinentes, así como componentes del "grupo cliente".
2. Establecimiento de un organigrama primario.
3. Fase de investigación e indagación.
4. Conclusión de la primera mitad del organigrama.
5. Establecimiento de la segunda mitad del organigrama (¿qué hacer?).
6. Diseño individual o en equipo y desarrollo de ideas.



7. Confrontación de diseño con metas en organigrama y corrección del organigrama a la luz de experiencias de diseño.
8. Construcción de modelos, prototipos, modelos de prueba y modelos de trabajo.
9. Comprobación de lo anterior por parte del grupo usuario.
10. Incorporación de los resultados de prueba al organigrama.
11. Diseño y comprobación definitiva y conclusión de diseño más los informes comunicacionales gráficos, datos estadísticos, confirmativos o dibujos de trabajo.
12. Conservación del organigrama como guía a posibles trabajos similares posteriores.

El autor menciona que estas etapas no se dan en secuencia lineal, sino que se interrelacionan, además de que el diseño de productos no es ajeno al entorno social psicológico. Estos dos factores los contempla en su definición de diseño integrado, cuyo objetivo es situar el problema en su perspectiva social: "el diseño integrado es extenso: pretende tener en cuenta todos los factores y modulaciones que exige el proceso de tomar una decisión. El diseño integrado y extenso es anticipatorio. Pretende considerar las tendencias en su totalidad, y de forma continua hacer extrapolaciones partiendo de los datos conocidos, e interpolar partiendo de los escenarios del futuro que construye. El diseño integrado, extenso y anticipatorio es el acto de planificar y unificar hasta más allá de la diversi-

dad de disciplinas, un acto que siempre se ejecuta en los planos de separación (interfases)."<sup>14</sup>

Cabe hacer notar ciertas similitudes en los procesos planteados por Papanek y el de Gutiérrez y otros. Papanek, al igual que Gutiérrez, considera importante incorporar al usuario ("grupo cliente"), dentro del equipo de diseño, también plantea la interdisciplinaria para llegar a la definición del problema. El tercer factor de similitud está dado por la evaluación, esto es una comprobación, esta fase, Papanek la maneja como el volver al lugar (si es edificio) diseñado o ver la utilización del objeto para comprobar los resultados en la práctica cotidiana del usuario.

Cabe mencionar una cita más de Papanek relativa al diseño integrado: "Todo diseño generalizador integrado aplicable a la sociedad tiene que ser operacional; esto es, ha de referirse a las necesidades auténticas de la gente".<sup>15</sup>

A diferencia de los métodos planteados anteriormente, Ricard A., distingue, de manera sintética, el recorrido cronológico que se da en el desarrollo de un proceso creativo:

1. Información relativa a necesidades y deseos latentes.
2. Conocimiento del contexto social y factores psicológicos que influyen en los movimientos culturales favorecidos por cada sistema socio-económico-tecnológico.
3. Banco de datos y vivencias experimentales.

4. Información sobre medios de producción disponibles y sobre los últimos avances de la tecnología y de los nuevos materiales utilizables.

Ricard, considera que el creativo se halla capacitado para crear cuando domina el área operativa en que ha de ejercer

"La forma de decir algo es parte integrante del mensaje que ésta formalización emite".<sup>16</sup>

Daniel Prieto, complementa los métodos anteriormente planteados, incorpora el aspecto comunicacional en el marco teórico, ya que la función del diseño gráfico es comunicar.

Con base en lo anterior propone ciertos temas que no deben quedar fuera en las investigaciones sobre comunicación y población:

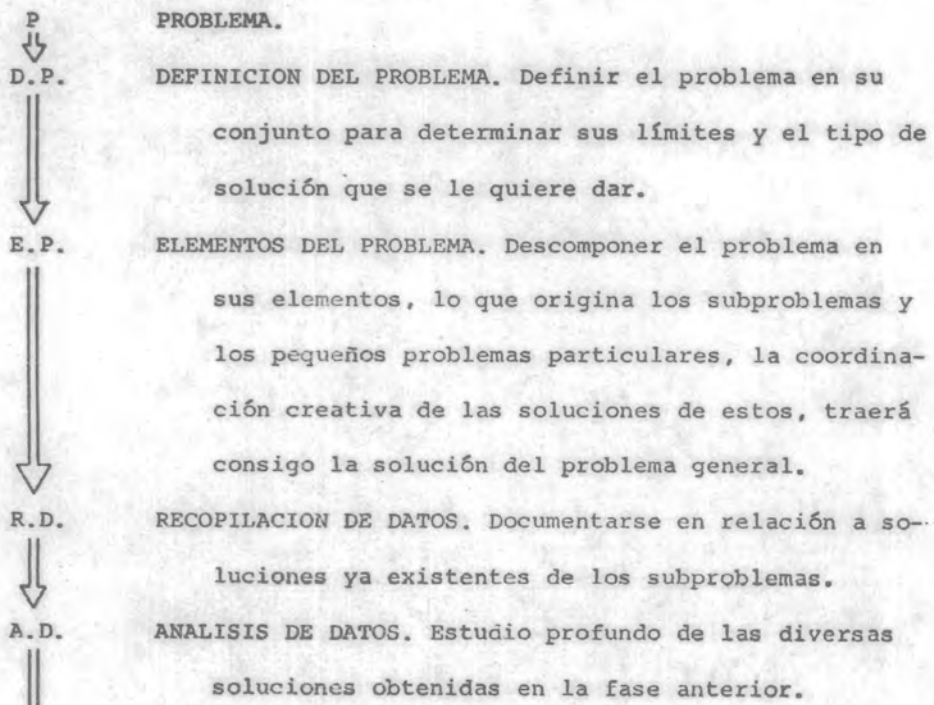
- El principio de totalidad, es decir, el contexto.
- La participación consciente del perceptor, que constituye a los interesados en la solución de sus problemas.
- Evitar autoritarismo abierto o sutil.
- En toda vida cotidiana hay un trasfondo de experiencias y de conocimientos válidos para la situación concreta que debe enfrentar una comunidad, por lo tanto hay que tomarlo en cuenta.
- Un diagnóstico socio-económico no es suficiente en relación con problemas de comunicación.
- Un diagnóstico comunicacional abarca los medios de difusión

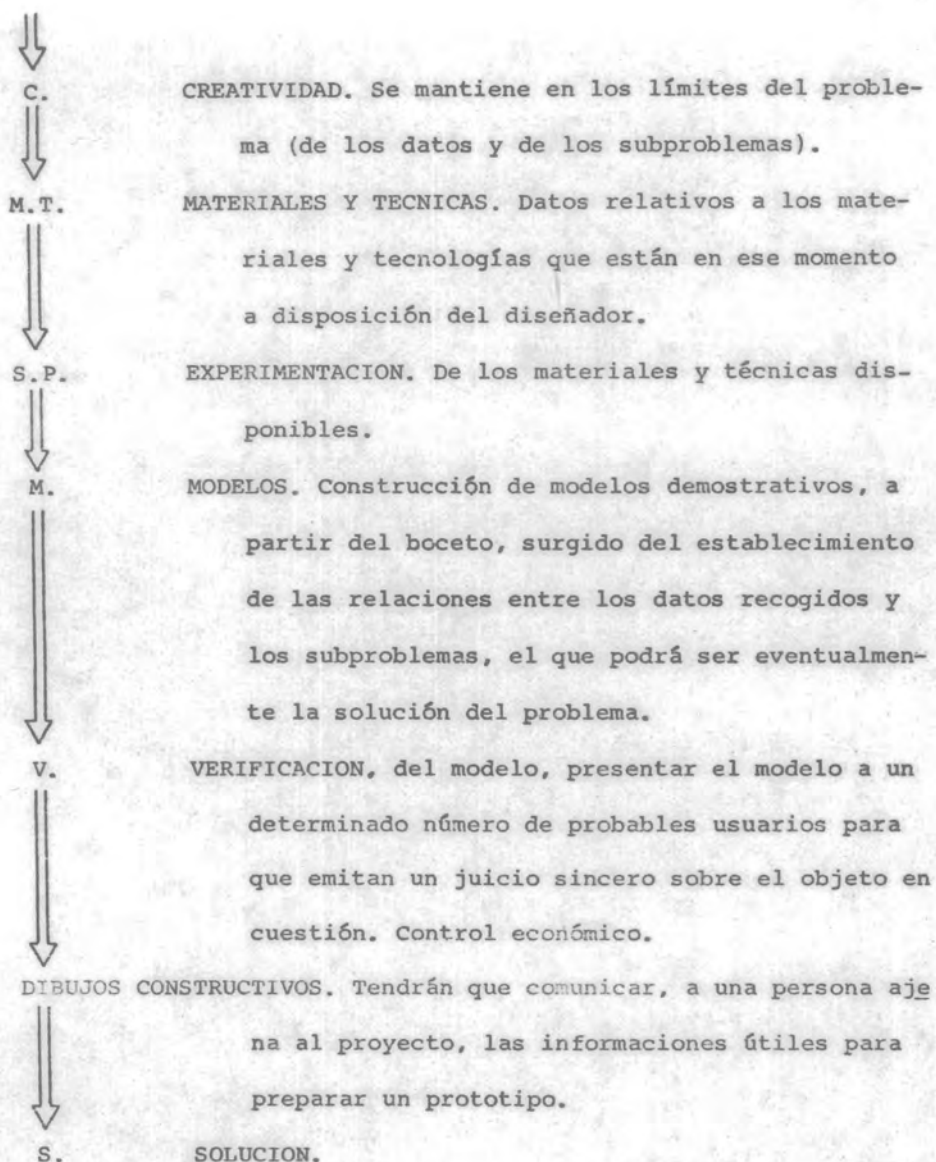
colectiva, las instituciones que operan en la comunidad y la propia comunidad.

Finalmente, se hace necesario mencionar el método proyectual de Bruno Munari, por ser el modelo general que integra en gran parte a los métodos ya mencionados:

Munari define el método proyectual como una serie de operaciones necesarias dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia, cuya finalidad es la de conseguir un máximo resultado con el mínimo de esfuerzo.

Dicho método consta de las siguientes fases:





(Munari B., ¿Cómo nacen los objetos?)

Con base en los métodos mencionados se concluyen como

puntos importantes que:

- El método no es un fin en sí mismo, sino un medio lógico para llegar a la producción de lo diseñado.
- Todo diseño parte de un contexto.
- El usuario no sólo tiene una necesidad y no sólo constituye parte del problema, sino que debe ser integrante del equipo de diseño, si no se tomase en cuenta, el diseño sería una arbitrariedad, esto evita el presuponer un estereotipo de usuario.
- No se puede llegar a diseñar para la realidad sin tomar en cuenta todos los factores mencionados, el diseño sin método no sería operacional: organizado, coherente y transparente, ni respondería a necesidades auténticas.

De todo lo anterior se puede deducir la importancia del método como expresión del proceso del diseño gráfico, donde la recopilación de los métodos planteados por diversos autores da pauta para la complementación entre estos, ya que un esquema del método de proyectación no es fijo, completo, único ni definitivo.

Para la realización del presente trabajo se ha retomado el método proyectual de Munari aunado a las diferentes consideraciones mencionadas por: Papanek, Prieto, Ricard y Gutiérrez, en relación al usuario, su contexto y su participación dentro del proceso.

## CAPITULO 2

## EL DISEÑO ALTERNATIVO

"Todo proceso de comunicación, todo producto del mismo, tiene algún valor si alcanza a incidir en las prácticas diarias de la población. La vida cotidiana es el ámbito donde se ponen a prueba los mensajes. La posibilidad de éxito de una campaña depende de la estructura de la vida cotidiana del sector social al que nos dirigimos".<sup>17</sup>

Lo anterior es mencionado en el libro Diseño y comunicación de Daniel Prieto, quien plantea la existencia de dos tipos de diseño: uno alternativo en contraposición a otro dominante.

En el libro de Elliot/Nigel se cita a Parkin, quien refiere los sistemas de valor como "dominantes" y "subordinados".

Los dominantes se encargan de la definición de la realidad, misma que es proporcionada por las instituciones sociales y da el marco general en el que los temas no se relacionan con la experiencia directa.

Como sistemas subordinados, Parkin entiende la conciencia de base, desarrollada a partir de la experiencia real, pero que proporciona una "explicación" coherente sólo de los temas "locales" inmediatos.

Daniel Prieto, al igual que Parkin, divide los procesos en dominantes y alternativos.

Prieto agrega que:

A cada uno de ellos les corresponde una forma especial de comunicación y específicamente de diseño gráfico, es decir, éste varía con relación al modo de producción y al tipo de relaciones sociales. La división social del trabajo y las relaciones sociales vigentes se manifiestan en los mensajes que se dan en cada uno de los procesos.

Los mensajes dominantes tienen como función el fortalecer la concepción mágico-pesimista de los explotados respecto de la situación en que viven; promueven expectativas limitadas hacia el consumo en una escala creciente cuyo arquetipo está siempre en los sectores sociales de mayores recursos. Ejemplo de esto es la publicidad, que es la difusión de mensajes orientada a mantener una actitud fetichista, en ella, el mensaje tiene la función de reforzar la visión parcial de la realidad, además de acentuar el encanto de la mercancía.

Los mensajes que se producen en el proceso alternativo surgen de una vida cotidiana, es decir, constituyen la forma de expresión, de comunicación, de una determinada comunidad. Esto es, a pesar de la predominancia de los mensajes dominantes, la gente continúa comunicándose a su manera, lo que a su vez constituye la alternativa de los mensajes dominantes.

Prieto establece una relación dinámica entre los procesos dominantes y los alternativos, en la que los primeros tra



tan de eliminar o asimilar a los segundos, mientras que estos buscan caminos de expresión y de difusión. Por lo tanto, para que se de la caracterización social del diseño de una época se requiere la caracterización de los procesos dominantes y alternativos.

### 2.1. Elementos.

Para la realización del diseño alternativo, Prieto se refiere a los elementos que todo proceso debe de incluir -no hay que olvidar que el diseño es parte de un proceso, y que por esto, se habla de elementos de proceso- así incluye por lo menos estos elementos:

1. Diseñador.
2. Códigos.
3. Lo diseñado.
4. Medios y recursos.
5. Perceptor.
6. Referente.
7. Marco de referencia.
8. Formación social.

En todo proceso de diseño, y de comunicación en general, están presentes las instancias económicas, políticas e ideológicas. Por instancia ideológica, - para efectos del diseño- se entiende la elaboración y difusión de mensajes que inclu

ye concepciones y evaluaciones de la realidad, dichos mensajes buscan incurrir en la conducta cotidiana de un determinado sector social. Sin embargo, la elaboración y difusión de estos mensajes, llevan implícitas las instancias económicas y políticas.

1. El diseñador. Las instancias mencionadas anteriormente caracterizan al diseñador de tal forma que:

- la económica determina el poder económico que detenta el diseñador o el grupo al que pertenece.
- la política caracteriza el poder político del diseñador o de su grupo.
- la ideológica caracteriza la autoevaluación del diseñador y la evaluación de éste con respecto al perceptor. La evaluación va de acuerdo a la autoevaluación, y esta última determina la forma en que el diseñador defina la propia actividad; la manera en que se manifiesta en los diseños, en la selección de temas y en la distribución de mensajes.

Prieto divide a los diseñadores en: reales y voceros. Los primeros, son los que poseen el poder económico y político y que a su vez determinan la inflexión ideológica del proceso. Los voceros son los conformadores que elaboran los mensajes dentro de los límites determinados por los diseñadores reales.

La división entre los diseñadores varía según el período histórico y depende de las relaciones sociales vigentes.

2. Códigos. Se define el código, en referencia a cual

quier lenguaje, como las reglas de elaboración y combinación de los elementos de dichos lenguajes, es decir, el código es un conjunto de obligaciones destinadas a posibilitar la comunicación entre individuos y grupos dentro de una determinada formación social, constituyen la base de elaboración de diseños, de mensajes.

En los procesos dominantes, las obligaciones de elaboración y de interpretación de los mensajes, es decir, su codificación y decodificación, son impuestas por la clase dominante. Es necesario diferenciar los códigos de elaboración de mensajes de los códigos conductuales, estos últimos constituyen el conjunto de obligaciones que rigen los actos de miembros de los diferentes grupos dentro de una misma clase social. Los códigos de elaboración de mensajes y los códigos conductuales se relacionan de tal forma que los primeros apuntan a incidir en los conductuales para reforzarlos o transformarlos.

3. Lo diseñado, es el mensaje, lo conforma el signo o conjunto de signos que surgen a partir de códigos conocidos por el diseñador y el perceptor y que llevan a éste a una determinada información. Lo diseñado está constituido por dos componentes inseparables: el dato y la estructura formal; el primero es la función poética, esto es, el trabajo sobre los signos; la estructura formal constituye la función referencial, el plano semántico.

La estructura formal y la selección del tema dependen directamente de la intencionalidad del diseñador, la que a su vez, deriva de la autoevaluación y de la evaluación. "La formación social incide directamente en la estructura de los mensajes".<sup>18</sup>

4. Medios y recursos. Ambos equivalen al canal. Son aquellos de que se dispone para llegar a la realización de lo diseñado, estarán en relación al contexto social del que surgen y responderán al propósito de lo diseñado.

5. Perceptor. Puede ser un grupo o los individuos en relación con el grupo inserto en una determinada clase social, es decir, no se pueden considerar a los perceptores como una masa homogénea, sino que se diferencian por clases sociales y a su vez por los grupos propios de cada clase.

La aceptación o el rechazo de los mensajes por parte del perceptor depende de su autoevaluación como tal y como ser en general. Tanto la autoevaluación como la evaluación se producen a partir de las relaciones sociales vigentes.

El perceptor puede ser conceptualizado por el emisor de dos formas:

- como punto terminal del proceso (caso de los dominantes), de esta forma el perceptor es un perceptor-terminal, su función radica en cumplir lo que le indica el emisor, ya sea la adquisición de una mercancía o su adhesión ideológica. Por lo tan-

to la decodificación es automática.

- como elemento participante que puede recomenzar y aún revertir el proceso. Al perceptor-participante le corresponde una decodificación crítica. Prieto lo considera como la condición necesaria para los procesos de ruptura, especialmente los educativos y los contestatarios a un sistema de cosas vigentes.

6. Referente. La estructura formal, componente de lo diseñado y que constituye el plano referencial del mensaje, conlleva un dato ofrecido al perceptor. Ese dato es un dato sobre algo, se denomina referente a ese algo, esto es:

El referente es el tema del mensaje, de lo diseñado, pero lo diseñado es siempre una interpretación del tema. La relación entre lo diseñado y el referente se da a partir de que lo diseñado es una versión del referente, y por lo mismo, puede ser verdadera o falsa.

Los emisores reales y voceros dominantes ofrecen una visión fragmentaria de la realidad, la que al coincidir con una cierta fragmentación de la vida cotidiana, especialmente de las grandes mayorías, facilita la dominación, que se da a partir de la falta de integración en lo que se hace y en lo que se concibe.

En una relación de textualidad, y recordando que todo mensaje se refiere a algo, es decir, nos dice algo sobre algo, el mensaje diría directamente al referente, pero, todo mensaje

está estructurado de tal manera que no constituye una declaración textual sobre la realidad, sino una versión con una intención específica. Por lo tanto, el referente no se manifiesta clara y totalmente en el mensaje, muchas veces puede aparecer distorsionado.

A la relación de textualidad se le denomina comúnmente denotación, ésta se da a partir de la aceptación ciega de los mensajes que lleva a juzgar al referente sin haber establecido nunca una experiencia directa con el mismo.

El plano de la connotación implica la relación a través de los prejuicios que alguien recibe por su formación individual y social que lleva a la imposibilidad de un conocimiento claro de una relación leal al referente.

Los niveles de denotación y connotación toman al referente como algo estático a lo cual se le adscribe una cierta interpretación. Esto se da porque no se toman en cuenta las condiciones reales en que se produce todo acto de comunicación; el referente no es un objeto, sino un proceso, "un objeto se refiere a sí mismo, se dice a sí mismo. Pero a la vez, en ese decirse todo objeto dice la familia de la cual forma parte"<sup>19</sup>, esto es, el referente de un objeto está dado por los otros objetos que él representa en ese momento. A esas familias de objetos, Prieto denomina como sistema de objetos vigente. "En todo sistema hay que distinguir regiones dentro de las cuales viene

a ubicarse el objeto en cuestión y a partir de las que se le da un valor, se lo califica, se juzga incluso su disfrute".<sup>20</sup>

Cabe mencionar al respecto la clasificación de objetos que Moles A. hace en su libro Teoría de los objetos, utiliza el término cosas para los sistemas naturales, separables y enunciabiles (piedra, rana, árbol), y el de los objetos para los que son realmente de factura humana (como manifestación del homo faber), y que constituyen los mediadores entre el individuo y la sociedad; esto corresponde a lo que Prieto define como objetos naturales y artificiales.

El conjunto de objetos artificiales lo conforman la creación, la producción, la distribución, el consumo y el uso de objetos determinantes y determinados por las ideologías que interactúan dentro de una clase social en un tiempo y espacio específicos.

Ese conjunto de objetos artificiales tenderá a generar o reforzar las formas de concebir el mundo. A cada clase social corresponde un sistema de objetos artificiales que la identifica como clase, y marca los límites de posibilidades de renuncia a su situación de clase, así como sus expectativas.

7. Marco de referencia. Se llama marco de referencia a la comprensión, experiencia y valoración generales e inmediatas de la realidad que se da por medio de la interpretación de lo diseñado por parte de un grupo o un individuo.

Un mensaje es referencial si aparece inserto en un marco de referencia previamente conocido, vivido y valorado.

Existe una relación dinámica entre el marco de referencia, el mensaje y el referente.

El mensaje puede ampliar el marco de referencia.

Los procesos dominantes imponen en cada período un marco de referencia dominante, dicha imposición no es total ni absoluta, de tal forma que los marcos de referencia alternativos tienen concepciones con base en una experiencia directa y en un valor de la realidad, no coinciden con los dominantes y permiten una actitud crítica ante las versiones del sector dominante en el poder.

A mayor contradicción entre los mensajes y el marco de referencia, menor posibilidad de comunicación.

8. Formación social. Se refiere al grupo o clase del que forma parte tanto el perceptor como el emisor. Hay que tomar en cuenta que una formación social no está aislada, sino que tiene todo tipo de relaciones con otras, de tal forma que la ideología dominante de una puede serlo también de la otra. No se puede aislar al perceptor de la formación social a la que pertenece.

Con esto se consideran explicados, en lo general, los elementos que deben formar parte de un proceso de diseño que



plantea Prieto, sin embargo, a partir del análisis de estos, surgen interrelaciones entre ellos, tanto en un proceso dominante como en otro alternativo, lo que a su vez nos plantea la importancia de un diseño alternativo, estas relaciones se plantean en el siguiente punto.

## 2.2. Importancia de la comunicación teoría y práctica alternativas.

Los elementos del proceso crean una serie de interrelaciones que van a caracterizar tanto al proceso dominante como al alternativo, y es necesario plantearlas para determinar la importancia de la comunicación, teoría y práctica alternativas.

Los requerimientos de diseño gráfico, por parte del perceptor, se dan de diferentes formas:

En el proceso dominante, el diseño se sostiene como un requerimiento del desarrollo capitalista, está determinado por la promoción de las mercancías y del modo de vida que a ella le interesa.

En contraposición a éste, existen requerimientos de diseño por parte de grupos que de alguna manera se abren espacio dentro de nuestra sociedad con una intención distinta a la del desarrollo capitalista. Un ejemplo de este tipo de grupos son los realizadores de artesanías.

El individuo requiere del diseño gráfico para infor-

marse de lo que ocurre en su contexto y más allá de éste, también para conocer a través de ciertas formas y sentir algo frente a composiciones correctamente logradas. Esto es, en lo individual se requiere del diseño como instrumento para la educación, lo que constituye un requerimiento perceptual y ubica una alternativa para el diseño.

"No se puede ir contra los requerimientos generalizados, no se puede intentar cambiar la manera en que la gente recibe y consume diseño".<sup>21</sup>

El referente, uno de los elementos del proceso, en el diseño dominante se da como versión de la realidad, la que a este proceso le interesa que sea conocida, y a su vez, oculta una realidad cotidiana, la que viven las mayorías.

El marco de referencia está dado por los otros objetos que el referente representa en ese momento, lo que a su vez, constituye el sistema de objetos vigente, a partir del cual al objeto se le da un valor y se le califica.

El conjunto de objetos artificiales se organiza de tal modo que tiende a generar o reforzar formas de concebir el mundo, esto se da claramente en el proceso dominante que, mediante la publicidad persigue el propósito de homogeneizar conductas y formas de ver la realidad; por un lado crea la necesidad de objetos/status (como los denomina Ricard A.), para acrecentar sus beneficios, y por otro, niega la vida cotidiana de

las mayorías. Cabe mencionar lo que dice Papanek al respecto: "Hay profesiones que son más dañinas que el diseño industrial, pero muy pocas. Y posiblemente sólo haya una profesión que sea más insincera. El diseño publicitario, dedicado a convencer a la gente para que compre cosas que no necesita con dinero que no tiene para impresionar a personas a quienes no les importa, es quizá la especialidad más falsa que existe hoy día".<sup>22</sup>

El sistema de objetos artificiales correspondiente a una clase social se encarga de identificar a esa clase, a la vez que marca las posibilidades de renuncia a su situación de clase así como sus expectativas.

Las concepciones de la realidad y los sistemas de objetos artificiales funcionan como intermediarios para que desde el usuario exista una necesidad, que a su vez, puede ser básica o social, dado que está inmerso en la clase social en la que se dan los sistemas de objetos artificiales. Para quienes tienen acceso al consumo, la condición fundamental del uso de los objetos es la forma de mercancía, mientras que los que no tienen ese acceso sólo tienen la expectativa del uso.

Sin embargo, no se puede hacer a un lado la vida cotidiana de los que sólo tienen la expectativa a ese uso, y que constituyen las grandes mayorías. Esa vida cotidiana corresponde a las concepciones, evaluaciones y percepciones de la realidad que en sus diarias prácticas comparten los integrantes de

un grupo social. El diseño dominante, al tratar de imponer una vida cotidiana al orden vigente, plantea una vida cotidiana funcional a ese orden, pero sucede que la vida cotidiana de esas mayorías es disfuncional a ese mismo orden, por lo que se produce una ruptura. A pesar de esto, los mensajes producidos en un proceso dominante también se dirigen a esas mayorías con el fin de ocultar una realidad y homogeneizar las conciencias. Lo alternativo a este sistema lo constituye la forma en que la gente continúa comunicándose según sus propias necesidades y que van de acuerdo a sus formas de percibir la realidad, a su cotidianidad.

Hasta aquí se han planteado las diferentes formas en las que se manejan los elementos tanto del proceso dominante como del alternativo, cabe mencionar que lo alternativo constituye la contraposición al autoritarismo ejercido por el proceso dominante, a ese tratar de homogeneizar conductas dejando a un lado la expresión individual o grupal, las auténticas necesidades de la gente.

Prieto señala que la comunicación educativa es alternativa del orden comunicacional vigente. Para que se de ésta, es necesario permitir la emergencia de la actividad individual y grupal, es decir, la participación. La participación implica la ruptura del monopolio en la elaboración de mensajes y en el uso de los medios.

En un proceso participativo los elementos formales y el sentido final del mensaje resultan totalmente distintos a los característicos del autoritarismo.

En el autoritarismo, los mensajes son elaborados en función del impacto que puedan lograr en el perceptor, cierran el camino a la interpretación de determinado tema, ofrecen versiones rígidas, no criticables; refuerzan los lugares comunes, facilitan una interpretación a fin de que no se vaya más allá de ella; buscan una sólo respuesta.

Los procesos participativos a diferencia de los anteriores, buscan enriquecer la percepción, servir de expresión individual o grupal, los mensajes elaborados están en función del tema, incitan a la pregunta, al diálogo, a la profundización; apuntan a la creatividad, a la espontaneidad, a la ruptura de lo dado por sabido, abren el horizonte de la pregunta.

"Lo fundamental aquí es que un grupo o un individuo no se expresan solamente para pasar información o para responder a un estímulo, sino que también significan, expresan su propio ser, su cultura, sus formas de percibir y evaluar la realidad".<sup>23</sup>

Cabe citar como ejemplo de un proceso participativo el que, se encuentra en el libro Teatro del Oprimido/1, de Augusto Boal:

Esto surge a partir de un plan nacional de alfabeti-

zación iniciado en Perú, denominado: Operación Alfabetización Integral.

Los objetivos de este proyecto eran:

- Alfabetizar en lengua materna y en castellano.
- Alfabetizar en todos los lenguajes posibles, especialmente artísticos, como el teatro, la fotografía, los títeres, el cine, el periodismo, etc.

En el sector de la fotografía, dado que se trataba de entregar al pueblo los medios de producción, se entregaba una cámara a las personas del grupo a alfabetizar, se les enseñaba su manejo y se les proponía que por medio del lenguaje de la fotografía, el grupo contestara a ciertas preguntas formuladas en español, para después ser discutidas y mostradas las fotografías. Una de las preguntas fue: ¿Dónde vive usted?

Como respuesta a esta pregunta se recibieron fotos de diversos tipos:

"Un día un hombre sacó la foto del rostro de un niño, para responder a la misma pregunta. Claro, todos pensaron que el hombre se había equivocado y le reiteraron la pregunta:

Usted no comprendió bien; lo que queremos es que nos muestre dónde vive usted. Saque una foto y muéstrenos dónde vive. Cualquier foto: la calle, la casa, la ciudad, el río...

- Aquí está mi respuesta. Aquí vivo yo.

- Mire su rostro: hay sangre. Este niño, como todos los demás que habitan por acá, viven amenazados por las ratas que pululan en toda la orilla del Rimac. Los perros protegen a los niños atacando a las ratas y haciéndolas huir. Pero hubo una epidemia de sarna y la Municipalidad anduvo por acá capturando a muchos perros y se los llevó. Este niño tenía un perro que lo cuidaba. Durante el día sus padres se iban a trabajar y él se quedaba con el animal. Ahora ya no lo tiene. Hace unos días, cuando usted me preguntó dónde vivía yo, las ratas habían venido mientras el niño dormía y le habían comido una parte de la nariz. Por eso hay tanta sangre en su rostro. Mire la foto: ésta es mi respuesta. Yo vivo en un lugar en donde cosas como ésta todavía ocurren...

Yo les podría escribir una novela sobre los niños de las barriadas del Río Rimac; pero sólo en fotografía, y en ningún otro lenguaje, se podía expresar el dolor de aquellos ojos infantiles, de aquellas lágrimas mezcladas con aquella sangre. Y para mayor ironía y rabia, la foto era en Kodachrome, made in U.S.A...<sup>24</sup>

Aquí el perceptor se expresa a través de un medio que le ha sido proporcionado (la cámara fotográfica), pero a su vez, lo hace por medio de un símbolo que tiene un valor

dentro de su comunidad, dentro del grupo social al que pertenece.

Cabe mencionar una cita de Prieto al respecto que explica todos los aspectos que plantea dentro de un proceso alternativo: "En un proceso de transformación todo medio de comunicación es válido, lo importante es qué expresa a través de él, lo importante es quienes se expresan".<sup>25</sup>

Asimismo Prieto plantea que para que se de un proceso alternativo es necesario observar ciertos puntos:

- Analizar los medios de difusión colectiva, los mensajes y relaciones que se dan a cargo de diferentes instituciones y, finalmente la comunidad, lo decisivo de este análisis es que la propia comunidad participe en su elaboración.
- Conocer las formas de expresión que se dan en dicha comunidad, ya que mediante esas manifestaciones, la comunidad responde a una manera de enfrentarse a la realidad, de mostrar o de ocultar actitudes a ella.
- Los medios de difusión colectiva deben ser evaluados a partir de sus condiciones concretas de funcionamiento y, sobre todo, por la forma en que con ellos se relacionan los perceptores.

\*En términos de comunicación, el autoritarismo significa la imposición de concepciones y evaluaciones de la realidad, la reducción de seres y situaciones a estereotipos, la frustración de cualquier forma de expresión individual o gru-



pal, la negación de lo que cada quien puede desarrollar y reconocer en sí mismo y en su relación con los demás...

La comunicación alternativa no se explica desde la comunicación misma, sino desde relaciones sociales alternativas: la noción de alternativa debe ser entendida en conexión con la ruptura del autoritarismo; si la clave del autoritarismo está no sólo en lo general sino también y fundamentalmente, en la estructura de la vida cotidiana, pensada en términos individuales, interpersonales y grupales la comunicación alternativa sólo tendrá validez, sólo será si recupera del autoritarismo esa vida cotidiana en sus instancias individuales, interpersonales y grupales".<sup>26</sup>

## CAPITULO 3

## DEFINICION DEL PROBLEMA.

El problema es la Comunidad 2 de Octubre, un grupo concreto de la clase perteneciente a los marginados, como posibilidad de aplicación de diseño alternativo.

"A cada modo de producción, a cada tipo de relaciones corresponde una forma especial de comunicación, y en nuestro caso de diseño gráfico".<sup>27</sup>

El rasgo esencial de esta comunidad, que la caracteriza y permite ubicarla dentro de un grupo concreto, es la demasía de necesidades primarias (vivienda, alimentación, etc.) que presenta, y obviamente es lo primero que comunican. Una de estas grandes necesidades es la higiene, manifestada por expresiones orales y vivenciales de la misma comunidad.

Es importante resaltar que a la gente no sólo les interesa comunicar sus problemas sino resolverlos y participar en la solución; el diseño está para satisfacer necesidades, no para crearlas.

Todo lo anterior, no ubica a la Comunidad 2 de Octubre como un conjunto especial o desubicado, sino al contrario, lo incluye profundamente dentro de todo un contexto histórico, socio-económico y político; que influye en la forma de ser de sus componentes, sus satisfactores y su lucha por la obtención de los servicios indispensables que requieren como individuos y como comunidad.

### 3.1. Descripción de la realidad.

#### 3.1.1. Geográfica.

El Distrito Federal, capital del país, limita al Norte, Este y Oeste con el Estado de México, y al sur con el de Morelos. Pero en realidad, estos límites se tornan difusos ya que en su crecimiento ha incorporado no administrativamente, pero sí de hecho a varios municipios del Estado de México, como Naucalpan, Tultitlán, etc. y a esta zona (Distrito Federal con municipios) es a lo que se le denomina zona metropolitana.

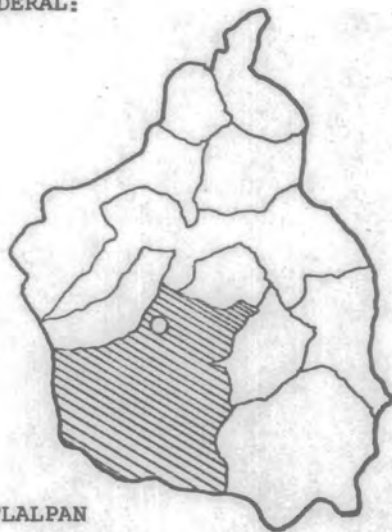
El Distrito Federal, compuesto por 16 delegaciones o regiones administrativas, se encuentra a 2,240 m. de altitud, y ocupa 11 499 Km.<sup>2</sup>, que equivalen al 0.075% del territorio nacional. Paradójicamente, en este espacio, se encuentra el 13.9% de la población del país; contemplándose la zona metropolitana el porcentaje asciende al 20%.

Una de las delegaciones administrativas que cuenta con más área, es la delegación Tlalpan ubicada en el sur de la capital. En esta zona se encuentra el volcán El Ajusco, límite topográfico de la Cuenca del Valle de México y considerado como Parque Nacional.

En el Kilómetro 8.5 de la carretera al Ajusco se halla la Comunidad "2 de Octubre"; el clima que prevalece es nublado y tormentoso, ventilado y poco oscilante, registra,

además, alta humedad, aunque es el área menos contaminada de la metrópoli.

DISTRITO FEDERAL:



TLALPAN

COLONIA: 2 de Octubre,  
ubicada en la zona sur  
del D.F., dentro de la  
delegación de Tlalpan;  
en el Km. 8.5 de la ca-  
rretera del Ajusco.



DELEGACION TLALPAN.



"... y como están pequeños, pues yo siento que este es el lugar más adecuado para ellos, o sea, para que jueguen. Porque ya ve cuando renta uno, pues, no tienen este lugar donde jugar, y aquí pues..."



Tiene una extensión de 24 hectáreas, por las que se puede llegar por dos vías: por el Norte la Avenida 35, y por el Sur, la carretera del Ajusco.

Está limitada al Norte por las colonias: Jardines del Pedregal, Héroes de Padierna, Torres de Padierna y López Porti-



llo; al Poniente, por Bosques del Pedregal y López Portillo; al Oriente, por Belvedere y Jardines del Pedregal y al Sur por los bosques del Ajusco. Cabe hacer mención que en los límites del Norte está la vía del ferrocarril México-Morelos.

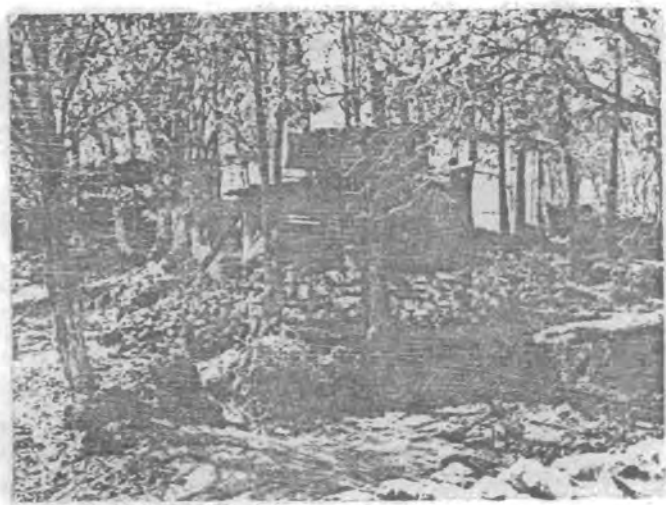


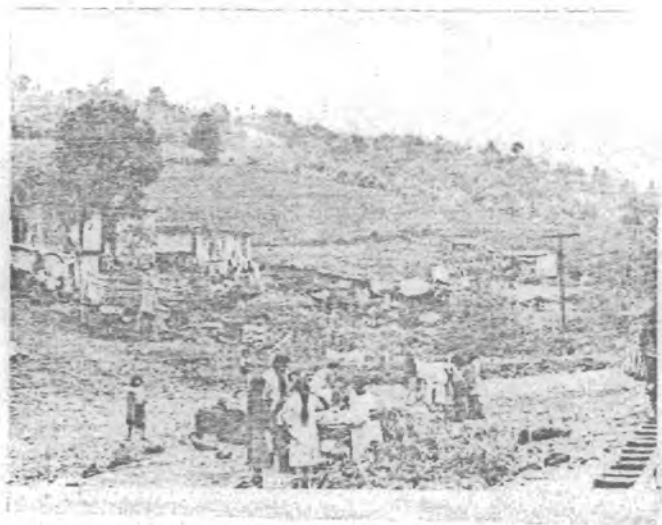
La topografía, por pertenecer a un volcán, presenta un tipo de suelo pedregoso y desniveles que van desde el 5% hasta el 83.3% como máxima.

"... bueno, esta escuela que tenemos, nosotros la levantamos, mano de obra de nuestros maridos; algunos de los -bueno, sí, algunas personas que tienen maridos- que vinieron a hacerlo. Pero aquí era un cerro, como así ve usted, el cerro éste. Todo lo estuvimos bajando, y eso fue trabajo de pura mujer, la mayoría de puras mujeres, bajar ese cerro y aplanar para que se levantara la escuela, se levantaron tres aulas..."









### 3.1.2. Socio-económica y política.

La comunidad 2 de Octubre, no es un caso aislado o especial de la evolución social mexicana; es el resultado del crecimiento desmedido y excepcional, humano y urbano, que se ha dado en la zona metropolitana. Está absorbida por esta ciudad, que sólo brinda a estos núcleos humanos, el enfrentamiento a opciones críticas, determinadas por el caótico proceso de urbanización que caracteriza el desarrollo en los últimos decenios.

La comunidad, es un ejemplo del resultado de este proceso, que apoyado en una limitada industrialización elimina la economía básica del campo e incorpora a la zona urbana todos los espacios próximos, y lo más grave, a la gente de zonas rurales, provocando estos núcleos sociales. Con base en estadísticas realizadas en esta comunidad, se determina que la mayor parte de la población viene de provincia (74%) y la principal causa es la falta de recursos y el alto costo de la renta (68%).

¿Por qué se vinieron?

- "Pos por la necesidad. Venimos del Estado de México, ¿sabe por qué? Porque sólo da una cosecha. Ahora ya no da ni la milpa, ni nada".

- "Porque ya tenemos un "lugarcito" donde vivir".

- "Es que yo siempre andaba rentando, y pos es una,

es una lata con niños, que no lo quieren a uno, que porque son latosos y equis cosa..., y este, y se presenta una oportunidad, pos que bueno, que tengan algo en que vivir".

- "Fuí gente que estuve rentando y que me decían señora dice o controla a sus hijos o se va a la calle, desgraciadamente dice no que sus hijos bajan corriendo, que sus hijos tiran el agua, que sus hijos andan jugando aquí, entonces digo, son niños, son niños que que pues tienen que jugar, y desgraciadamente hay vecindades, porque son vecindades, digo son covachas que rentan a precios altos ¿si? y que quieren este, por decirlo así hacerlos pasar como condominios que no corras, que no rayes, que no brinques, que no esto, que no lo otro..."

Hay problemas que posiblemente, en la comunidad, en este momento no sean vitales, como es la cantidad de habitantes; pero haciendo un análisis comparativo del espacio per cápita, actualmente son 1,800 habitantes en un espacio de 240 mil metros cuadrados, lo que arroja un resultado de  $133.3 \text{ m}^2$  por persona; si se toma la tasa de crecimiento natural de la población, para todo el país en 1980 es del 2.7%, pero para la zona metropolitana asciende al 4.3%, por lo tanto en la comunidad se presenta un crecimiento natural de 80 personas aproximadamente, esto aunado al problema planteado en el párrafo anterior y al grado educacional (actualmente el 65% no estudia y de estos el 44.0% estudió parte de la primaria) se crea un problema de

explosión demográfica. (Se calcula que diariamente ingresan a la zona metropolitana un millar de personas).

La comunidad 2 de Octubre es un ejemplo claro del problema, indirecto y consecuente, ecológico que presenta la zona metropolitana; el proceso de urbanización y en contraposición el de desertificación, aceleran el agotamiento y degradación de los recursos naturales. Se plantea que es indirecto, en cuanto, que es la lucha de un grupo por la satisfacción de una necesidad primaria de subsistencia, la vivienda. Y es consecuente al sistema administrativo del suelo que maneja el gobierno; plantea que son zonas de amortiguamiento, y por lo tanto, no está "permitido" el uso del suelo para vivienda, pero la colonia Belvedere, limitante de la comunidad, es residencial con bosques privados.

Al ser una comunidad marginada, no cuenta con una infraestructura urbana, (agua, luz, pavimentación, etc.); el sur, de la comunidad, limita con la carretera del Ajusco, por la cual transitan autobuses que bajan a la ciudad, pero hacia el norte, hay que bajar una cuesta de piedra, aproximadamente 1 Km. de distancia, para llegar al lugar más cercano en donde pasan autobuses, así se suman a los problemas existentes en la ciudad; en la cual la concentración de servicios y fuentes de trabajo en otras porciones de la ciudad (el antiguo centro para el comercio y ciertos servicios, y el noroeste, norte y noreste

para la industria) provocan un traslado de miles de personas, lo cual afecta la vialidad y medio ambiente y merma en gran medida la economía de estas familias; esto se marca más por el fuerte contraste que se da en la ubicación de la comunidad, junto a las residencias de la colonia Belvedere, la pretensión imitativa del "Reino Aventura", y lo absurdo del restaurante "Dinos".

"... hay que, hay que protestar, porque digo, desgraciadamente el mexicano y la gente pobre somos la gente más



reprimida y no es tonta. Porque mientras estamos solos, "nadien", pues, no "nadien" es él, no siente esa necesidad aunque la tenga o no, no siente una esa necesidad de defender los derechos, los derechos de uno".

- "... cuando nosotros hacemos faena, muchos niños chiquitos que apenas pueden caminar ahí andan con su tierrita ¿si? andan ven que mamá o papá anda anda acarreando piedra, abriendo calle, los niños también lo hacen ¿si?. Acarrean sus piedras, acarrean su tierra como ellos pueden y andan ayudando, digo, cosa que a uno de madre, se enternece uno hasta las lágrmas".

- "... Nosotros ya no estamos esperanzados a las autoridades, (...) bueno, esta escuela que tenemos nosotros la levantamos..."

**Camino al Ajusco**  
Ahu



Reabrió la delegación de Tlalpan la carretera al Ajusco, con el apoyo de 100 elementos policíacos

Agentes de la D.F. en el Ajusco. Fotos de...

La Unión de San Nicolás puso demanda; sólo muertos nos sacarán, señalan

defensa... El Fi...

Todo lo que se construya en el Ajusco será demolido: el DDF

**Grupos del Ajusco**



**Sombras en el Ajusco**

Angel Mercado/1

...me dijo, recordando la...  
...de la tierra por cosas que...  
...chudo unas horas antes. Ocho de la...  
...cuando minutos. Después a por los...  
...ulaciones y disparos de rifle. Poco...  
...raro en el Ajusco. Sigue adelante. Al...  
...de una amara de, nos los colamos...  
...alajados a la...  
...do de la zona...  
...como Alberto...  
...a subir la col...  
...do a tomar...  
...de los muertos...  
...sancos ya l...  
...reales mueren

**Terreno en el Ajusco** El Figón



**Derriban Miles de Arboles en Tlalpan Para Construir un Fraccionamiento**





Las 24 hectáreas, que ocupa la comunidad, están seccionadas en 24 manzanas, en las que se ubican 380 familias, una escuela primaria, una pre-primaria y el centro para asambleas, que a su vez contiene las oficinas del movimiento y un dispensario. Existe un promedio de 15 familias por manzana, las cuales están compuestas por 5 miembros cada una, considerando que es una población de 1,800 personas (dato al mes de marzo de 1983).

Como se mencionó, la mayor parte de esta población es de origen provinciano, el 74 %; y la causa principal de movili-

zación de la comunidad es la falta de recursos y alto costo de las rentas (60 %). Si se considera el factor provincia, se ubica a estas personas como migrantes y por lo tanto, la mayoría son campesinos, que por consecuencia, ya tienen una ideología: la importancia de la propiedad de la tierra como patrimonio familiar y de posesión legal, por lo que a pesar de tener una idea sobre el carácter fraudulento del fraccionador, lo acepta como una manera de tomar posesión de la tierra.

De aquí surgen los movimientos de luchas de colonos, es decir, los colonos se unen para que su posesión sea reconocida legalmente como tierra comunal, y esto es lo que constituye su primer punto en la lucha. Lo anterior se da paralelamente con otros puntos, por lo tanto, no se pueden enumerar jerárquicamente dado que estos se expresan desordenadamente y sin considerar prioridades. Son las situaciones cotidianas, desde el exterior y en el interior, las que obligan a los colonos a optar en un tiempo por alguno de los factores, pero éste puede cambiar bruscamente por variables no controlables, por ejemplo: la invasión a la comunidad por las autoridades, el aumento de desempleo, algún brote epidémico, etc.

- "... empezaron, según a decir los comuneros que empezaron a vender, y, no falta quien le diga, "verdá", ahí venden terrenos, lo quiere, vamos a ver".

- "Ya tengo un terreno, ya no me muevo."

Los aspectos participativos, en el movimiento, como son plantones en dependencias gubernamentales, asambleas, guardias, etc., están determinados por las mujeres y los niños. Esto es consecuencia, por un lado, de la ideología de la mujer en México, - ver por la renta, por los niños, por la salud, etc.- y por el otro lado, por la conformación misma de la comunidad.

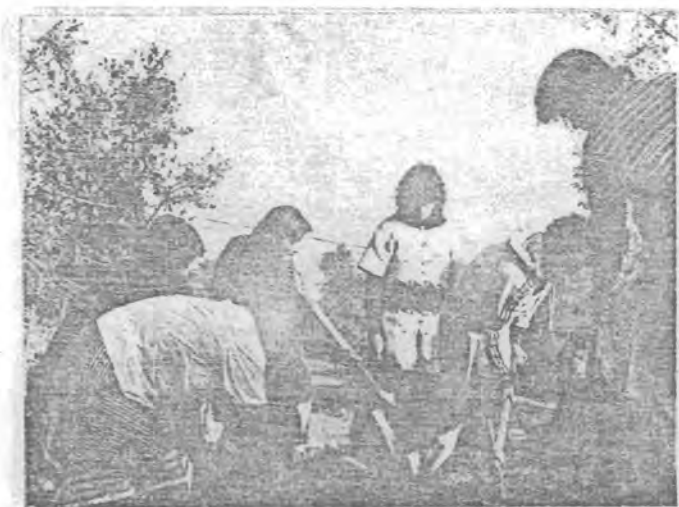
Del total de habitantes el 45.9 % son mujeres (827), de ese mismo total (1,800 hab.) 921 personas tienen entre 0 y 15 años, lo cual, representa el 51.2 %.

- "Desgraciadamente y afortunadamente en este movimiento hay muchos niños que se que se han dado cuenta ¿si? de cómo es el movimiento, hay muchos niños que a uno de madre le llega en el alma ¿no? porque digo no es como chiquillos normales, no, no, en el aspecto de otra cosa, sino que, pues hay niños que andan cantando por ejemplo los niños así de otras colonias que parchis chis chis y todo eso ¿no?. No y aquí no. Aquí, nuestros niños lo primero que dicen "el pueblo unido jamás será vencido" ¿si? y entonces gritan consignas que que deberían que ya se les está haciendo conciencia de que sino trabajamos incluso ellos mismos ven (...) acarrear sus piedras".

- "Todos le entramos al trabajo, pero, digo, no nos amedrenta el agarrar el pico, el agarrar la pala, digo, aquí hay muchas compañeras que digo, que eh, incluso yo lo se porque "pus" yo, mis manos eran de secretaria y ahorita tengo unas manos de hombre que no puedo con ellas y como yo hay muchas compañeras, hay muchas compañeras que dicen cuándo pensaba yo agarrar una pala, pero ahora lo hacemos por el bienestar de nosotros y de nuestros hijos más que nada".

- "en cierta forma, desgraciadamente o afortunadamente, esta lucha se está llevando casi por la, o, por la mayoría

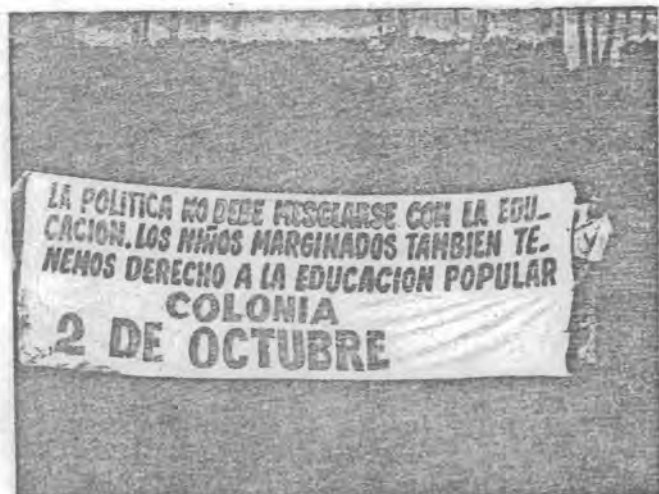




en mujeres, pues ya que el marido se tiene que ir a trabajar ¿no? (...) otro de los motivos es que algunas mujeres son solas, ..."

El aspecto educativo, no se ha olvidado, en la lucha de la comunidad, y se considera un aspecto vital; por lo cual han logrado grandes avances. No obstante presenta fuertes problemas en este aspecto, ya que como se comenta al principio de este capítulo, están inmersos dentro de la sociedad de la zona metropolitana.

Actualmente estudian sólo 640 personas que representan el 35.6 %, mientras que los que ya no estudian son 1,160 personas, 64.4 %. De las que estudian actualmente, la mayor can



tividad se encuentra en el nivel primaria (471 personas, 73.6 %), al igual, las personas que ya no estudian, la mayor parte llegó a este nivel (516 personas, 44.5 %); en total de la gente, que tienen o tuvieron una educación, 987 se ubican en el nivel primaria, que representa el 54.8 % de la población, abajo del promedio del total de la zona metropolitana que es el 57 %. En contraposición con los datos anteriores, se encuentra que el índice de analfabetismo es de 9.3 % (167 personas) abajo del 17 % de la población de la zona metropolitana, que a su vez es menor contra el nivel nacional.

Los dos problemas más graves que se presentan, en base a lo anterior, y que sólo tienen una solución a largo plazo son los siguientes:

1. Que la menor parte de la población (35.6 %) estu-

dian actualmente; de estos, el 73.6 % (471 personas) están en el nivel primaria; de este total de 471 personas, 298 se encuentran en los tres primeros grados, esto es el 63.3 %, por lo cual deberán pasar aproximadamente, 10 años para que tengan un nivel de técnico calificado. De los que ya no estudian, (1,160 personas) la mayor parte (516) sólo llegó a nivel primaria, y dentro de ésta, el 53.4 % llegó a los tres primeros niveles y el 46.6 % llegó a los tres últimos.

En ambos casos, cabe hacer mención, que a los primeros les falta mucho tiempo para llegar al nivel que se solicita actualmente en los empleos, y los segundos, lo más grave, por ser la mayoría, no tienen ese nivel, que es el de técnico especializado.

2. El nivel de técnico sólo alcanza en el total de habitantes el 4.3 % (77 personas) muy por abajo del 20 % de la zona metropolitana.

Por consiguiente el único factor que puede eliminar todas estas deficiencias educativas, son la concientización que ya tienen, de este aspecto educativo, y los deseos de dejar a sus hijos algo mejor; el mejor ejemplo lo constituye la construcción, por parte de la misma comunidad, de una primaria y una pre-primaria, sin esperar soluciones externas tardías.

- "... la directora de esta escuela, bueno esta escuela

la que tenemos nosotros la levantamos (...), entonces se, se luchó entonces, ya porque nos mandaran este, maestros, bueno, empezamos a ver que eran insuficientes esas tres aulas, eh, se pidió, ya llegó la directora y se pidió dijo no, dice "pus" que las autoridades que yo fui y que me dijeron que sí, que se portaron muy amables, nosotros, lo que le decimos a la directora, sabe qué directora, nosotros conocemos a las autoridades, no, pero que me recibió muy amable, que me ofreció, O.K., vamos a ver si le cumplen, O.K., si, muy bien, nos hicieron tres aulas muy bonitas, había muy bonitas, unos vidrios grandes, unos ventanales hermosos, ¿que fué lo que pasó cuando fue el 12 de ...?, creo el 20, no sé, no me acuerdo de qué fecha, pero no tiene mucho, vino el airecito y ¡zás! abajo ¿si?, vidrios enci-





ma de los niños, eh, láminas encima, bueno, fue, fue un desastre. Que se vino abajo las tres famosas aulas que nos regaló con nuestros impuestos nos regaló la Secretaría de Educación Pública (...) de esa escuela, dijo la directora, no, no toquen nada, las autoridades van a levantar la escuela, ¿qué fue lo que pasó? no levantaron nada. Que hicimos por la urgencia, que nosotros teníamos de que a pesar de que nuestros hijos ya tenían mucho tiempo perdido para entrar a la escuela..."

En el renglón económico, ya se planteó que, uno de los elementos más afectivos es la falta de educación y por ende de capacitación; pero tal vez, lo más agravante de la situación económica de la comunidad es el paralelismo entre su lucha y el momento histórico-económico de México. Baste recordar que a partir de la inflación de septiembre de 1976 hacia 1983 se ha incrementado la crisis económica, repercutiendo de una manera más marcada en los sectores de menor posibilidad económica.

Se estima que la población económicamente activa (P.E.A.) de la zona metropolitana es del 24 %, mientras que en la comunidad es de 24.7 % (444 personas), pero lo más agravante es el subempleo que contiene este dato, ya que, de estas 444 personas, sólo 198 cuentan con un salario fijo, mientras que el resto (246 personas, 55.4 % de la P.E.A.) no lo tienen. Esto

permite plantear que la economía de la comunidad (1,800 personas) está basada en el 11 % (198 personas) del total de la población.

La tasa de desempleo se ubica en el 1.8 %, que se agrava cada vez más si se considera que la generación de empleos en promedio anual de 1978-81 era de 5.4 % y durante 1982, se redujo en 0.8 %.

De las actividades que desarrolla la P.E.A., las que tienen mayor importancia es el sector industrial (165 personas, 37.16 % en relación al total de la P.E.A.), el sector construcción (80 personas, 18.02 %) y el sector servicios (196 personas, 44.14 %). Cabe hacer mención que a nivel nacional, se estima que en 1982, el sector industrial redujo la ocupación en 3.1 %, la construcción 4.2 % y el comercio 1.4 %.

A la falta de capacitación, la mínima tasa de P.E.A. y la baja en los sectores donde se ocupa principalmente la comunidad, se auna un elemento más, que es el ritmo inflacionario. El índice de precios al consumidor en la ciudad de México (tomando 1978=100), el índice general pasó de 191.9 en 1981 a 302.4 en 1982, dentro del cual, las que presentan mayor alza son: los productos básicos (alimentos de 190.0 a 284.2, ropa y calzado de 198.5 a 308.8 y la vivienda de 209.0 a 332.4). Como puede observarse, estos productos básicos tienen un índice mayor que el general.

Se puede sintetizar que la situación económica de la comunidad es bastante precaria, y por consecuencia débil, tiende a agravarse más por la influencia de factores que sufre el conjunto de la zona metropolitana y en ventaja sólo tienen la conciencia de trabajo de grupo.

- "Bueno, pues yo veo que toda esta lucha que se ha llevado, pues, con la participación de todos, la hemos llevado adelante, hasta en este momento no nos hemos rendido, sino seguimos adelante y esperemos que sigamos adelante".

- "...pero, digo, pues, pienso yo que esta lucha nos ha servido a muchas si para abrirnos los ojos ¿si? para ver que unidos podremos lograr mucho, este porque realmente como lo vuelvo a repetir tenemos a algunos de nuestros esposos por ejemplo trabajando, que, que pues que dicen cómo es posible que me estén, me estén, este, pues, acabando, matando, matando trabajo y me paguen tan poco, ¿si?, pero que desgraciadamente es una persona la que lo piensa así y otras dicen no, no mano pues sí y o renuncio o trato de denunciar eso, me quedo sin trabajo, y aquí nos estamos enseñando a que todos unidos podamos luchar por los ideales de uno mismo, estamos aquí luchando por todos".



En lo que se refiere a la tipología de vivienda predominante en la comunidad:

Los terrenos tienen un área aproximada de 250 m.<sup>2</sup>

Los colonos ocupan un área mínima del espacio total de sus lotes para la construcción del cuarto, que constituye el único espacio cubierto.

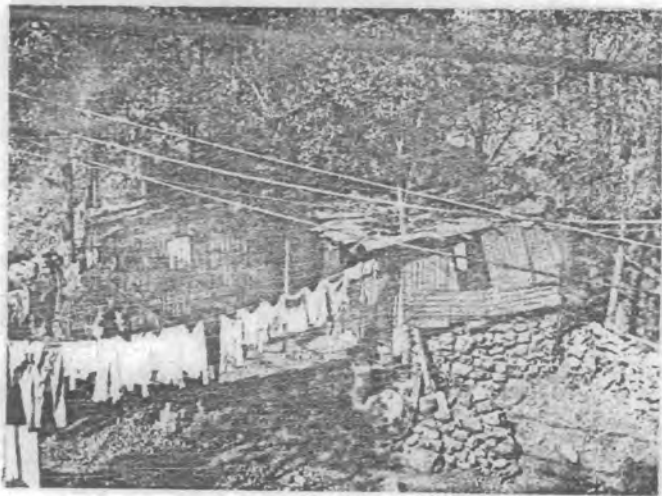
El espacio cubierto es utilizado para dormir, cocinar y comer. En la construcción de este espacio se utilizan materiales diversos como: cartón asfáltico, piedra, tabicón, lámina galvanizada, etc. El cartón asfáltico en los muros es el material que predomina en la colonia. El piso es de tierra.

El patio se utiliza para realizar sus actividades cotidianas: lavar, necesidades fisiológicas, jornadas familiares y algunas veces para cocinar, comer, convivir y para la crianza de animales.

Se concluye que la tipología constructiva de la colonia es el cuarto redondo con materiales poco duraderos.



Los lotes en la colonia están divididos por bardas de piedras de aproximadamente un metro de altura, lo que permite la comunicación entre los colonos.



No existen calles pavimentadas, están conformadas por caminos de tierra abiertos por los integrantes de la comunidad.

Entre los servicios con los que cuenta la comunidad, como ya se mencionó, están: una escuela primaria, autoconstruida formalmente con tabiques; una pre-primaria, que aún no está en funcionamiento debido a la carencia de maestros; un dispensario y las oficinas, ubicados en el terreno dispuesto para la realización de asambleas, estos dos últimos construidos de la misma forma de construcción del tipo de vivienda predominante.

Actualmente se construye una cooperativa en la que se pretende que los colonos sean los mismos que trabajen y vendan los productos. En funcionamiento dentro de esta cooperativa está una máquina para tortillas.

Entre los negocios existentes en la colonia, propie-



Pre-primaria:

dad de colonos particulares, se pueden mencionar: tres de frutas y legumbres, uno de pan, una sala de belleza, dos de ropa usada, dos de refrescos, 3 tiendas, 1 pollería y 1 plomería.

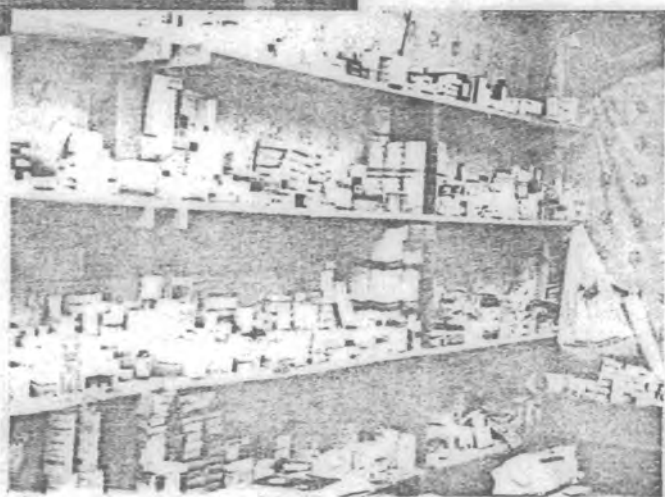


Escuela  
Primaria.





Dispensario.





Carnicería.

Todo lo anteriormente expuesto: industrialización de la ciudad y la agricultura, migración de campesinos en busca de mejores condiciones de vida, creación de numerosos grupos de desempleados y subempleados, falta de acceso a la vivienda por medio de un mercado regular, disponibilidad gratuita o a bajo precio de lotes en la periferia, respuestas paliativas por parte del Estado, desubicación educativa y económica dentro de una sociedad, necesidad de autodotación de servicios; crea, necesariamente, una ideología política, ya que como Daniel Prieto plantea: "Una comunidad consiste en la trama de relaciones correspondientes a su vida cotidiana. Trama de relaciones que se expresan en lenguajes, gestos, vestimentas, objetos, espacios, ritos, costumbres, expectativas, creencias, estereotipos, con-

ceptos, formas de amistad, de amor y de autoritarismo, juegos, trabajo..."<sup>28</sup>. Asimismo agrega que una comunidad no es nunca un todo homogéneo, está atravesada por la contradicción, por las diferencias que surgen a partir de sus vivencias.

Esta ideología política puede resumirse en los siguientes puntos:

1. Posesión de la tierra como patrimonio familiar.
2. Reconocimiento legal de esta propiedad.
3. Crear conciencia como grupo.
4. Equipar a la comunidad de una infraestructura y servicios básicos.
5. Mejoramiento del nivel de vida, tanto individual como grupal.

De todo esto surge la necesidad de crear un sistema político organizado, que contemple dicha ideología, el cual está conformado de la siguiente manera:

Presidente.

Srio. General.

Sria. de Relaciones.

Sria. de Finanzas.

Sria. de Difusión y Prensa.

Sria. de Acción Cultural.

Sria. de Acción Social.

Sria. de Acción Femenil.

Sria. de Acción Deportiva.

Sria. de Acción Juvenil.

Sria. de Actas y Acuerdos.

Comisión de mejoras cívico, moral y material.

Sria. de Vocales.

Una conciencia de grupo permite que la toma de decisiones, para solucionar los problemas, sean manejadas y aprobadas por consenso dentro de la misma comunidad, para lo cual, se reúnen una vez por semana, en asamblea general, además, para informar o discutir decisiones.





Para una comunicación inmediata y constante, está el Comité de Información Popular conformado por un representante de cada manzana, que organiza las comisiones para llevar a cabo las actividades necesarias, como marchas, plantones, guardias o faenas. La existencia de este tipo de organizaciones requiere un apoyo económico, determinado por la contribución de los mismos colonos, no obstante la debilidad de su economía.

Por último, cabe mencionar, que no se encierran en ellos, su misma ideología les obliga a dar su apoyo a otros grupos: otras colonias, doctores, desempleados, maestros, etc.

- "...porque aquí todo, todo el movimiento se ha llevado, ha estado muy bien llevado por nuestros compañeros, Jesús

y Manuel, a los cuales nos han dicho que hay que salir a comisión, a tal parte, que al Departamento, a la Delegación..."

- "En mi manzana (...) todos están conscientes de lo



que estamos haciendo aquí".

- "espero que sigamos si todos los colonos estamos conscientes a lo que estamos aquí".



### 3.2. Antecedentes.

Unión de Colonos de San Nicolás Totolapan. Hoy Colonia 2 de Octubre.

1977 - Llegan a la colonia.

(Algunos compraron los terrenos, otros llegaron después).

Los terrenos en litigio:

(Hace mucho): pertenecieron inicialmente a la fábrica "La Fama Montañesa", la que al quebrar les pagó a sus trabajadores con terrenos. Los trabajadores después, vendieron sus terrenos a la inmobiliaria Rena, la que a su vez, vendió los terrenos a algunos de los colonos.

Terrenos en litigio entre colonos y ejidatarios y autoridades.

1979 - Noviembre - 5 - Reciben los colonos amenaza de desalojo por parte de las autoridades.

- 8 - Los colonos recurren a tramitar un amparo (77/80).

- 16 - El juez dicta el amparo 77/80 como suspensión provisional.

- 21 - Los colonos son rodeados por granaderos.

Al otro lado de la vía del tren es establecido un campamento de policía montada



que impide el cruce de la vía y vigila a los colonos.

- 22 - Desalojo de los colonos por parte de las autoridades. A raíz de esto la colonia se llama 20 de Noviembre.

Se van los colonos a vivir en la vía del tren mientras se resuelve lo referente al amparo.

1980 - Septiembre - 17 - El juez dicta en el amparo 77/80 la suspensión definitiva en primera instancia.



- 19 - La delegación Tlalpan utiliza el recurso de Revisión para revocar la sentencia.

El magistrado encargado de la revisión del amparo 77/80 dictado por el juez, tarda un año en resolver.

1981 - Febrero - - - - - La S.R.A., ordena el deslinde de terrenos de propiedad privada y ejidal.

El Campamento 2 de Octubre + Col. San Nicolás Totolapan + organizaciones campesinas de diferentes estados (Son., Sin., Gro., Ver., Oax., Chis., Mor., Edo. de Méx.) hacen una petición...

Marzo - 2 - - - - - Represión del Campamento 2 de Octubre.

Junio - 11 - - - - - El magistrado reafirma la sentencia definitiva dictada por el juez.

Agosto - 19 - - - - - El delegado ordena el reacomodo de los colonos, pero simultáneamente avisa a los ejidatarios (Av. 35 por abajo de la vía), para que estos impidan el supuesto reacomodo, por lo que los colonos quedan igual.

Septiembre - 13 - - - - - Toma de tierras por parte de los colonos con base en el amparo 77/80.

Octubre - 2 - Se queman las casas construidas por los colonos y les roban sus pertenencias, (se dice que la quema es organizada por las autoridades en colaboración con los ejidatarios (disfrazados de comuneros). De aquí surge el nombre de la colonia: Colonia 2 de Octubre.

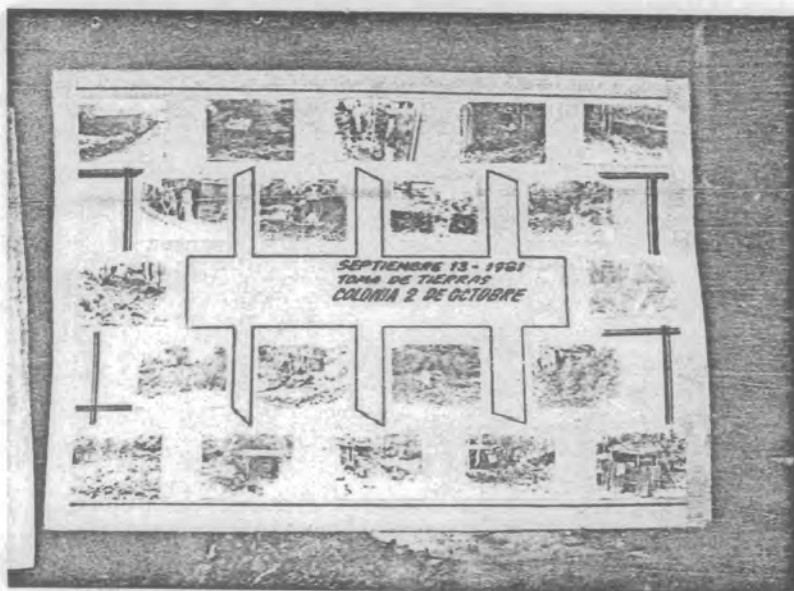
Noviembre - - (un mes después). Los colonos construyen tres aulas para formar la escuela primaria.



- "... por lo que nosotros hemos deducido, "pos" fue una conjura que hicieron, entre el Delegado González Aragón y los ejidatarios, porque "pos" desgraciadamente no sabemos si

gente de aquí o en qué forma se enteran esas gentes que pues que, salimos a comisión".

- "Porque desgraciadamente uno de pobre, pues, lo pisotean, y eso lo que las autoridades hicieron ese 2 de octubre. Pisotearnos, pisotearnos, burlarse de nosotros, porque sabiendo que no estábamos, vinieron, se conflagraron, hubo policíafas, por que encontramos placas, encontramos, incluso había armas reglamentarias, que digo, que no cualquier gente la tiene, que digo que sería una estupidez de parte nuestra pensar que eran simplemente, este, ejidatarios ¿no?. Sí venían ejidatarios, pero también venía personal de la policía montada..."





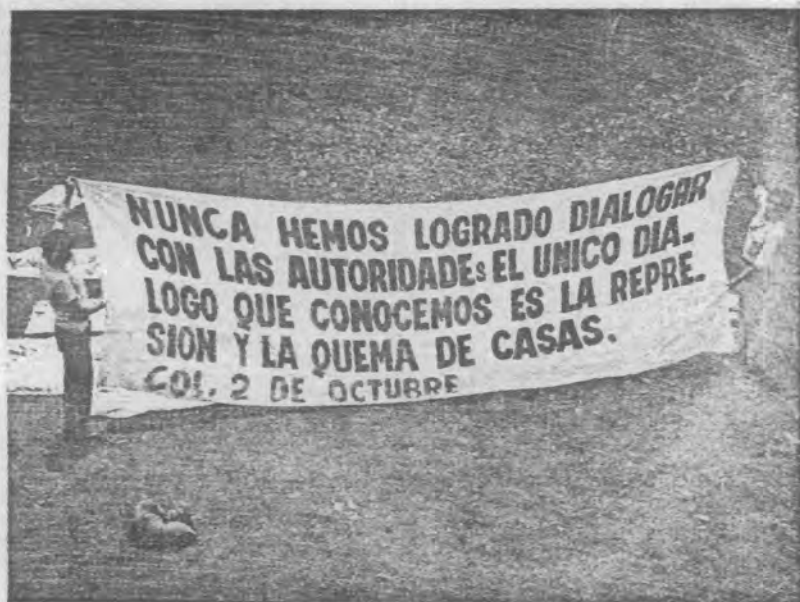
- "... entraron y balaceando y silbando y, y, amenazando a la gente, hubo gente, tenemos compañeras aquí, a las cuales las, las atacaron, salvajemente, porque digo, más que nada que saben que son gentes que pues que ya quieren que yá; hay gente pobre que dicen ya basta de que nos estén pisoteando ¿no?, entonces hay gente que dice no, ¿por qué? y se puso al brinco como vulgarmente se dice, se puso al brinco y esta gente la, las golpeaba, las arrastraba, las sacaba, les aventaba petróleo, y o te sales o te quemó, chiquillos así, que parece cosa increíble, chiquillos que todavía se acuerdan".

- "... inclusive, "pos" como usted dice de la quema, "pos" fue un poco dura para nosotros el ver eso, inclusive esa vez, pues, salimos a comisión, casi no había gente aquí en la

"coloña" y "pos" nosotros nos enteramos a donde fuimos a comisión, íbamos llegando, cuando ya lo estaban anunciando que las quemas de casas, inclusive muchas personas, pues, dejaron sus bebés; dejaron a sus bebés, aquí, inclusive yo una soy una de las personas que habían dejado tres niños aquí, lo único que había llevado un niño chiquito, ustedes sabrán lo es, yo pienso que mucha gente que vió así, pues, se puso a pensar muchas cosas así, pues yo por ejemplo pensaba que a la mejor ya me lo habían quemado a mis niños y eso, pero "pos", este, pues, bendito sea Dios que no les pasó nada, pero si fue bastante duro, se ha vivido muy duro en esta colonia".

- "... lo de menos sería irnos a trabajar, pero también aquí nos vuelve a pasar otro 2 de octubre y sería imperdonable".





- 1982 - Agosto - - La S.E.P. hace la inspección de las instalaciones de la escuela para poder mandar maestros para la misma.
- 1983 - Noviembre - 9 - - La policía toma presos a Jesús Rivera Martínez y Manuel Reyes Cruz, dirigentes de la organización.

### 3.3. Estudios. Estadísticas.

Para determinar las características propias de esta comunidad, se realizaron dos tipos de encuestas: el primero con la propuesta de un equipo de Arquitectura Autogobierno (quienes realizaban simultáneamente la tesis sobre vivienda), a partir de esta encuesta se determinaron características generales, como son: causas de movilización, edad, miembros de la familia, ocupación, etc.

El segundo tipo de encuesta está conformado por preguntas relacionadas con hábitos higiénicos, de alimentación y análisis de enfermedades predominantes en la colonia. Para la realización del trabajo de campo, se contó con la colaboración de la Dra. Patricia Méndez que daba consulta en el dispensario. Esta encuesta fue realizada con las personas que asistían a consulta.



**COLONIA:**  
**2 de octubre**



FAMILIA \_\_\_\_\_

DOMICILIO \_\_\_\_\_

¿EN QUE AÑO VIÑO A VIVIR EN LA COLONIA? \_\_\_\_\_

LUGAR DE ORIGEN \_\_\_\_\_

¿PORQUE DECIDIO VENIR A VIVIR A LA COLONIA? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



**Arquitectura**  
**Autogobierno**



LOS DATOS QUE USTED PROPORCIONE EN ESTA ENCUESTA, SOLO SERAN USADOS CON FINES ACADÉMICOS, Y SERAN UTILIZADOS EN LA ELABORACION DE UNA TESIS UNIVERSITARIA, POR LO QUE SE SUPLICA QUE LOS DATOS A VERIFICAR EN ESTA, SEAN VERIDICOS.

LOS DATOS QUE USTED PROPORCIONE EN ESTA ENCUESTA, SOLO SERAN USADOS CON FINES ACADÉMICOS, Y SERAN UTILIZADOS EN LA ELABORACION DE UNA TESIS UNIVERSITARIA, POR LO QUE SE SUPLICA QUE LOS DATOS A VERIFICAR EN ESTA, SEAN VERIDICOS.

⇒ PARA LOS INTEGRANTES DE LA FAMILIA QUE TRABAJAN

INTEGRANTES DE LA FAMILIA (PAPA, MAMA, HIJOS ETC)	EDAD	ESTUDIA	HASTA QUE NIVEL DEL ESTUDIO CURSO	TRABAJA	EN QUE TRABAJA (COFREPO, CARPINTERO, PASTORA, ETC.)	TIENE BUELO FLO	TIPO DE TRANSPORTE PARA IR A TRABAJAR	TIEMPO EN TRANSCURSO

- 1° APROXIMADAMENTE LA FAMILIA GASTA MENSUALMENTE EN: TRANSPORTE \_\_\_\_\_ COMIDA \_\_\_\_\_ PAPA \_\_\_\_\_ MEJORA A LA VIVIENDA \_\_\_\_\_ AGUA \_\_\_\_\_ SERVICIO MEDICO \_\_\_\_\_ OTROS \_\_\_\_\_
- 2° ¿CUANTAS FAMILIAS VIVEN EN SU TERRENO? \_\_\_\_\_
- 3° ¿COMO CONSTRUYO SU VIVIENDA? USTED MISMO \_\_\_\_\_ ¿EN CUANTO TIEMPO? \_\_\_\_\_ ¿CONTRATO A ALGUIEN? \_\_\_\_\_
- 4° ¿DE QUE MATERIALES ESTA HECHA SU VIVIENDA? PISO \_\_\_\_\_ MUROS \_\_\_\_\_ CUBIERTA \_\_\_\_\_
- 5° ¿CUANTO MIDE SU VIVIENDA? LARGO \_\_\_\_\_ ANCHO \_\_\_\_\_

- 6° LA VIVIENDA TIENE COCINA \_\_\_\_\_ BAÑO \_\_\_\_\_ ESTANCIA \_\_\_\_\_ COMEDOR \_\_\_\_\_ RECAMARAS \_\_\_\_\_ ¿CUANTAS? \_\_\_\_\_
- 7° SU VIVIENDA TIENE LUZ \_\_\_\_\_ AGUA \_\_\_\_\_ GAS \_\_\_\_\_ POCAS SEPTICA \_\_\_\_\_ LETRINA \_\_\_\_\_
- 8° ¿TIENE ALGUN NEGOCIO EN SU VIVIENDA? NO \_\_\_\_\_ SI \_\_\_\_\_ ¿CUAL? \_\_\_\_\_
- 9° ¿TIENE ANIMALES EN SU CASA? NO \_\_\_\_\_ SI \_\_\_\_\_ ¿CUALES? \_\_\_\_\_

## ENCUESTA:

No. total de familias: 380

total de encuestas: 357

Relación porcentual: 100 %

94 %

## Desglose de familias por manzanas:

No. de Manzana: No. de Familias:

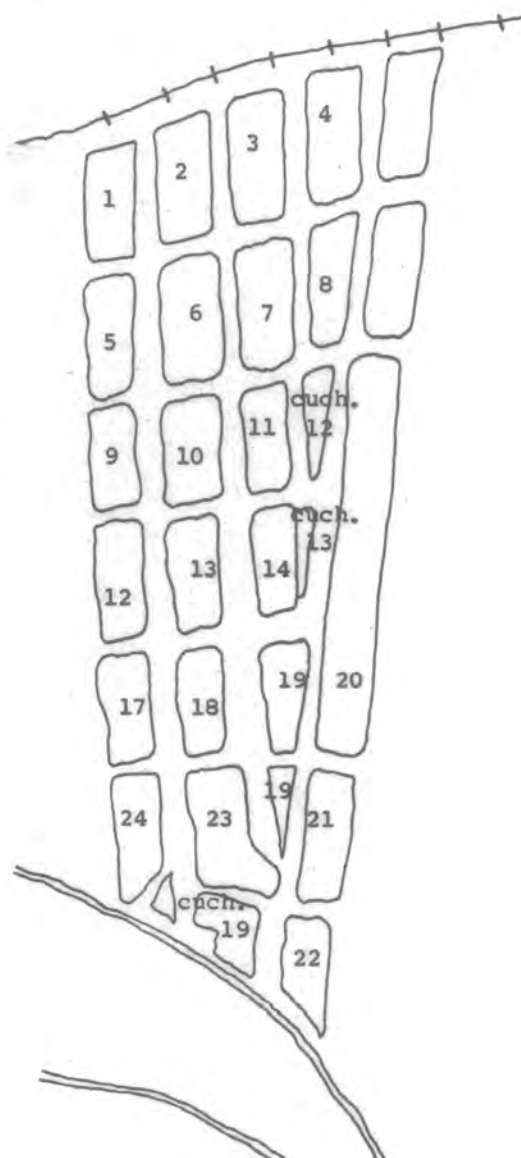
No. de Manzana:	Total	No. de Familias:
24		380
1	_____	20
2	_____	20
3	_____	21
4	_____	22
5	_____	19
6	_____	20
7, cuch. 12, 13	_____	10
8	_____	22
9	_____	20
10	_____	18
15	_____	20
16	_____	20
17	_____	22
18	_____	21
19, cuch. 19	_____	18
20	_____	13
21	_____	17
22	_____	20

23 ————— 23

24 ————— 14

Relación promedio familias/manzana: 15 aproximadamente.

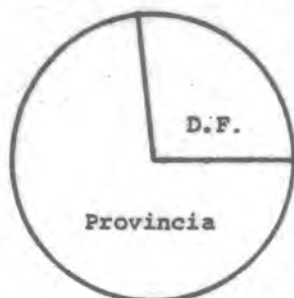
Ubicación de las manzanas  
en la colonia:



## Cantidad de miembros por familia:



## Composición de lugar de origen:



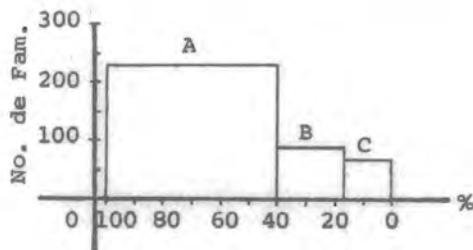
	Cant.	Comp. Porc.
Total de hab.:	1,800	100 %
Provincia:	1,332	74 %
D.F.:	468	26 %

## Causas de movilización:

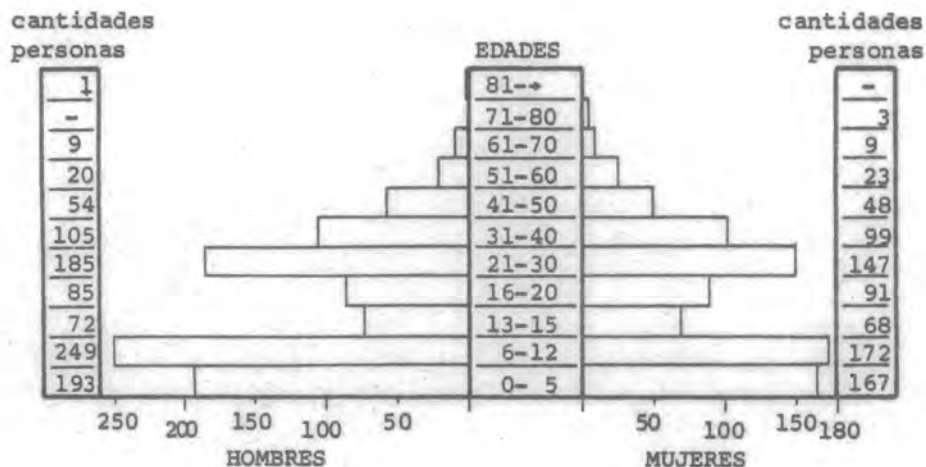
A = Falta de recursos y alto costo de renta.

B = Falta de vivienda.

C = Propiedad privada.

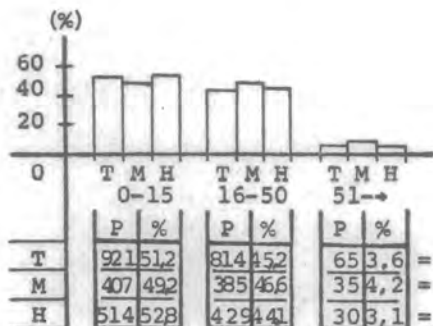
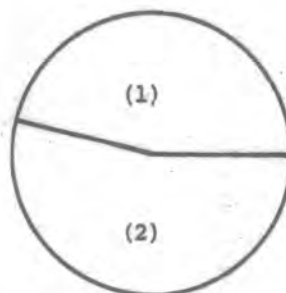


PIRAMIDE DE EDADES



Composición por sexos

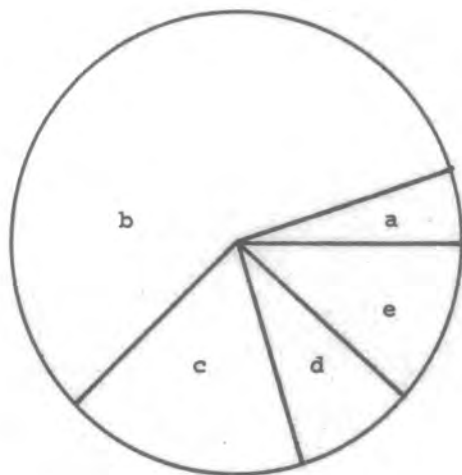
	No. de Hab.	Comp. Porc. (%)
Total Hab.	1,800	100.0
Mujeres (1)	827	45.9
Hombres (2)	973	54.1



T= Total  
M= Mujeres  
H= Hombres  
P= No. de personas

= 1,800		100.0 %
= 827	100.0 %	45.9
= 973	100.0 %	54.1

## Grado de escolaridad:



Zona Metropolitana.

Estudian actualmente.

(cifras en miles de person.)

Total	2,545
-------	-------

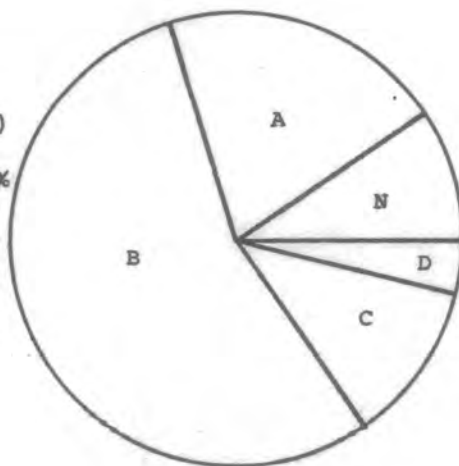
a - Pre-primaria	130
b - Primaria	1,450
c - Secundaria	445
d - Preparatoria	220
e - Superior	300

Comunidad 2 de Octubre.

(cifras en unidades de pers.)

Total	1,800	100.0%
-------	-------	--------

N - Nada	167	9.3
A - Pre-primaria	360	20.0
B - Primaria	987	54.8
C - Secundaria	209	11.6
D - Técnica	77	4.3

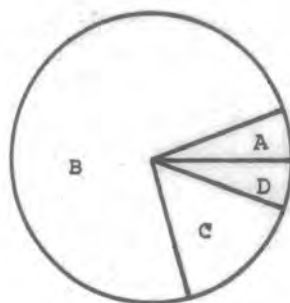
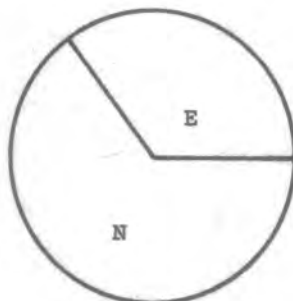


Datos correspondientes a la comunidad 2 de Octubre.

E - Estudian actualmente: 640 35.6 %

N - No estudian actualm.: 1,160 64.4 %

Total: 1,800 100.0 %



Estudian actualmente

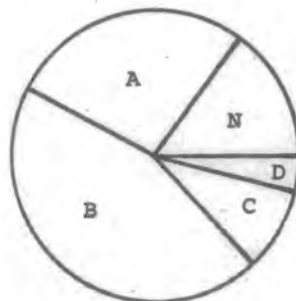
Total 640 100.0 %

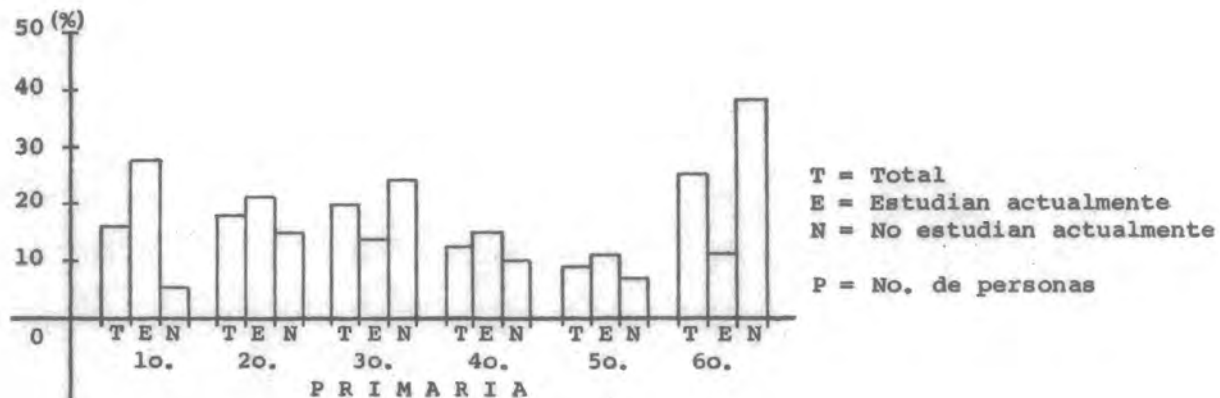
A - Pre-primaria	34	5.3
B - Primaria	471	73.6
C - Secundaria	100	15.6
D - Técnica	35	5.5

No estudian actualmente

Total 1,160 100.0 %

N - Nada	167	14.4
A - Pre-primaria	326	28.1
B - Primaria	516	44.5
C - Secundaria	109	9.4
D - Técnica	42	3.6





	P	%	P	%	P	%	P	%	P	%					
T	156	15.8	178	18.0	193	19.6	123	12.5	88	8.9	249	25.2	987	100.0 %	
E	129	27.4	102	21.7	67	14.2	72	15.3	50	10.6	51	10.8	471	100.0 %	47.7
N	27	5.2	76	14.7	126	24.4	51	9.9	38	7.4	198	38.4	516	100.0 %	52.3



Población total: 1,800 habitantes.



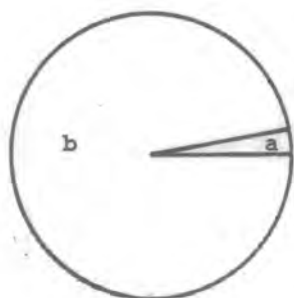
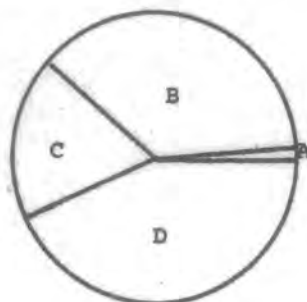
P.E.A. = Población económicamente activa.  
P.E.I. = Población económicamente inactiva.

P.E.A.- 24.7 % - 444 personas.  
P.E.I.- 75.3 % - 1,356 personas.

Población económicamente activa:

A - Sector Agropecuario	-	3	-	0.68 %
B - Sector Industrial	-	165	-	37.16 %
C - Sector Ind. Const.	-	80	-	18.02 %
D - Sector Servicios	-	196	-	44.14 %

Total - 444 - 100.00 %



Población económicamente inactiva:

a - Desempleados	-	33	-	2.4 %
b - Hogar	-	1,323	-	97.6 %

Total - 1,356 - 100,0 %

Total población	- 1,800 - 100 %	-----		100.0 %
Pobl. econom. activa	- 444 - 24.7 %	Salario fijo	- 198 - 44.6 %	- 11.0 %
		Salario No fijo	- 246 - 55.4 %	- 13.7 %
Pobl. econom. inactiva	- 1,356 - 75.3 %	Desempleados	- 33 - 2.4 %	- 1.8 %
		Hogar	- 1,323 - 97.6 %	- 73.5 %

## TIPOLOGIA DE VIVIENDA:

## Materiales empleados en los cuartos:

PISO: Tierra	—————	92.1 %
Firme de concreto	—————	7.4 %
Madera	—————	0.5 %

TECHO: Cartón asfáltico	—————	92.1 %
Lámina galvanizada	—————	5.0 %
Madera	—————	1.0 %
Otros	—————	1.9 %

MUROS: Cartón asfáltico	—————	79.7 %
Piedra	—————	3.1 %
Tabique	—————	4.7 %
Madera	—————	8.9 %
Lámina	—————	2.1 %
Otros	—————	1.5 %

Comunidad 2 de Octubre

Fecha:

Una columna por cada paciente.

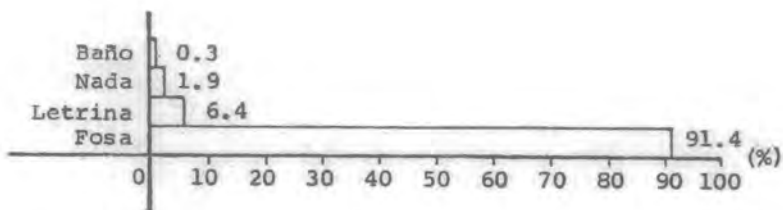
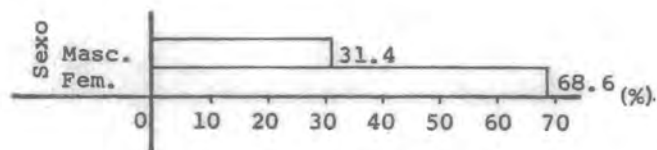
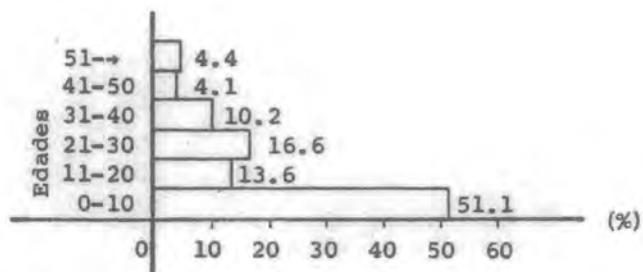
No. de manzana									
Enfermedad									
Edad									
Sexo									
Fosa									
Letrina									
¿Hierve el agua?									
¿Lava alimentos?									

Alimentos que consume regul. ¿Cuántos días a la semana?	carne								
	leche								
	huevos								
	verdura								
	frutas								
	frijol								
	tortilla								

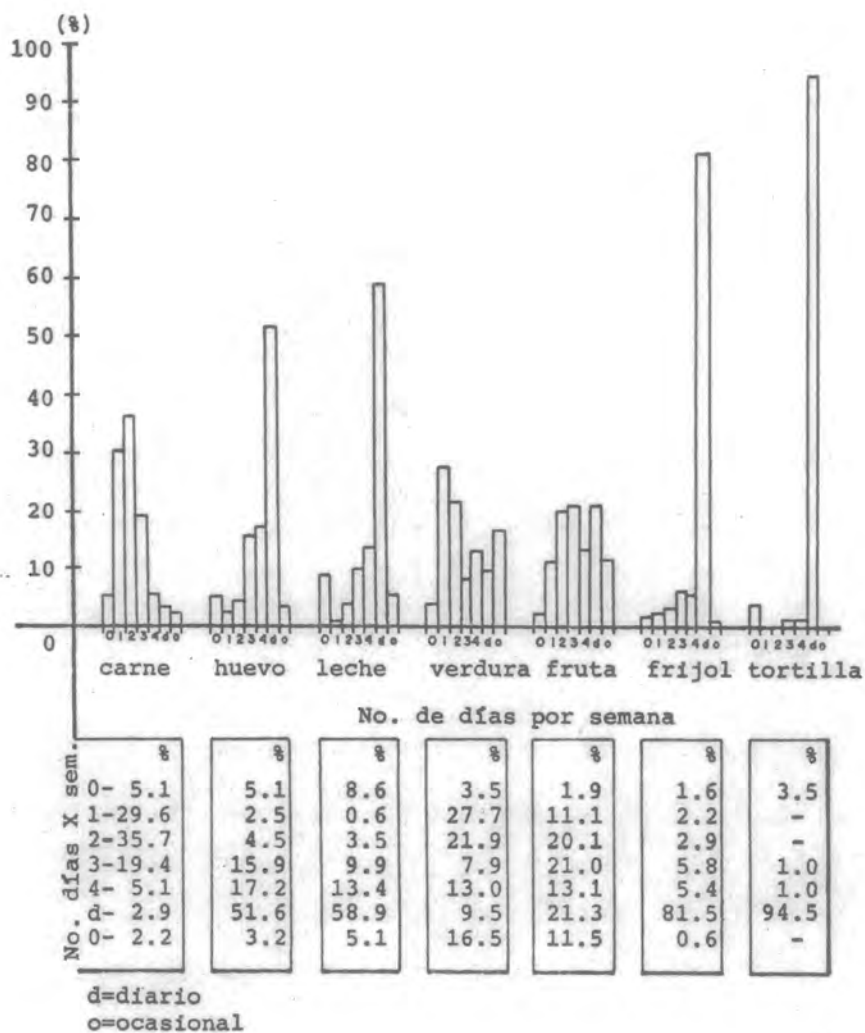
Notas u Observaciones									
--------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Encuestas realizadas en colaboración con la Doctora Patricia Méndez, sobre la higiene y la alimentación.

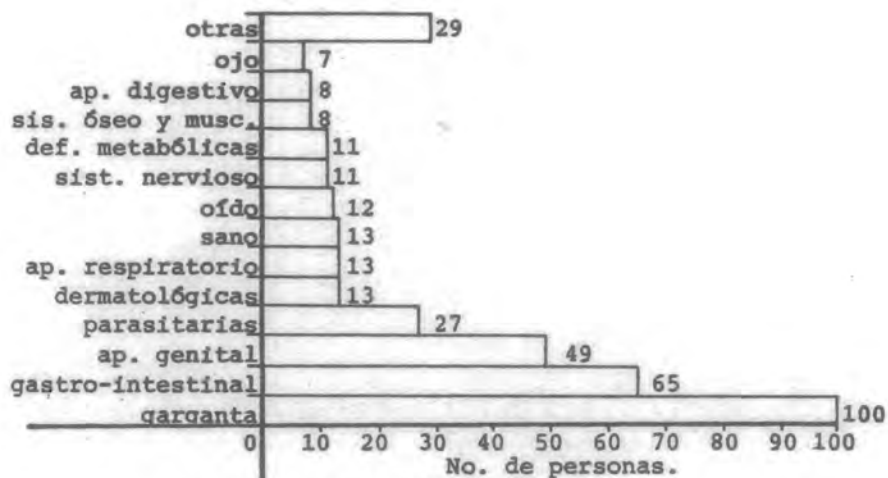
100.0 % = 314 personas que asistieron a consulta en el periodo comprendido entre el 28 de febrero y el 6 de mayo de 1983 (días de consulta: lunes, miércoles y viernes)



## Alimentación:



## Enfermedades predominantes:



otras: ap. cardio-vascular  
 enf. infecciosas  
 tifa  
 enf. neuro-psiquiátricas  
 infecciones bucales  
 ap. urinario  
 nariz  
 sist. endocrino  
 tumor  
 traumatismo  
 hernia  
 retraso psicomotor  
 purambosis

NOTA: Algunas de las personas que asistieron a consulta padecían más de una enfermedad.

### 3.4. Relación de necesidades. Trascendencia del problema.

"La forma más directa de asegurar que las necesidades de los usuarios se reflejen en un diseño es reunir datos sobre esas necesidades mediante encuestas de opinión, cuestionarios, entrevistas (...). La idea básica es preguntarle a la gente "¿Qué quiere, y qué problemas necesitan solucionar?".<sup>29</sup>

Al hacerse indispensable la participación del usuario en el proceso de diseño, y reafirmando con el párrafo anterior además de las encuestas escritas, se realizaron pláticas, respetando su organización social, con la Comisión de Información, que representa a todas las manzanas, y la relación de necesidades, en las que puede ser participativo el diseño gráfico es la siguiente:

1. Puntualidad de los niños en la escuela.
2. Forma de utilizar los muebles de los baños en la escuela.
3. Vocabulario de los niños.
4. Limpieza personal.
5. Limpieza de alimentos.
6. Construcción de fosas sépticas.
7. Prevención de enfermedades.
8. Nutrición.
9. Fauna nociva.
10. Basura.



11. Prevención de accidentes.
12. Control de animales domésticos.
13. Alcoholismo.
14. Drogadicción.
15. Planificación familiar.

La trascendencia de estos problemas, es manifestada y explicada por las mismas gentes de la comunidad:

- Sobre el punto 2: "No le jalar la palanca al baño, porque no lo saben utilizar, porque nunca han visto uno y no saben qué se le tiene que jalar".
- Sobre el punto 9: "Pues si, hay también ratas".
- Sobre el punto 12: "Después el gato se sube a la mesa, y duerme con los niños, y me da coraje que duerma con los niños".
- Sobre el punto 13: "Pos fijese que si, por ese motivo fue que se enfermó, por la bebida se enfermó (...) y eso "servió" de "esperencia" para ya no volver a tomar (...) yo estoy muy feliz por ese lado, porque ya no toma".
- Sobre el punto 14: "Dicen que en la vía del tren, han visto muchachos fumando cigarros de marihuana, parece que no son de la colonia, pero quién sabe".

- Sobre el punto 15: "Si yo tuviera nada más dos, estuviera mejor".

"Después dice mi marido: porque yo quiero andar de novia".

"Los hijos que Dios me de".

(Opinión de una señora de lo que dice su marido): "Seguramente, que tú ya tienes un "querido"."

## CAPITULO 4

## EL USUARIO.

## 4.1. Generalidades.

Todo el contexto socio-económico-político, planteado en el capítulo anterior, permite afirmar, que el usuario presenta características muy propias, claro está, sin olvidar el factor que una comunidad no es nunca un todo homogéneo, que a partir de sus mismas vivencias surgen diferencias.

Pero tomando sus características afines, se pueden plantear generalidades de este usuario.

En el momento en que se propone cierto tipo de mensajes, es importante, determinar el usuario que está más tiempo en contacto con los mismos y con más experiencia a nivel comunitario.

Las principales características generales que determinan el comportamiento, de las personas de la comunidad, a nivel de comunicación son las siguientes:

- En su mayoría son de origen provinciano.
- Predomina el sexo femenino.
- Población joven (79.4 % tienen entre 0 y 30 años).
- Grado de escolaridad: tercero de primaria.

Las características mencionadas anteriormente van a determinar hasta cierto punto, la forma en la que el usuario percibe y expresa diferentes mensajes, sin embargo, no son las únicas, Dondis dice al respecto:

"Las condiciones sociales, la conducta de grupo con y hacia otros también ejerce una enorme influencia sobre la percepción y la expresión. Las creencias, la religión y la filoso-

ffa forman las percepciones; lo que uno cree ejerce un control tremendo sobre lo que uno ve".<sup>30</sup>

Un diagnóstico socio-económico no es suficiente en lo que se refiere a la comunicación, por lo que, independientemente de los datos arrojados por las encuestas, se trató de establecer contacto directo con la gente de la comunidad, el que se dió a partir de un lenguaje verbal, a fin de conocer a la población por medio de esas manifestaciones.

En base a un esquema psicológico, se puede desglosar el comportamiento a nivel de comunicación, de los usuarios en los siguientes puntos:

- En general es abierto y franco en sus relaciones con los miembros de la comunidad.

- En su mayoría, escuchan, respetan y aceptan los comentarios a las reacciones de sus compañeros.



- Se interesa por comprobar de manera explícita el acuerdo o grado de compromiso de cada uno de los miembros de la comunidad.

- Está interesado en que los miembros de la comunidad sepan sus puntos de vista sobre los temas de discusión.

- Manifiesta abiertamente su amistad hacia otros miembros de la comunidad cuando sienten apoyo humano, sin embargo, es desconfiado, al inicio, con personas ajenas al grupo.

- Aprecian y acogen, agradecidos, todo tipo de ayuda, interna o externa, al grupo; y contribuyen en las tareas de la comunidad de manera franca y abierta.

- Manifiestan abiertamente su enojo y hostilidad, ante un individuo o grupo, que ataque o limite la evolución de la comunidad.

- Buscan la participación de opiniones de la mayoría, para obtener soluciones comunitarias a problemas, que también son comunitarios.

- Es espontáneo y dice lo que piensa sin que le importe que parezca o no congruente.

#### 4.2. Medios de comunicación.

Tratándose de diseño gráfico, se hace necesario, realizar un diagnóstico comunicacional, en el cual se deben tomar en cuenta los medios de comunicación, tanto gráficos, como no gráficos; es decir, los medios de difusión colectiva y los mensajes que surgen de diferentes instituciones como pueden ser, escuela, iglesia, centro de salud, partidos políticos y asociaciones vecinales, que de una u otra forma establecen relaciones con la gente. Prieto afirma que: "los medios de difusión colectiva deben ser evaluados a partir de sus condiciones concretas de funcionamiento, y por la forma en que con ellos se relacionan los perceptores".<sup>31</sup>

Dondis dice respecto a los medios de comunicación: "El concepto de medios de comunicación en sentido moderno va íntimamente ligado a la idea de un público masivo (...). Los medios modernos, con su audiencia masiva e invisible son productos colaterales de la revolución industrial y de su capacidad para la producción en masa".<sup>32</sup>

Sin embargo, a pesar de la gran influencia de estos medios de comunicación, la gente, la comunidad se comunica a su manera.

##### 4.2.1. No gráficos.

La comunicación no gráfica, es aquella en la que el sentido receptor principal, del medio de comunicación es el oído; el medio externo que predomina en la comunidad, es la radio, la cual no presenta una forma de comunicación alternativa,

en general las 49 emisoras (19 de Frecuencia Modulada) manejan comunicación dominante. En contraposición con la situación de la radio, en la comunidad, no existe ningún aparato telefónico.

"La lengua es el medio de comunicación auditivo temporal y directo más antiguo ejercido por el hombre a través de su historia"<sup>33</sup>, concepto de Félix Beltrán, importante porque dentro de la comunidad, la comunicación oral es el medio no gráfico predominante, el lenguaje a nivel personal y grupal: en el primero es utilizado de una forma cotidiana para comunicarse asuntos personales; en el segundo, nivel grupal, es en donde se marca la mayor importancia de la comunicación oral. Es el medio que utiliza el grupo dirigente en las asambleas con toda la comunidad, el Comité Popular de Información para comunicarse entre sí, y con las personas de cada manzana, y por último, el Comité de Padres de Familia.

#### 4.2.2. Gráficos.

Se consideran medios de comunicación gráficos, aquellos en los que el sentido perceptor principal es la vista, es decir, la comunicación se da por medio de imágenes.

Los medios de comunicación gráficos existentes en la comunidad, se pueden escindir en dos grupos:

1. Los que genera la comunidad.
2. Los que no son generados por la comunidad, pero que inciden sobre la misma.

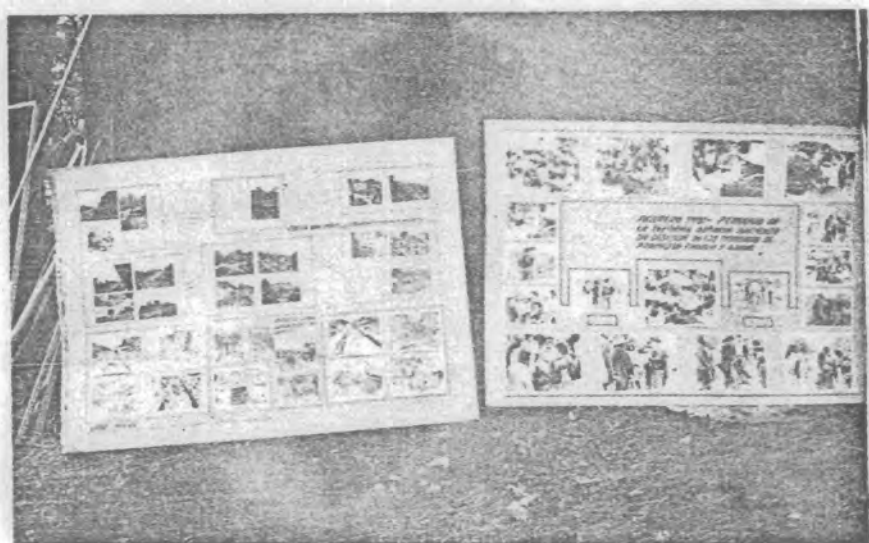
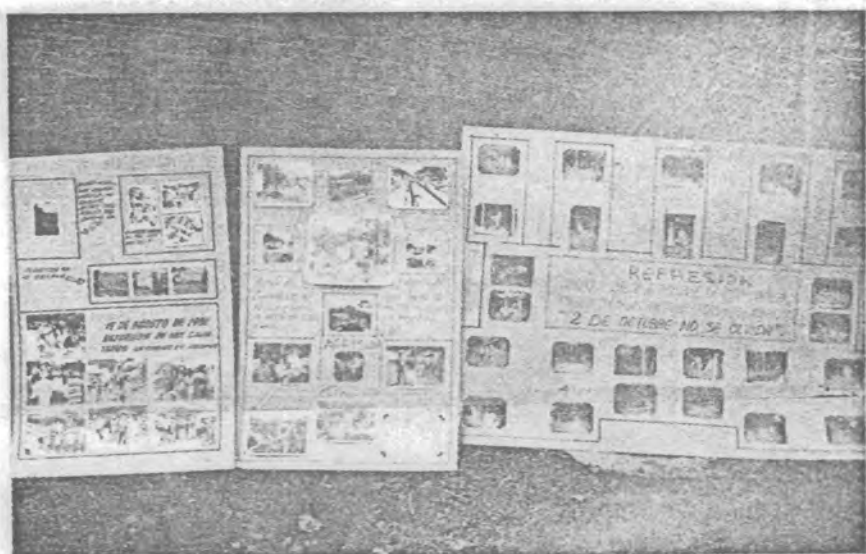
1. Medios que son generados por la comunidad. En este grupo, a su vez, se pueden mencionar dos formas: la prime-

ra, la constituyen los medios gráficos por medio de los cuales, la comunidad se comunica entre sí; la segunda está conformada por aquellos que son utilizados por la comunidad para comunicarse al exterior de la misma.

En la primer forma, se consideran, por un lado, los rótulos existentes, como son el del dispensario y los de diferentes negocios.







Y, por otro lado, el material gráfico y textos explicativos de la historia de la comunidad, constituido por fotografías de diferentes momentos en la conformación de la comunidad.

En la segunda forma se encuentran:

- a. Logotipo de la comunidad.
- b. Oficios impresos para diversas dependencias gubernamentales.
- c. Las mantas y banderines de apoyo y denuncia.
- d. Escritos de apoyo y denuncia. Volantes.

a. Logotipo de la comunidad. Las imágenes que conforman el logotipo son las siguientes: el elemento principal y central, es un puño cerrado, en la parte inferior de la palma se encuentra la entrada a una casa, en el original se muestra el interior de la casa simbolizado por una fogata, pero, usualmente se utiliza una puerta.

Este elemento simboliza la fuerza de la unión, y, al mismo tiempo constituye una vivienda que es el principal punto en su lucha. En el original el color va del ocre al amarillo saturado. Al lado izquierdo y atrás del puño, se puede observar un árbol, que representa el lugar donde habitan, el Ajusco, y está solucionado colorísticamente, en



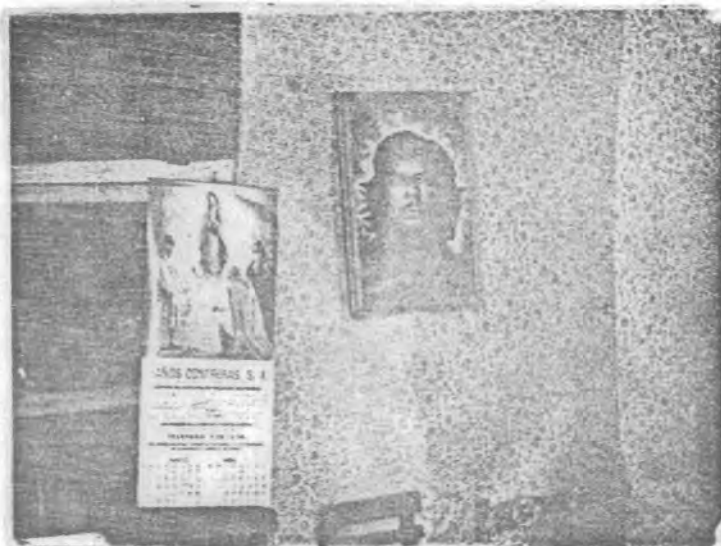
el original desde un verde saturado hasta un verde desaturado.

En primer plano, adelante y al lado derecho del puño se encuentra un maguey, con la misma simbología que el árbol, en el original resuelto con los mismos colores que el árbol.

Todo lo anterior está sobre un fondo azul, que también va de la desaturación a la saturación.

Al ser la imagen representativa de la comunidad, es utilizado en mantas, pancartas, rótulos, oficios, etc. Cuando se requiere la imagen, en tirajes más cuantiosos, como pancartas u oficios, por necesidades económicas, los colores los reducen al bitono azul-blanco. Hay ocasiones que está dentro de un círculo que contiene el siguiente texto: "Unión de Colonos de San Nicolás Totolapan, Hoy Colonia 2 de Octubre", en otras eliminan esta envolvente.





El original se encuentra al centro de una de las paredes de la oficina de la organización, a su lado derecho están una imagen de la Virgen de Guadalupe, otra de Ernesto "Che" Guevara y una más que representa a Emiliano Zapata; y al izquierdo, se encuentra la de Sandino, esto es una muestra de la ideología de la comunidad.

b. Oficios impresos para diversas dependencias gubernamentales. Los oficios impresos cuentan con el logotipo, la dirección de las oficinas generales y los nombres de los que constituyen su organización. La tinta empleada es de color azul. Son utilizados para realizar las solicitudes de servicios que plantean a diversas dependencias gubernamentales.

c. Las mantas y banderines de apoyo y denuncia. En general, las mantas y los banderines constituyen el medio de comunicación gráfico principal de la comunidad al exterior. Por

medio de éstas, se manifiestan en los plantones o marchas que hacen a diferentes lugares. Los textos de las mantas, en su mayoría son de apoyo a otras organizaciones o de denuncia. Por lo regular, están constituidas solamente por textos, sin embargo, en algunas utilizan imágenes.



Entre los textos que se presentan en las mantas

están:

EL 2 DE OCTUBRE DE 1981, NUESTRA COLONIA FUE COMPLETAMENTE INCENDIADA, NUESTRAS POCAS PERTENENCIAS ROBADAS. RESPONSABLE DE TODO ESTO ES USTED SR. DELEGADO Y LO SEGUIREMOS HACIENDOLO RESPONSABLE DE TODAS LAS REPRESIONES A LOS COLONOS. COLONIA 2 DE OCTUBRE.

NÓ MAS DESALOJOS, QUEMA DE CASAS ENCARCELAMIENTO DE COLONOS, LUCHEMOS POR LA FORMACION DE UN FRENTE DE Colonos COLONIA 2 DE OCTUBRE.

A LUCHAR TODOS LOS COLONOS UNIDOS Y ORGANIZADOS; POR LA LIBERTAD INMEDIATA DEL COMPAÑERO SERGIO ALCAZAR. COL. 2 DE OCTUBRE.

DEFENDAMOS EL PATRIMONIO DE NUESTRAS FAMILIAS, CON LA UNIDAD Y ORGANIZACION DE TODOS LOS COLONOS. COL. 2 DE OCTUBRE.

POR LA LIBERTAD INCONDICIONAL DE LOS PRESOS POLITICOS del Campamento 2 de Octubre COLONIA 2 DE OCTUBRE.

...para ACLARAR lo que PUBLICO "LA PRENSA" TENEMOS DERECHO a un ESPACIO IGUAL! DE ACUERDO a los ARTICULOS 6 y 7 de la CONSTITUCION y 27 de la LEY DE IMPRENTA.

C. PROF. CARLOS HANK GONZALEZ: EL COMPAÑERO SERGIO ALCAZAR ES INOCENTE DE TODO CARGO QUE SE LE ACUSA SU UNICO DELITO ES DEFENDER CON LA LEY A LOS OPRIMIDOS DE LAS INJUSTICIAS DE UD. Y SUS DELEGADOS QUE COMETEN EN CONTRA DE LAS COLONIAS POPULARES. COL. 2 DE OCT.

EL 2 DE OCTUBRE DE 1981 UN GRUPO DE POLICIAS DISFRAZADOS DE EJIDATARIOS QUEMARON Y SAQUEARON NUESTRAS VIVIENDAS TODO ESTO CON LA COMPLICIDAD DE USTED SR. DELEGADO. COL. 2 DE OCTUBRE.



La mayor parte de las mantas utilizan letras altas, y los colores predominantes son azul y rojo, alternan en ocasiones los colores para hacer resaltar el nombre de la colonia.

En general, no ocupan el logotipo en las mantas, únicamente en los banderines, como único motivo gráfico.

Para la elaboración de este medio no se siguen condiciones específicas respecto a formato o diagramación, su fac-



## UNION DE COLONOS DE SAN NICOLAS TOTOLAPAN, A.C.

Oficio No. \_\_\_\_\_

Delegación Tlalpan  
Distrito Federal  
Zona Postal 22.

Registro No. 138 009

**Oficinas Generales:**  
Prolongación calle Támara No. 20,  
Mz. 7 Colonia 2 de Octubre  
San Nicolás Totolapan,  
Autorizado para recibir  
correspondencia.

**Presidente:**  
Jesús Rivera Martínez

**Srta. General:**  
Mamuel Reyes Cruz

**Srta. de Organización:**  
Adán Apollinar V.

**Srta. de Relaciones:**  
Ma. de la Luz Avila V.

**Srta. de Finanzas:**  
Geneviva Villeras H.  
Armando Maya Perez

**Srta. de Difusión y Prensa:**  
Alicia Ordóñez  
Federico Lopez Santate

**Srta. de Acción Cultural:**  
Luis Soriano R. van

**Srta. de Acción Social:**  
Martha Bonilla O'Keefe

**Srta. de Accion Feminil:**  
Ma. Carina Cruz M.

**Srta. de Accion Deportiva:**  
Cristian Cardalino C.

**Srta. de Accion Juvenil:**  
E. Isabel Domínguez V.

**Srta. de Accion Juvenil:**  
B. Esteban Carrera

**Srta. de Actas y Acuerdos:**  
Roberto López Santate

**Comisión de Vigilancia Cívica,  
Moral y Material:**  
Ramón Romero O'Farrar  
Graciela Juárez de J.  
Efraim Esteban de A.

**Srta. de Vocales:**  
Cristina Castro de S.  
Eduardo Ramón de Tello  
Cristóbal Hernández de R.



¡AL PUEBLO DE MÉXICO!

LO QUE SUCEDE EN LA COL. DOS DE OCTUBRE, SAN NICOLÁS TOLAPAN, DELEGACIÓN DE TLALPAN, D. F.

LA COLONIA 2 DE OCTUBRE, LLAMADA ASÍ POR HABER SIDO EN ESA FECHA EN LA QUE SE SUFRIÓ UNO MÁS DE LOS ATAQUES QUE SE LE HAN HECHO EN SU CORTA VIDA: EL 2 DE OCTUBRE DE 1961, UN GRUPO DE VANDALOS ENCABEZADOS POR J. TRINIDAD ESLAVA CALICHO, INCENDIARON DOSCIENTAS CASAS DE LA COLONIA, EN ESE ENTONCES LLAMADA AMPLIACIÓN DEL PEDREGAL DE SAN NICOLÁS TOLAPAN, SAQUEARON LAS HUMILDES CASAS DE LOS COLONOS Y NUEVAMENTE MANIFESTARON EN TODOS LOS ÁMBITOS QUE AHÍ HABÍA ACABADO NUESTRA COLONIA: LO CIERTO ES QUE PESE AL TIEMPO TRANSCURRIDO, LOS RESPONSABLES CONTINUAN IMPUNES.

UN GRUPO DE COLONOS, QUINCE, ENCABEZADOS POR CUATRO, HAN ESTADO DIFUNDIENDO QUE EN NUESTRA COLONIA EXISTE UN RÉGIMEN OPRESIVO CONVENCIDOS POR LA INTERVENCIÓN DEL JURÍDICO DE LA DELEGACIÓN DE TLALPAN Y DEL DIPUTADO DEL PARTIDO OFICIAL EN LA ZONA. TRATAN DE DESTRUIR LO QUE CON TANTO TRABAJO Y SACRIFICIOS HEMOS LOGRADO. DEBE TOMARSE EN CUENTA QUE A PARTIR DEL TRECE DE SEPTIEMBRE DE 1981 TOMAMOS LA DECISIÓN DE UBICARNOS DE NUEVA CUENTA EN LOS LOTES QUE HABÍAMOS OCUPADO HASTA ANTES DEL PRIMER INCENDIO Y DESALOJO DE NUESTRA COLONIA QUE SUCEDIÓ EN EL MES DE NOVIEMBRE DE 1979, PESE A QUE HABÍAMOS GANADO EL AMPARO 77/80, RATIFICADA LA SENTENCIA DE PRIMERA INSTANCIA POR LA SUPREMA CORTE DE JUSTIFICACIÓN DE LA NACIÓN, LA DELEGACIÓN DE TLALPAN, SE NEGÓ A OBEDECER LA EJECUTORIA DEL AMPARO Y AUN EL PROPIO REGENTE HARRK, NO ACATÓ DICHA EJECUTORIA; SIN EMBARGO EN EL CORTO PLAZO DE UN AÑO SEIS MESES, HEMOS LOGRADO CON NUESTRO PROPIO ESFUERZO Y POR MEDIO DE LA COOPERACIÓN EN EFECTIVO Y EN TRABAJO DE TODOS LOS COLONOS, TRAZAR EMPAREJAR LAS CALLES, CONSTRUIR ONCE AULAS PARA LA ESCUELA PRIMARIA Y TRES PARA LA PRE-PRIMARIA, ARREGLAR EL PASO A NIVEL DE LA VÍA DEL FERROCARRIL DE CUERNAVACA, LOGRANDO YA TRÁNSITO VEHICULAR EN NUESTRA COLONIA, ADEMÁS DE ESTAR GESTIONANDO LA INSTALACIÓN Y PAGO DEL PASO A NIVEL POR LOS FERROCARRILES NACIONALES DE MÉXICO, -- CONTAR CON UN DISPENSARIO POPULAR QUE DA SERVICIO GRATUITO A NUESTRA COMUNIDAD.

ES CIERTO QUE LA MAYORÍA DE LOS COLONOS ACATAMOS Y EXIGIMOS QUE LOS DEMÁS ACATEN Y CUMPLAN NUESTROS ESTATUTOS Y ACUERDOS -- DE ASAMBLEAS, HEMOS DESARROLLADO TRABAJOS COMUNITARIOS Y DADO SOLIDARIDAD CON NUESTRA PRESENCIA FÍSICA A LOS COMPÁÑEROS COLONOS QUE HAN TENIDO PROBLEMAS, APOYANDO SIN QUE SE NOS SOLICITE, POR ESTAR VIGILANTES DE LOS PROBLEMAS QUE HEMOS SUFRIDO Y ESTAR CONSCIENTES DE LO QUE SIGNIFICA LA SOLIDARIDAD DADA EN EL MOMENTO OPORTUNO.

ES CIERTO QUE EXISTE DISCIPLINA EN NUESTRA COLONIA Y -- QUE SONOS CELOSOS DEL ORDEN Y CUMPLIMIENTO DE NUESTROS ACUERDOS Y TAREAS DETERMINADAS EN ASAMBLEAS, PERO ESE ORDEN ES NECESARIO PARA CONSTRUIR ALGO Y LOS RESULTADOS DE NUESTRA ACTIVIDAD ESTÁN A LA VISTA DE TODOS Y NO PERMITIREMOS QUE TRATEN DE DIVIDIRNOS INFLUENCIAS EXTRAÑAS A NUESTRA COLONIA, QUE REPRESENTAN LOS SIGNOS MÁS NEGATIVOS, LA

- 2 -

ENVIDIA, Y LA IMPOTENCIA DE NO PODER DESTRUIR Y LA PERVERSIÓN QUE SU  
 PONE ESTE NUEVO INVITE EN NUESTRA CONTRA.

NO ESTAMOS SOLOS Y HEMOS SOLICITADO LA SOLIDARIDAD, POR  
 PRIMERA VEZ, DE TODAS LAS COLONIAS QUE HEMOS APOYADO, PARA QUE MANI-  
 FIESTEN JUNTAMENTE CON NOSOTROS EL REPUDIO A LAS TÁCTICAS DIVISIONIS-  
 TAS.

UNO DE NUESTROS ACUERDOS PRINCIPALES, ES LA SEGURIDAD -  
 DE NUESTROS COMPAÑEROS QUE SON LOS QUE HAN SUFRIDO EN CARNE PROPIA -  
 LA LUCHA PARA TENER UN PATRIMONIO Y CURIOSAMENTE DE LAS QUINCE PERSONAS  
 QUE ESTÁN EN CONTRA DE NUESTRA ORGANIZACIÓN, LAS MUJERES, LAS --  
 ESPOSAS DE ESTOS COMPAÑEROS DISIDENTES, CONTINUAN CON LA ORGANIZA-  
 CIÓN QUE LAS HA DEFENDIDO DE LOS MALOS TRATOS Y EL MACHISMO DE ESOS  
 COMPAÑEROS, UNO DE ELLOS ESTÁ ACUSADO DE INTENTO DE VIOLACIÓN, A --  
 OTROS SE LES HA COMPROBADO QUE TIENEN YA PREDIOS EN OTRAS COLONIAS --  
 Y AL SENTIR DE QUE NO SERÁ POSIBLE QUE OBTENGAN UN PREDIO MÁS, SE --  
 ALIAN CON PERSONAS EXTRANJAS PARA ATACAR A NUESTRA ORGANIZACIÓN PERO  
 ESTAMOS DECIDIDOS Y NO PERMITIREMOS QUE NOS DIVIDAN.

ES CIERTO QUE HEMOS APOYADO A LOS COMPAÑEROS DEL CAMPA-  
 NENTO 2 DE OCTUBRE DE IZTACALCO Y NO SOLAMENTE AL CAMPAMENTO A OTRAS  
 COLONIAS QUE COMO YA HA QUEDADO ARRIBA ACLARADO SE ENCUENTRAN EN PRO-  
 BLEMAS SIMILARES A LOS NUESTROS Y NO POR ESTA RAZÓN QUIERA DECIR QUE  
 TENEMOS NEXOS MÁS DIRECTOS CON EL CAMPAMENTO Y CON SUS DIRIGENTES, CO-  
 MO LO MANIFESTARON ALGUNOS DIARIOS DE ESTA CIUDAD.

107 COLONIA 2 DE OCTUBRE

A LOS MEDIOS DE INFORMACION Y  
AL PUBLICO EN GENERAL.

SE LES COMUNICA QUE DESDE EL DIA DE AYER 16 DE NOVIEMBRE DE LOS  
CORRIENTES UN PROBABIO DE TRES MIL PERSONAS ENTRE ELLOS VARIOS  
CIENTENARES DE ESCOLARES HICIERON UN PLANTON FRENTE A LAS OFICI-  
NAS DE PALACIO NACIONAL EN EL ZOCALO, DICHAS PERSONAS VELARON  
TODA LA NOCHE EN ESPERA DE QUE FUERAN LIBERADOS SUS COMPAÑEROS  
JUNIOCELES JESUS RIVERA MARTINEZ Y MANUEL REYES CRUZ PRESIDENTE  
Y SECRETARIO DE DICHA UNION ESTAN SIENDO ACUSADOS DE MULTIPLES  
DELITOS, POR PERSONAS QUE ESTAN SIENDO MANEJADAS Y RESFALDADAS  
POR MILLONARIOS COMO DE "DE TERCEA" Y DELEGACION POLITICA DE—  
TLALPÁN, DICHAS PERSONAS CON INTERES DE ADUEÑARSE DE DICHO  
TERRENO CON EL FIN DE CONSTRUIR "COLINAS DEL CAÑO" Y RESIDEN-  
CIAS PARA MILLONARIOS QUE LAS PUEDAN PAGAR Y DE ESE MODO LOGRAR  
MAS CON LAS NECESIDADES DE LA GENTE DE ESCASOS RECURSOS, QUIENES  
A BASE DE SACRIFICIOS ECONOMICOS HAN DADO VALOR A LA TIERRA ABRI-  
ENDO CALLES, HACIENDO ESCUELAS Y PROPORCIONANDOSE ELLOS MISMOS  
LOS SERVICIOS QUE NECESITAN GRACIAS A EL AGRADECIMIENTO DE LOS CO-  
MPAÑEROS AHORA DETENIDOS Y QUE LA DELEGACION DE TLALPÁN SE HA HE-  
GADO EN PROPORCIONARLES, ES VERDADERAMENTE INDIGNANTE QUE PERSO-  
NAS DE NUESTRA MISMA CLASE COMO JUDAS ENTREGUEN Y ACUSEN POR UNAS  
MONEDAS A PERSONAS QUE EL UNICO DELITO QUE HAN COMETIDO ES SER  
HONRADOS Y HACER POSIBLE UN IDEAL QUE DEBIERAN TENER MUCHOS MEXI-  
CANOS QUE ES EL DE DARLE AL VERDADERO PUEBLO UN PEDAZO DE TIERRA  
QUE ADENAS DE ESO ENSEÑAN AL MISMO A MERECELO Y HACER VERDADERA-  
MENTE UN PATRIMONIO PARA SUS HIJOS A BASE DE SACRIFICIOS ECONOMI-  
COS Y TRABAJO FISICO EN BENEFICIO DE NOSOTROS MISMOS / A USTEDES  
SEÑORES QUE TIENEN EL MEDIO DE INFORMAR AL PUBLICO E INFORMARSE  
DIRECTAMENTE LES PEDIMOS QUE FRECUENTEN A LOS COLONOS DE LA 2 DE  
OCTUBRE QUE LA ESTAN HABITANDO LA VERDAD DE NUESTROS DIRIGENTES  
Y QUE LAS AUTORIDADES NO SE DEJEN LLEVAR POR GENTE COMPRADA Y  
RESFALDADA POR OTRAS AUTORIDADES QUE FALSAMENTE ACUSAN A NUESTROS  
COMPAÑEROS. EL UNICO DELITO DE NUESTROS COMPAÑEROS ES ENTERRAR  
EL CARNEO DE LA DIGNIDAD COMO MEXICANOS POR MEDIO DEL TRABAJO.

JESUS RIVERA MARTINEZ Y MANUEL REYES CRUZ CON INOCENTES  
SU DELITO? DANOS ESCUELAS Y UN ESCAR PARA NUESTROS HIJOS!

tor común es la espontaneidad.

Quiénes realizan las mantas y los banderines son los dirigentes de la organización junto con algunos voluntarios de la comunidad, en determinados casos acude gente ajena a la comunidad, que participa en su lucha, como son: estudiantes, colonos de otras comunidades, etc.

d. Escritos de apoyo y denuncia. Volantes. Se caracterizan por ser textos en los que manifiestan y aclaran su posición de lucha conjunta de los integrantes de la comunidad.

Los medios mencionados constituyen los caminos alternativos en contraposición a los dominantes, que busca la comunidad como grupo, para manifestarse, comunicarse y expresarse.

2. Los que no son generados por la comunidad, pero que inciden en la misma. Se contemplan dos formas de manifestación de estos medios:

2.1. Aquellos que son introducidos por gente de la comunidad como el material gráfico y folletos proporcionados por los centros de salud, en los que los temas principales son: la planificación familiar y la higiene; dichos folletos son parte del programa de salud rural organizado por la Secretaría de Salubridad y Asistencia. La estructura utilizada en estos folletos es la que se maneja en las historietas. Otro tipo son los carteles del dispensario, cuyos temas están relacionados con la higiene, el medio ambiente, la basura y el embarazo. Estos carteles son emitidos, en su mayoría por el Instituto Mexicano del Seguro Social y la Secretaría de Salubridad y Asistencia.



2.2. Prieto dice respecto a los medios de difusión colectiva: "En una comunidad hay que reconocer en primer lugar los medios de difusión colectiva que en ella entran: (...)

Luego hay que determinar qué mensajes de esos medios son frecuentados por la gente (...).

Identificar el polo emisor (...).

El análisis del polo emisor nos orienta hacia la intencionalidad que está en juego en el proceso (...).

El nexa entre un polo y otro son los mensajes (...).

La intencionalidad del emisor se manifiesta directamente en ellos, en la selección de tal o cual tema, de los elementos visuales y verbales, de la combinación de formas, colores, enunciados.

Es en ese nexa donde se concentra lo que el emisor quiere lograr y lo que el perceptor busca cuando compra o re-

cibe algo a través de los medios.

(...) La única forma de comprobar la influencia de los mensajes es analizando la comunicación de la propia comunidad".<sup>34</sup>

Los medios de difusión colectiva que inciden en la comunidad son: periódicos, historietas, publicidad y televisión.

Respecto a estos, Cross/Elliott/Roy, dicen:

"Los medios de comunicación de masas (la televisión, la radio y los periódicos) ocupan la mayor parte del tiempo libre de la mayor parte de la población de los países industrializados" (cabe aumentar que también en los semi-industrializados) "(...) Su efecto neto es "contribuir a realizar la homogeneidad cultural llevando los mismos modelos de conducta social a los hogares de todos los estratos sociales"<sup>35</sup> Es decir, se ubican dentro del proceso dominante.

Periódicos.

"El periódico, como medio, se creó para ofrecer información rápida y reciente, así como entretenimiento frecuente"<sup>36</sup>; plantea Félix Beltrán. En la zona metropolitana se producen 25 periódicos diarios diferentes, de los cuales, 18 son matutinos, y 7 vespertinos, de los primeros, 4 son deportivos; el tiro total es de más de 1.5 millones diarios de ejemplares.

En la comunidad el porcentaje de lectores de periódicos es bajo, pero los que lo frecuentan suelen leer Uno más Uno, Claridades y El Día.

### Televisión.

Existen 7 canales de televisión para 1.8 millones de aparatos, el 80 % de los hogares tienen por lo menos uno, en la zona metropolitana. El 50 % de la gente de la comunidad tiene televisión.

"Me gustan ver novelas, esas".

"No, los niños, ellos, ven las caricaturas".

### Publicidad.

Rodríguez Dieguez plantea: "La publicidad es un mensaje; seleccionado del total de la información susceptible de ser transmitida que, por medio de códigos y soportes específicos llega a un destinatario con la intención de provocar en él un cambio de comportamiento, de desarrollar unas pautas de conducta-cognoscitivas, afectivas o, incluso psicomotrices-determinadas".<sup>37</sup> La publicidad influye en la comunidad en la medida en la que se encuentra ésta inmersa en una zona que está invadida de ella, aunque no en la comunidad propiamente, ésta tiene contacto con ella al salir a la calle.

### La Historieta.

Cabe retomar lo que Rodríguez D. dice al respecto:

El comic se caracteriza por:

1. Es un mensaje predominantemente narrativo.
2. Integra elementos verbales e icónicos.
3. Utiliza una serie bien definida en sus -aspectos básicos-

de convenciones y códigos.

4. Tiende a una amplia difusión a la que se subordina su creación en la mayor parte de los casos.
5. Su finalidad es distractiva principalmente.

Los elementos básicos de este medio son:

- a. Elemento icónico: viñeta.
- b. Globo.
- c. Código cinético.
- d. La gestualidad de los personajes.

La función del comic es la cobertura del ocio: "instruir deleitando"; por medio del recurso de la identificación del personaje que connota una ideología.

El análisis del comic se puede determinar en tres niveles:

1. Descripción preiconográfica: Utilización de convenciones que habrán de ser utilizadas para articular los componentes de la comunicación e integrarlos en un contenido unitario exigido por la expresión de una serie de contenidos por medio de imágenes secuenciadas.
2. Contenido patente o nivel iconográfico: Es el primer nivel de lectura que supone la comunicación de lo patente: Su contenido quedaría manifiesto con una pura transferencia de có digos: describir o narrar verbalmente lo que la historieta pretende contar, y nada más que lo que pretende contar.
3. Contenido latente o nivel iconológico. "Identificación de personajes del comic con actitudes, sistemas ideológicos e incluso la justificación de su éxito por el mecanismo de pro yección del hipotético "ciudadano medio" sobre el héroe".<sup>38</sup>



yección del hipotético "ciudadano medio" sobre el héroe".<sup>38</sup>

El comic constituye uno de los medios que más inciden en la comunidad.

Sin embargo, hay que hacer notar lo que dice Prieto: "Los medios de difusión colectiva no pueden agotar la totalidad de la vida cotidiana de las mayorías porque sólo son una parte de lo que éstas viven y padecen".<sup>39</sup>

## CAPITULO 5            ESPECIFICACION DEL PROYECTO.

## 5.1. Requisitos gráficos.

"Hay requerimientos al diseño, condicionantes por parte de quienes intiman, inducen, persuaden y hacen necesario algo (la forma y la práctica) con una autoridad pública. Y hay requerimientos de quienes necesitan, aún cuando aquéllos no sean claramente reconocidos, no estén actualizados en una determinada situación social".<sup>40</sup>

En la comunidad existen requerimientos gráficos que surgen, a su vez, de sus necesidades vivenciales.

Con base en una serie de entrevistas orales -documentos que se encuentran grabados- con la gente de la comunidad, los requisitos gráficos se pueden englobar en la siguiente lista:

1. Limpieza personal.
2. Limpieza en alimentos y bebidas.
3. Construcción de fosas sépticas y letrinas.
4. Evitar el fecalismo al aire libre.
5. Prevención de enfermedades por falta de higiene.
6. Nutrición.
7. Fauna nociva y control de desechos.
8. Control de animales domésticos.
9. Vacunación.
10. Alcoholismo y drogadicción.
11. Planificación familiar y embarazo.
12. Prevención de accidentes, (principalmente por venenos y

automedicamentos).

13. Educación. Vocabulario. Utilización de muebles de los ba  
ños en la escuela.
14. Participación dentro de la comunidad. Unidad en el traba  
jo.

## 5.2. Tema: La Higiene.

Los requerimientos de diseño gráfico enumerados anteriormente, a pesar de no ser claramente reconocidos para la comunidad que los vive, fueron determinantes e influyeron en la elección del tema de la higiene; la misma gente sintió la necesidad de soluciones a problemas higiénicos, por ello puede observarse en la lista, que un gran número de puntos se refieren al mencionado.

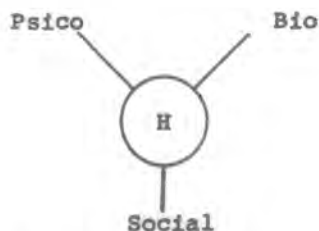
Los factores que influyeron en estas necesidades fueron: en la época en que se realizó el trabajo se presentaron problemas de salud, provocados por la ubicación geográfica y el clima de la comunidad; se inicia el funcionamiento del dispensario por lo cual hay una inquietud de salud despertada por la doctora del mismo, y por último, a pesar de las limitantes económicas, educacionales y técnicas, se pueden aplicar soluciones a este problema.

Un aspecto que determinó la selección y desarrollo del tema fue la participación de la doctora, persona que conoce profundamente el tema, que vive los problemas de la comunidad y que es un apoyo insuperable para una actividad, que debe ser interdisciplinaria, como el diseño gráfico.

Para tener una idea de lo que es higiene, se presenta el análisis que hace la doctora sobre el tema:

Definición: Es el arte científico que se ocupa de la conservación de la salud y de la prevención de las enfermedades.

## SALUD - Equilibrio Bio-Psico-Social.



(Medio ambiente: aire,  
clima,  
localidad,  
agua,  
alimentos, etc.)

**Hábitos higiénicos.** Son las bases de auxilio necesarios para la curación y la prevención de la mayor parte de las enfermedades.

- A. Aseo personal:**
- Baño de preferencia diario (agua y jabón).
  - Lavado de manos antes de comer y después de ir al W.C./uso de papel sanitario.
  - Lavado de dientes después de cada comida.
  - Recorte de uñas y cabello.
  - Ropa limpia y zapatos/uso de pañuelo, (limpieza de nariz, no escupir, tapado de nariz y boca al toser y estornudar).

**Objetivo.-** Evita la aparición de enfermedades dermatoló-

gicas, buco-dentales y gastrointestinales, entre otras. (Caries, infecciones).

B. Higiene de los alimentos y agua.

Definición de alimento.- Son las sustancias de las cuales se sirve el organismo para fabricar sus tejidos y obtener la energía necesaria para llevar a cabo las actividades diarias.

Requisitos higiénicos en los alimentos y el agua:

1. Ser frescos y/o bien conservados.
2. Preparados adecuadamente:
  - a. Crudos
  - b. Cocidos

\      /  
          Lavado previo.

Si el 1. y el 2. no se llevan a cabo: enfermedades gastrointestinales: intoxicaciones, diarreas, tifoidea, amibiasis, parásitos.

3. Masticación adecuada. La falta de buena masticación ocasiona trastornos digestivos.
4. Horario. Para llevar a cabo una buena digestión.

5. Medio ambiente. Aseo del lugar en que se come, manteles, utensilios, etc.

(Buena ventilación de habitaciones, limpieza, sacudir sábanas, muebles, etc.).

Los vegetales que representan mayor peligro si se comen crudos son: zanahorias,

lechuga,

rábanos,

jitomates, etc.

∴ lavarlos bien con agua limpia y jabón.

Las carnes deben cocerse o freírse bien, principalmente la carne de puerco.

El agua debe hervirse 20 minutos. Debe ser incolora, inodora, transparente y de sabor agradable, libre de gérmenes.

#### C. Educación física y mental (Higiene).

1. Ejercicio. Permite desarrollar la capacidad pulmonar y cardíaca; mejora el funcionamiento en general del organismo; permite un mejor desarrollo de huesos y músculos.
2. Sueño. Permite el descanso del organismo, se recomien-

dan 8 horas de sueño tranquilo.

∴ fatiga, debilidad y falta de ejercicio predisponen  
a las enfermedades.

Conclusión: I.- Un organismo débil, mal nutrido, poco aseado,  
fatigado → ENFERMEDAD.

II.- Un organismo fuerte, bien nutrido, aseado y  
descansado → SANO.



### 5.3. Limitaciones.

Como en todo proceso, hay que tener presente la serie de limitantes que se pueden dar en el desarrollo del mismo. Dentro de la comunidad las limitantes pueden clasificarse de tres tipos:

**Limitantes Humanas:** se cuenta con gente, que en su gran mayoría sólo sabe leer y escribir, sin conocimientos de otro tipo. La mayor parte de esta gente son mujeres, que por consecuencia a su medio ambiente, unas atienden a su familia, otras trabajan, además de tener que asistir a asambleas, plantones y otro tipo de actividades requeridas por la organización, lo que provoca un índice de inconstancia.

**Limitantes Económicas:** sólo puede contarse con un presupuesto raquítico, dada la situación económica de la comunidad, y hay que considerar que la gran parte de las aportaciones que hacen a la dirección de la comunidad, se tiene que canalizar a las necesidades que surgen de su principal punto de lucha: la legalización de la tenencia de la tierra.

**Limitantes Materiales:** puede considerarse como consecuencia del anterior. Al no contarse con un presupuesto, surgen limitantes como son la falta de: un local donde desarrollar el trabajo y de materiales que facilitaran y agilizaran el proceso, aunado a los problemas que acarrea el trabajar con materiales económicos a la intemperie. La finalidad principal que se busca al tener presentes las limitantes, antes del desarrollo del tema, es la creación de una serie de instrumentos, que suplan estas limitantes o cuando menos que las minimicen.

#### 5.4. Importancia y antecedentes.

El que existiera, en el momento de determinar el tema, una gran falta de higiene dentro de la comunidad, es debido a una serie de características o antecedentes, unos por causas del medio ambiente y otros, por falta de conocimientos. Dentro de los primeros, pueden mencionarse, la ubicación geográfica de la comunidad, presenta un clima general de alta humedad, con vientos y poco oscilante, que aunado a la mala alimentación de la población la hace propensa a ciertos tipos de enfermedades, que se intensifican, por la falta de infraestructura urbana.

Al pertenecer en su gran mayoría a los subempleados, no tienen acceso a servicios médicos oficiales y menos particulares. Por lo cual es común la automedicación. Como su objetivo central es la legalización de la tierra, en la jerarquización de necesidades, tienen que relegar otras necesidades vitales, como la higiene, a segundos términos,

En las segundas causas, la más importante es el nivel promedio de estudios, tercero de primaria, que se presenta en la comunidad, no tienen conocimiento sobre aspectos higiénicos, y perteneciendo a una sociedad marginada, salvo unos cuantos, no tienen acceso a información respecto al tema.

La conjunción de todos los aspectos anteriores y dada la situación socio-económica de la comunidad, es comprensible que no se van a erradicar todas las enfermedades que existen, así la finalidad e importancia principal del

yecto, es el proporcionarles a los habitantes una serie de instrumentos connotativos, sobre hábitos higiénicos, que evitan el desarrollo y la aparición de enfermedades, es decir, se trata de prevenir enfermedades.

Para obtener una visión más amplia y exacta del problema se realizó una encuesta, con la gente que asistió al dispensario, en el período comprendido del 28 de febrero al 6 de mayo de 1983. Estas encuestas fueron resueltas por la doctora, aprovechando la interdisciplinariedad del tema, en las consultas que daba los días lunes, miércoles y viernes durante el lapso mencionado.

Las encuestas se realizaron a 314 personas, de las cuales, el 64.7 %, 203 personas, tienen entre 0 y 20 años, cifra comprensible si se considera la edad promedio en la comunidad; 215 personas, de las 314 que asistieron a consulta, son mujeres, ya que son las que permanecen más tiempo en la comunidad y las que llevan el mayor peso del movimiento.

De la encuesta resultó que el 91.4 % de las 314 personas que asistieron a consulta, tienen fosa séptica, el problema reside en que debido a su falta de conocimiento, creen que hacer un hoyo en la tierra constituye una fosa séptica, la denominan como "fosa", solo por tener una forma de nombrarlo, pero están conscientes de su mala construcción, en la lista de requisitos gráficos aparece la construcción de fosas sépticas y letrinas.

Respecto a la alimentación, se conjugan dos aspectos, uno económico y otro educacional, esto trae como conse-

cuencia que el alimento principal sean frijoles y tortillas, y los que menos consumen son verduras y frutas. Esto crea un campo propenso a enfermedades, además de la desnutrición.

Dentro de las enfermedades, originadas por los aspectos mencionados, las más frecuentes, fueron afecciones a la garganta y gastrointestinales; cabe hacer mención que de las 314 personas, que considera el total de encuestas, varias presentaban más de una enfermedad.

Todo lo anterior, es sólo una pequeña muestra del estado de higiene que existe en la comunidad. Problema que presenta mayores dimensiones si se piensa en la gente que no asiste a consulta, ya sea por continuar con sus costumbres de automedicación, de seguir recelosa a gente ajena a la comunidad, o por tener que trabajar, sin tener tiempo de asistir a consulta.

### 5.5. Taller de diseño participativo.

"...No es posible crear para sin convivir con, sin simpatizar profundamente con aquéllos a quienes se pretende satisfacer. Sólo así una obra podrá tener además de su indispensable utilidad la capacidad de integrarse armoniosa y coherentemente en el contexto cultural y social que habrá de acogerla. No es posible crear a distancia (...). Sólo así (...) el producto (...) responde plenamente (...) a las exigencias y a la sensibilidad de aquellos para quienes ha sido expresamente concebido".<sup>41</sup>

Analizado el contexto de la comunidad, determinado el tema y contempladas las limitantes y el proyecto a seguir; surge la necesidad de crear un taller de diseño participativo. Para esto se volvió a aprovechar, el sistema organizativo y comunicativo de la comunidad y por medio de una asamblea general, se planteó el propósito de este taller, el trabajo conjunto con la doctora y los beneficios que se aportarían a la comunidad.

La participación de la gente, sería con una total libertad, dadas las limitantes humanas que existían, mismas que influyeron en el tiempo de trabajo; tomándose la decisión conjunta de asistir los días lunes a las 9:00 hrs. A.M., después de llevar a sus hijos a la escuela, y escuchar una plática sobre higiene que impartía la doctora -punto que se trata más adelante- se trabajaría un promedio de 2 horas.

"el "enriquecimiento del trabajo" no tendrá éxito alguno si el usuario, es decir, el operario, no es consultado

respecto al diseño del trabajo"<sup>42</sup>.

La finalidad del taller era, que la misma gente de la comunidad aportara formas de solución, acordes a sus medios; en base a la lista de necesidades, que ellos mismos habían planteado apoyada por las encuestas, es decir, que tanto problemas como alternativas de solución, no les fueran impuestos, que surgieran de la comunidad y expresaran su realidad cotidiana.

Paralelamente al taller, y contemplada como una actividad interdisciplinaria, la doctora impartiría pláticas respecto al tema y posteriormente la gente del taller realizaría dibujos tratando de representar lo que consideraba más importante, ya fuera el problema, la solución o ambos.

La reacción inicial de la gente del taller, ante este trabajo fue de inhibición a expresarse por medio de imágenes, surgiendo comentarios como: "yo no sé dibujar", "sólo dibujaba en el Kinder", "a mí me salen muy feos". No obstante esto, y después de comentar la finalidad de este trabajo; el conocer sus alternativas, así como sus imágenes, demostrando un gran interés, realizaron el dibujo.

"La cuestión principal en esta comunicación cultural es saber si el objeto representado es comprendido o no en el campo de experiencia del público o de un sector del público a que se destina"<sup>43</sup>.

Entregaron 12 dibujos, de los cuales, 11 se realizaron en formato horizontal y uno de formato vertical. Nueve de los doce representan las acciones de solución a algún pro-

blema higiénico, como por ejemplo:

- Un niño lavándose los dientes.
- Una persona bañándose.
- La olla con agua hirviendo sobre la estufa.
- Una señora quemando la basura.

Los tres dibujos restantes, representan una secuencia de acciones, ya sea problema y solución o serie de soluciones, por ejemplo:

- Primero está la basura, moscas, etc. y un niño enfermo y después, la contraposición, una persona barre.
- Primero un niño defeca en una letrina y después se lava las manos.
- Un puesto de mercado con verduras, junto con una bolsa, y después, la señora lava e hierve las verduras.

En algunos casos, las mismas personas, ponen textos en los dibujos, los cuales explican la imagen, o también, en los que son secuencias, ponen flechas.

La realización de los dibujos constituyó un punto importante porque en ellos se encuentra representada su cotidianidad, los participantes, por medio de esos dibujos, no solamente se expresan para comunicar, también expresan y significan su cultura, su ser y sus formas de percibir y evaluar la realidad, uno de los ejemplos más significativos de lo anterior, lo constituye el dibujo en el que aparece la letrina y el niño lavándose las manos con una palangana. El dibujo ya

plantea que no existe una infraestructura urbana, drenaje, que se carece de baños, los cuales pueden ser suplidos por le trinas, asimismo no hay lavabos, sino palanganas.

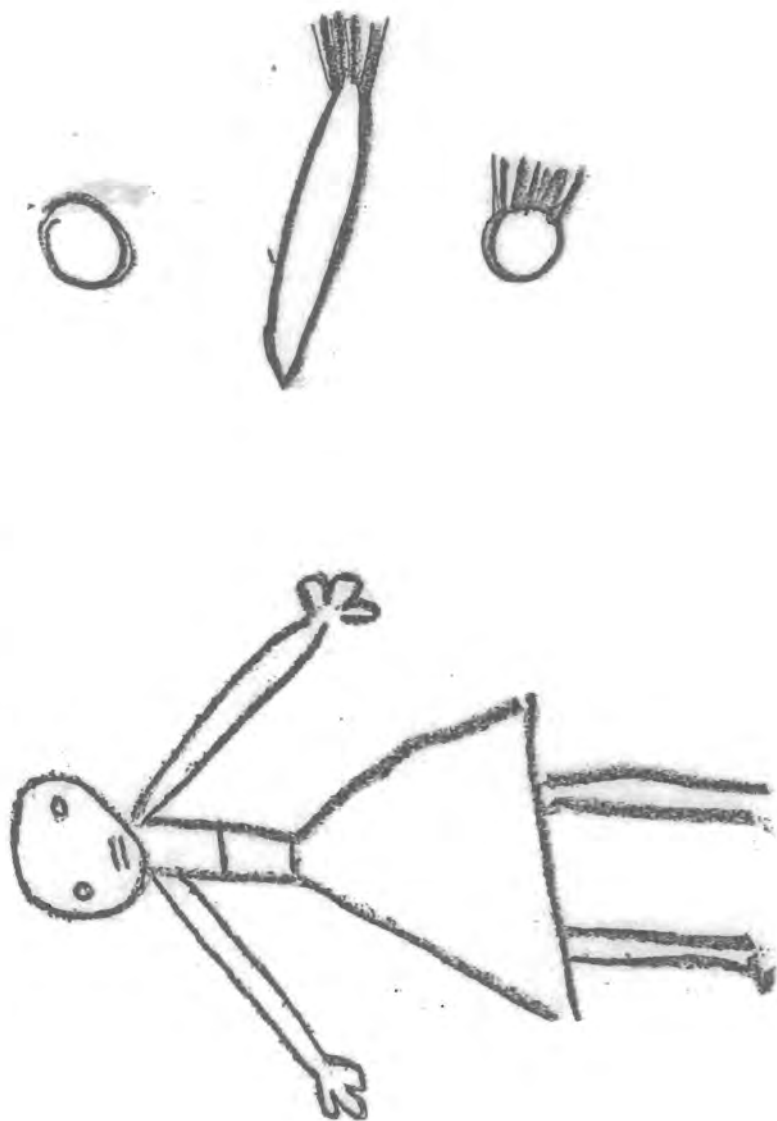
Después de la realización de dibujos se realizó un análisis de los mismos, con los participantes en el taller; el objetivo era que, todos pudieran ver la totalidad de los dibujos realizados, y verificar qué dibujos eran entendidos por todo el grupo y cuales no.

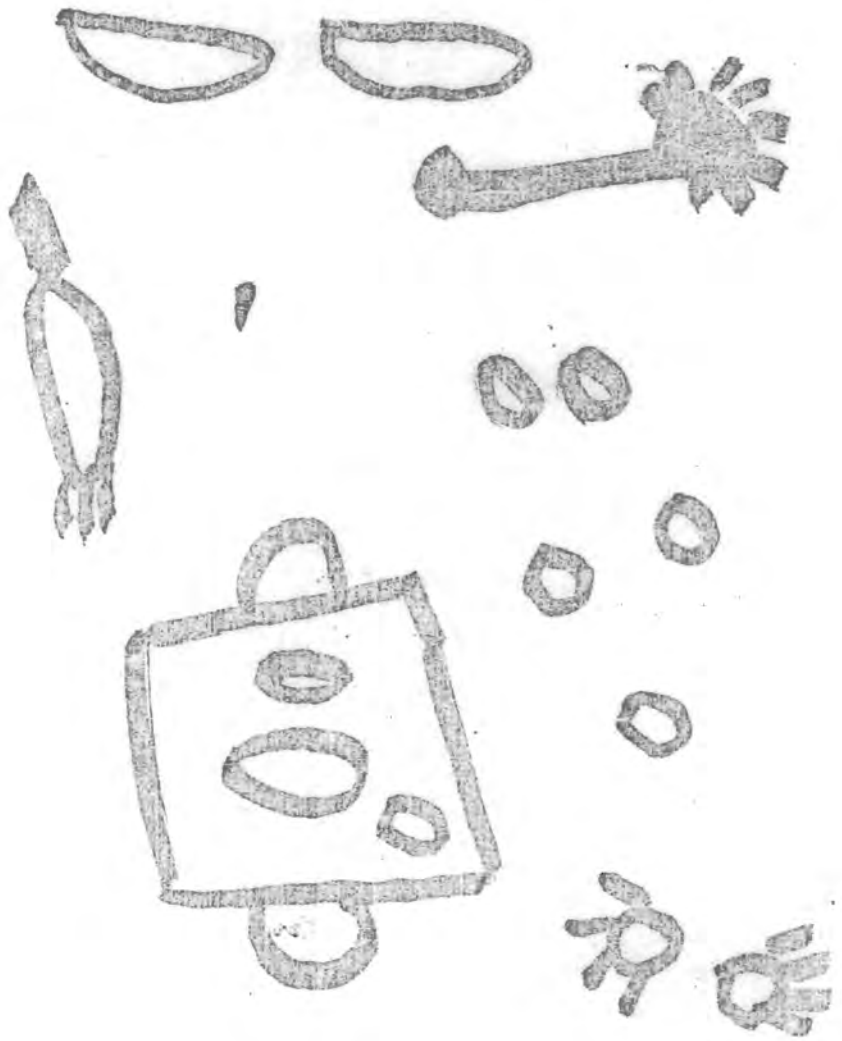
Posteriormente, todos los dibujos, fueron colocados en el espacio que conforma el periódico mural, ubicado en el lugar de las asambleas, para que se pudiera obtener un consenso, de la mayor parte de la gente de la comunidad, respecto a la identificación del trabajo realizado en el taller.

Finalmente, y después de 4 sesiones de trabajo previstas y de la selección de dibujos, se procedió a la elaboración de carteles, así como, la manta de apoyo a los mismos.



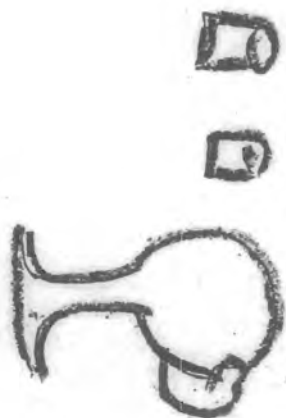
*Inatensia*







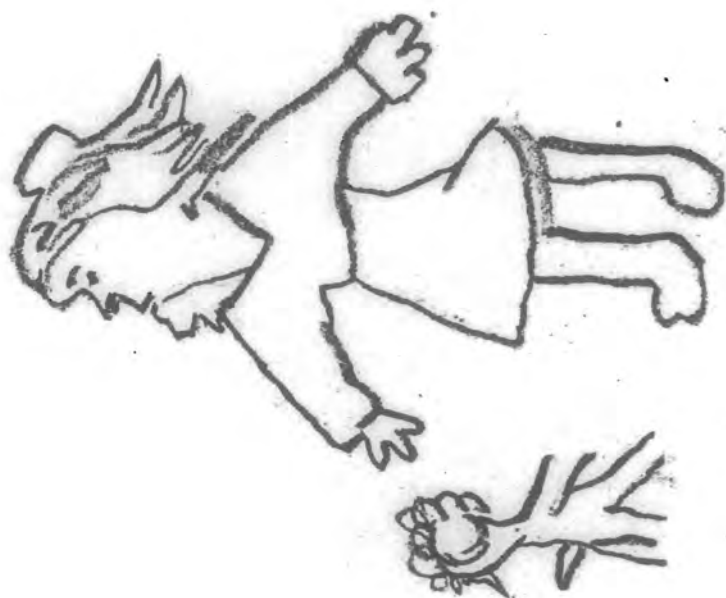
leche



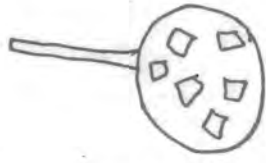
Puigas



apozaca

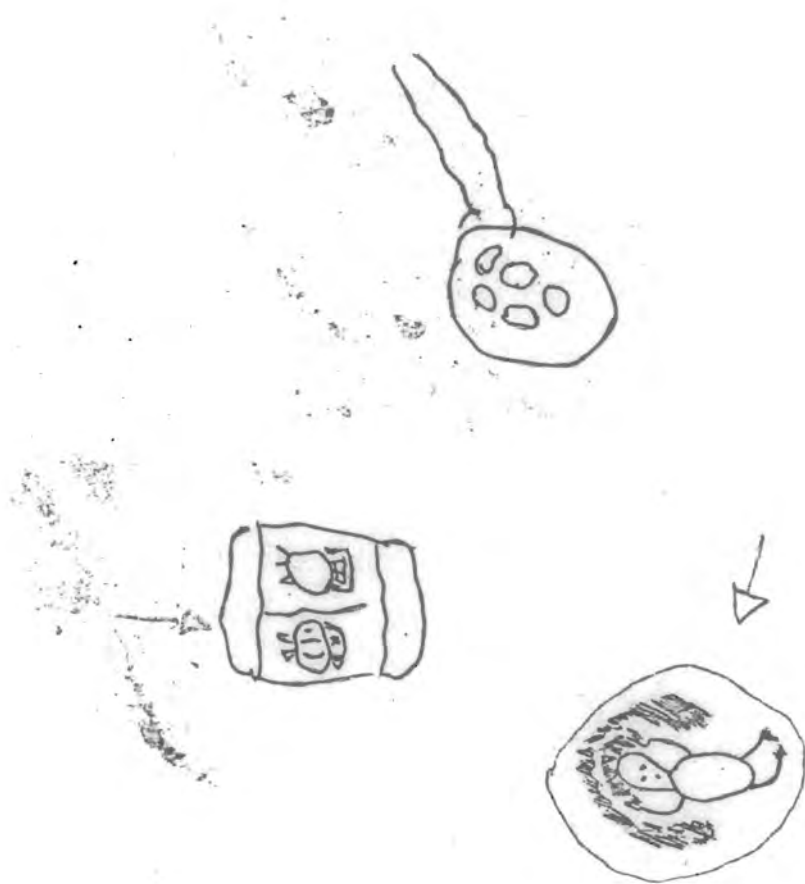


leche

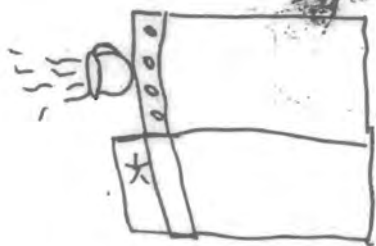
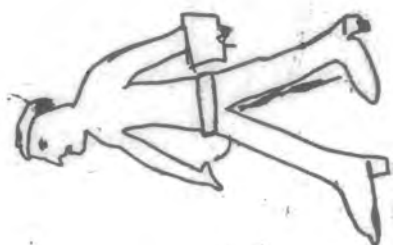


Getra

Alejandro

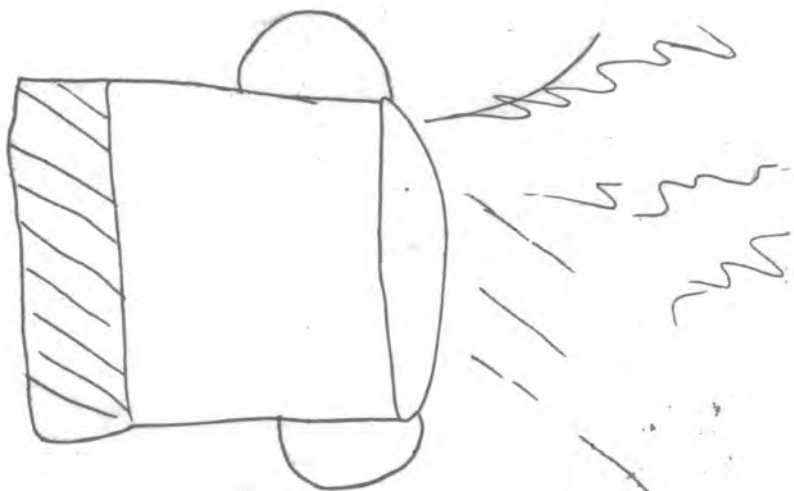
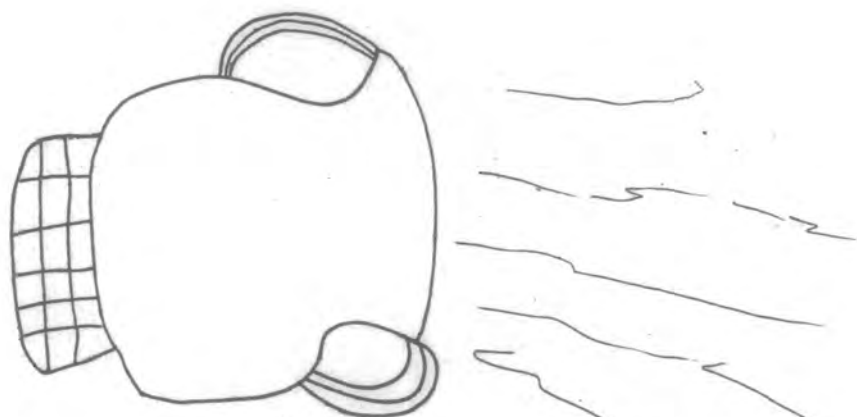


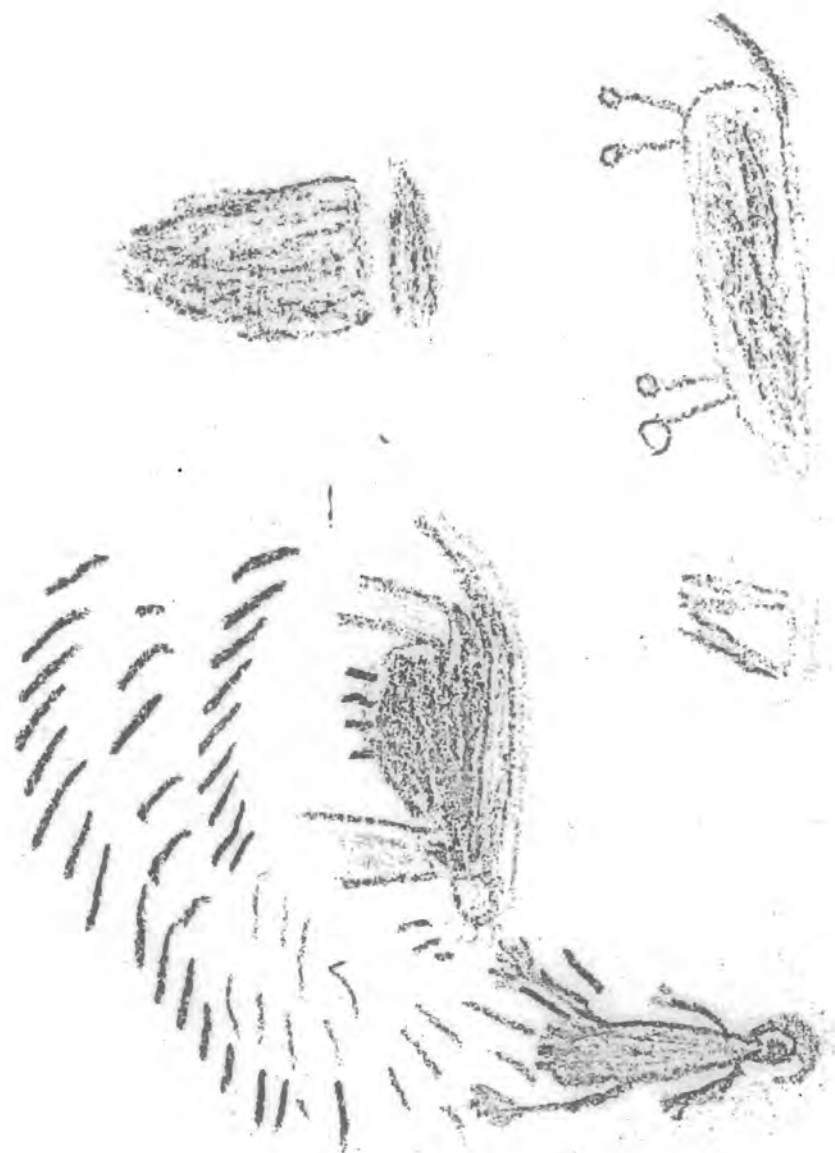




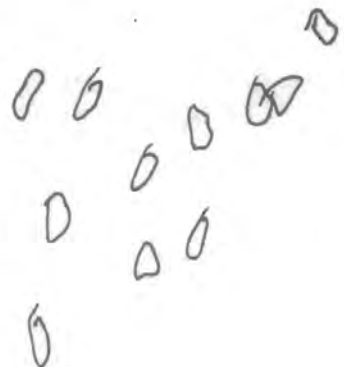
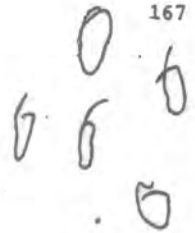




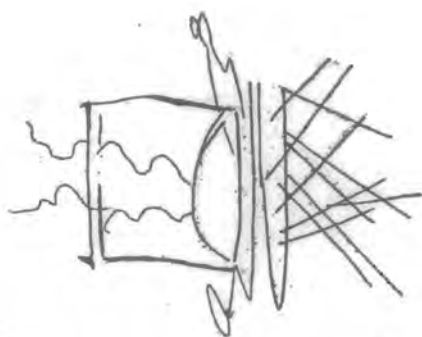
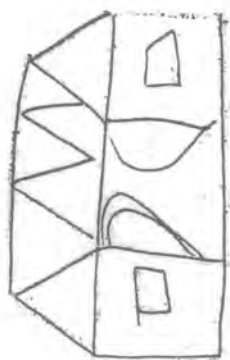


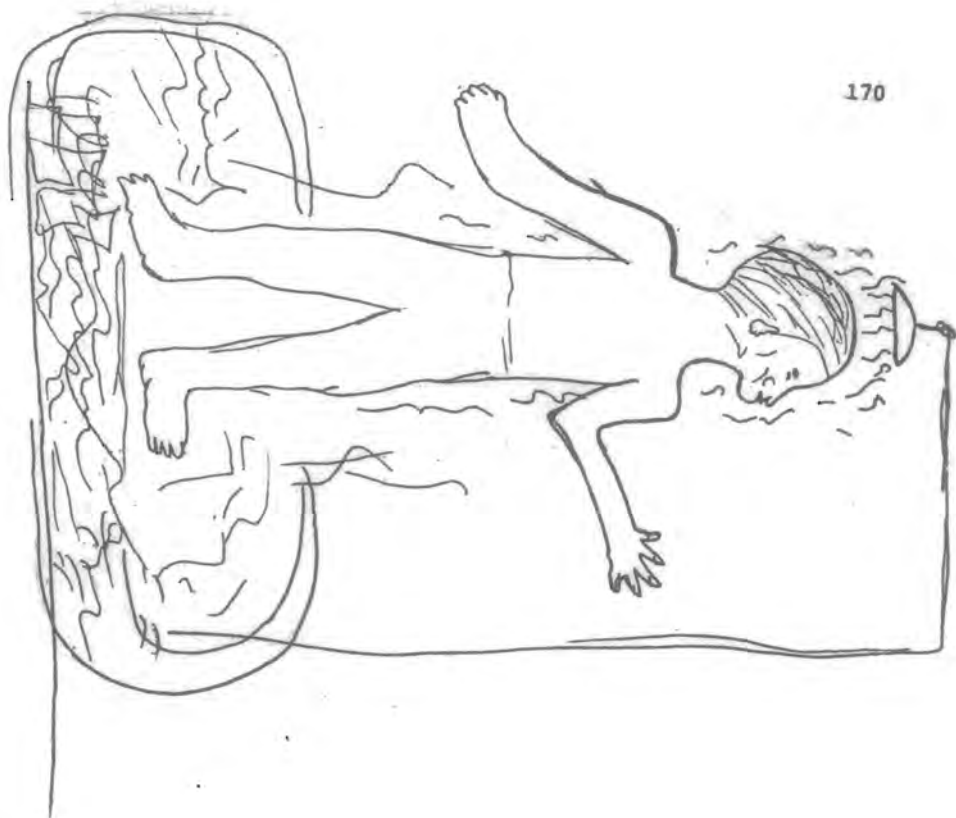


Adulanda



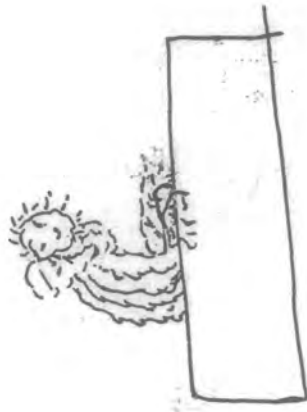






- pileta  
- verduras en lava.

Handwritten text, possibly a signature or name, oriented vertically.







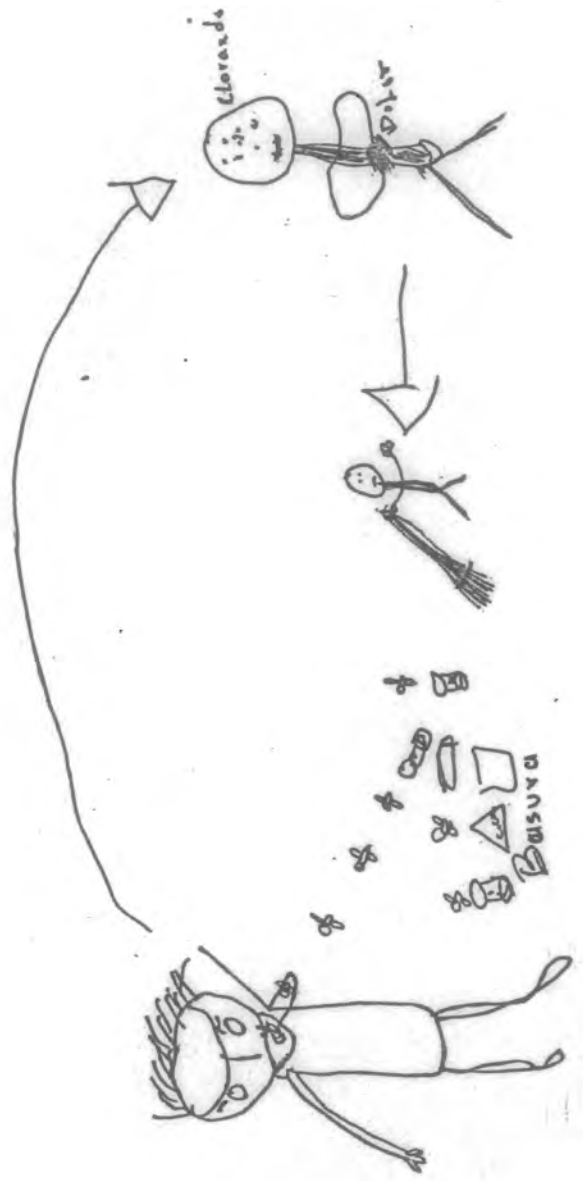
173

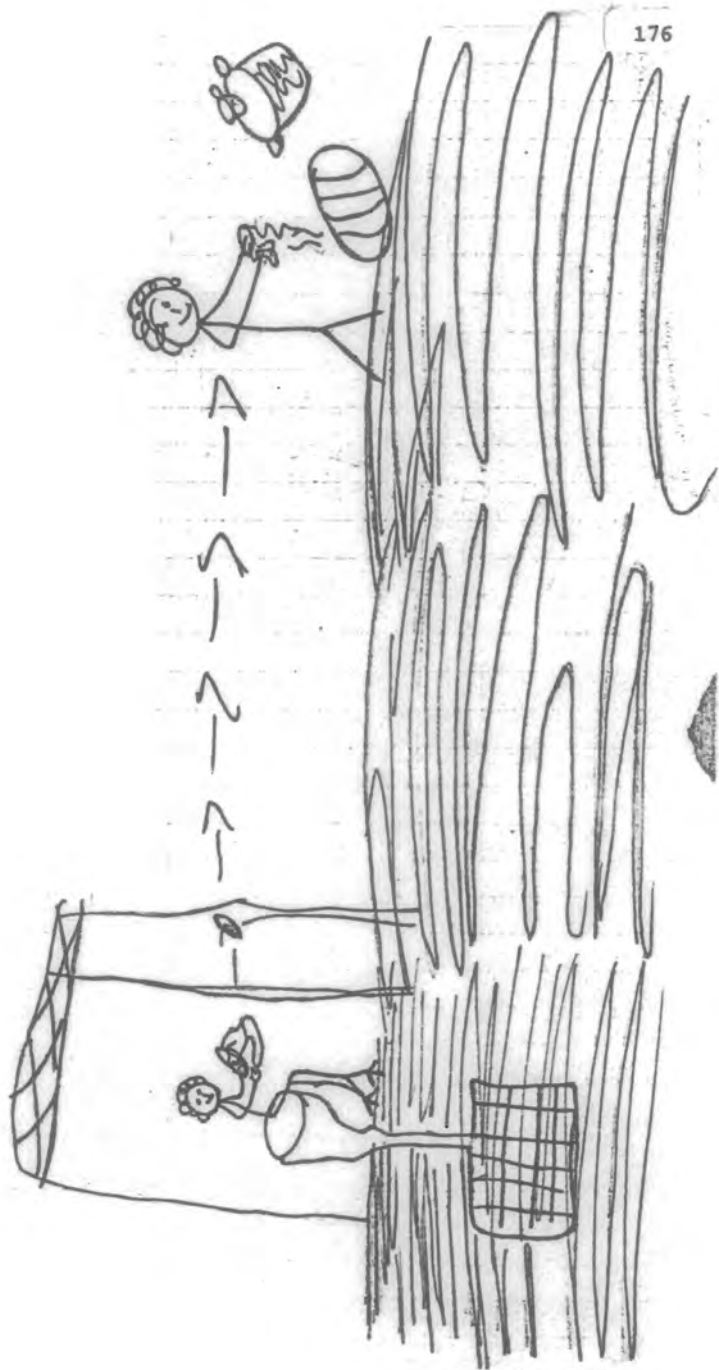


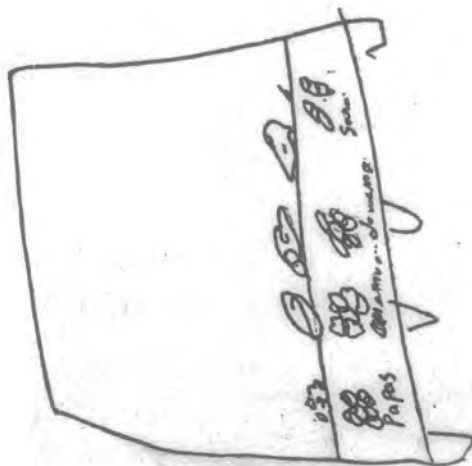
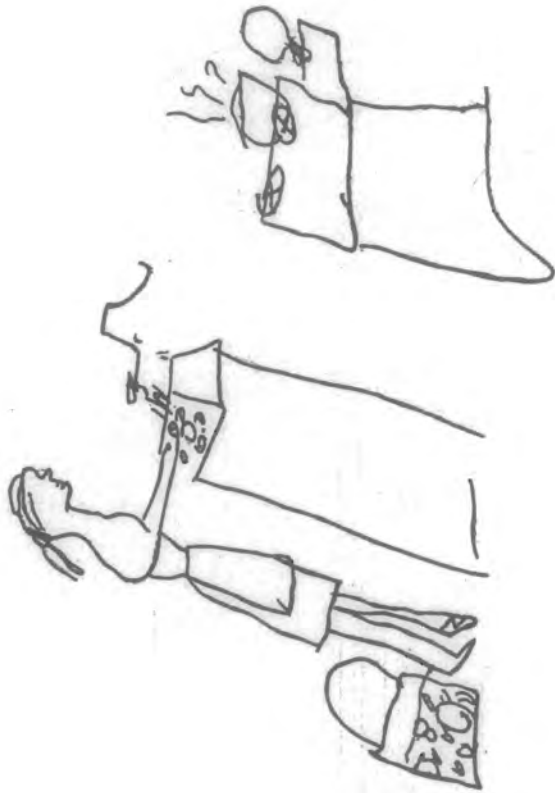
- Vaso de agua
- pasta

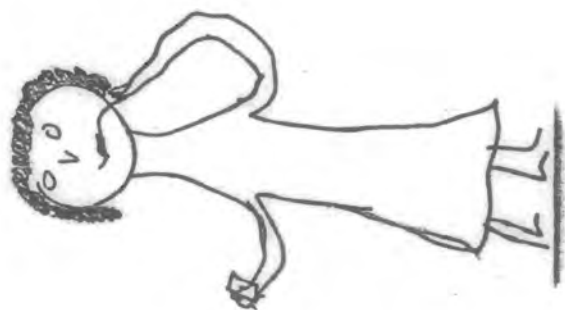


- mosca
- basura
- baño









### 5.6. Materiales de apoyo y otras alternativas.

Paralelamente al desarrollo del taller participativo, se dijo en el punto anterior, se llevó a cabo un programa de pláticas impartidas por la doctora sobre diversos puntos relativos a la higiene, como la importancia de la nutrición, la vacunación, etc. A instancias de esto, se contempló la necesidad de crear una serie de apoyos gráficos que hicieran, estas pláticas, más atractivas y sustanciales. Para obtener un buen resultado, de este material, se busca, como lo plantea Cámara, dotar las imágenes de sencillez y realismo, elementos claves para una efectiva comunicación pictórica con un público de bajo nivel educacional. Siendo que la edad y el nível educacional son variantes que influyen en la habilidad para comprender símbolos pictóricos, se buscaron dibujos bien realizados, claros y con los detalles mínimos necesarios, lo cual se considera lo mejor para comunicarse con personas jóvenes de educación mínima.

Otra alternativa para resaltar la importancia de adquirir tanto elementos materiales como conocimientos lo constituyen las mantas, que son un medio de comunicación de la comunidad y pueden contener todo lo que se relacione con ella.

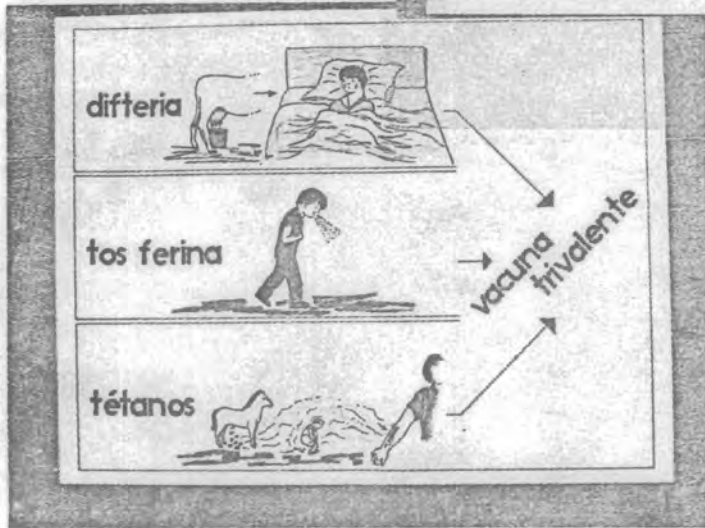
Para la imagen planteada, en esta manta, se consideró el planteamiento de Karo Jerzy respecto a que debe ser directo y dramático, ya que "el acceso dramático, es usado como la forma más efectiva de iluminar un tema serio (...); el poder del acto dramático resulta de que esto es "demasiado cerca a la verdad", y cuando relacionado a un problema real, o a una si-

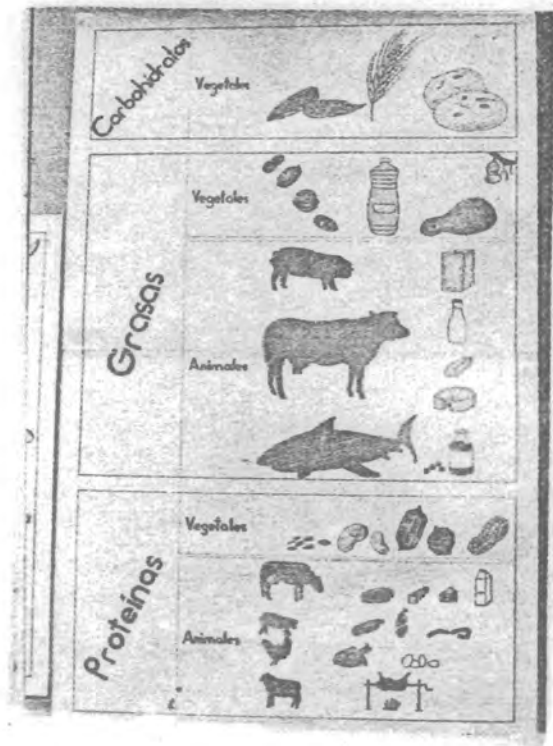


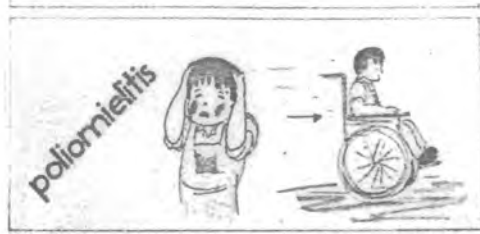
tuación potencialmente peligrosa, tiende a crear intranquilidad en la audiencia"<sup>44</sup>.

# Alimentación

Vitamina C	
Complejo vitamínico B	
B <sub>1</sub> G	
P	
B <sub>2</sub>	
B <sub>6</sub>	
Vitamina A	
Vitamina D	
Vitamina E	
Vitamina K	



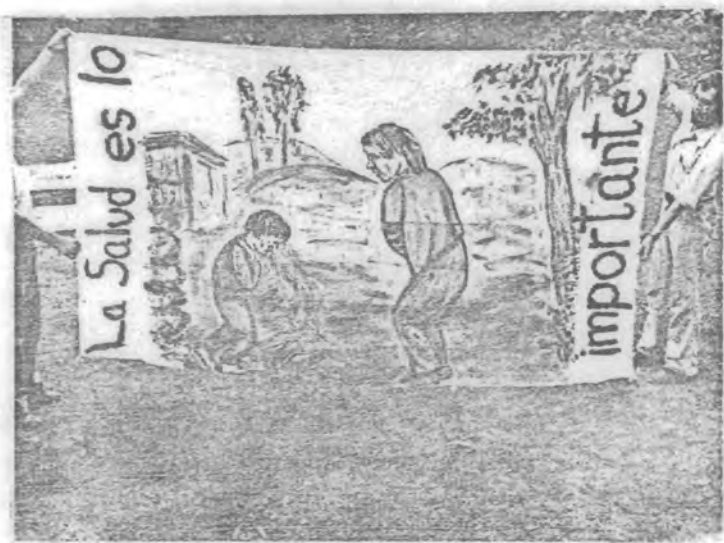




**Contra la rabia**

vacúnalos

The illustration is enclosed in a decorative border. At the top, the text "Contra la rabia" is written. Below it, a sequence of events is shown: a dog bites a child, the child is taken to a hut, and the child is vaccinated. Below this, a dog is vaccinated, and a ritual is performed with candles.



### Introducción.

A partir de la definición del problema, del usuario y de la especificación del proyecto, se hace necesaria la especificación del medio pertinente para la comunidad, mismo que deberá estar relacionado y adecuado al contexto, los temas, su inmediatez, así como a los recursos que se dan en el problema descrito.

Por lo anterior, el cartel, dadas sus características se propone como medio, y para fundamentar esta elección es necesario definirlo y enumerar los elementos que lo componen.

Enel Françoise en su libro El Cartel, dice que los orígenes del cartel surgen en la prehistoria: En Mesopotamia, con los signos en relieve de los mercaderes, y en Grecia, con las piedras grabadas que servían de soporte a los textos oficiales. Sin embargo es en el siglo XIX cuando surgen los fundamentos del cartel moderno, se dan a partir del cartel que anuncia la existencia de un producto sin preocupación de utilidad inmediata. Dos factores determinan el aumento en la difusión de carteles: la litografía y la economía liberal, que constituye un aumento acelerado de la producción.

"El cartel, en razón de su carácter repetitivo (en el espacio y el tiempo) no deja intacto al receptor, transforma progresivamente su sensibilidad y, en la medida en que recurre a la imaginación creadora de éste, le hace participar de una cierta manera en el proceso social"<sup>45</sup>.

### 6.1. Generalidades y características.

El mismo Enel, desarrolla una estructuración por niveles, en la cual determina las funciones, y generalidades, que desempeña el cartel, y considera:

- a. Un primer nivel explícito que remite a los objetivos in mediatos y manifiestos en todo cartel:
  - a.1. Función de información.
  - a.2. Función de convicción, de seducción. (Función de persuasión).
  - a.3. Función económica.
- b. Un segundo nivel mucho más difuso y difícilmente mensurable, engendra toda una serie de mecanismos psico-sociológicos en el receptor:
  - b.1. Función aseguradora, disculpabilizante, compensatoria.
  - b.2. Función educadora.
  - b.3. Función ambiental.
  - b.4. Función estética.
  - b.5. Función creadora.

a.1. Función de información. El cartel forma parte de una red de comunicaciones que relacionan un emisor con un receptor, con la intención de llevar a éste último el conocimiento de la existencia de diversos productos de consumo por un lado, y por otro, inducirle a modificar su comportamiento de compra.

La función informativa la asume principalmente el texto publicitario, ya que, a diferencia de la imagen que se

caracteriza por su polisemia, el texto lleva una información precisa.

a.2. Función de convicción, de seducción. (Función de persuasión). El cartel propone un repertorio de significados ideales y emotivos de un producto, esto, a su vez, introduce en el individuo sentimientos tales como el deseo de compra, la confianza en la marca, la búsqueda de originalidad o de una imagen satisfactoria de sí mismo,

a.3. Función económica. "La estética del cartel es tá subordinada a una exigencia fundamental: la eficacia"<sup>46</sup>. Para ser eficaz tiene que tomar en cuenta la psicología del consumidor. La función del cartel es acelerar la dinámica comercial. El cartel propone al individuo una visión seductora, utópica del producto, por la que tiene la posibilidad de completar la significación de su vida cotidiana, satisfacer sus aspiraciones de éxito social, felicidad, etc., estas pautas psico-sociológicas y económicas son desplazadas por el cartel para suscitar nuevos deseos y combatir la resistencia del consumidor ante la novedad, para llevarle al acto de compra.

b.1. Función de seguridad. El consumo tiende a orientarse a la satisfacción de necesidades psicológicas tales como la evasión de lo cotidiano, el deseo de prestigio. El cartel propone una solución mecanicista de la felicidad, representa una especie de antídoto de la realidad. "El universo creado por la publicidad es un universo estable y seguro, desembarazado de todo lo trágico que envuelve a la realidad cotidiana, en el que cada hombre está en su sitio y en el que ca-

da cosa cumple perfectamente su función. El cartel encierra la promesa de un paraíso artificial, verdadero antídoto contra la "acumulación de las presiones y las tensiones colectivas"<sup>47</sup>.

b.2. Función educadora. Dado que el cartel es una estructura dotada de formas y colores, engendra nuevos hábitos perceptivos en el receptor, crea una forma de inteligibilidad. El contacto inmediato y totalizador de la imagen publicitaria respecto al receptor implica una nueva estructuración de sus hábitos sensitivos y cognoscitivos, "constituye, de hecho, un proceso de educación"<sup>48</sup>.

b.3. Función ambiental. El cartel es un elemento del escenario urbano.

b.4. Función estética. el cartel es un medio plástico que puede contener un elevado valor estético.

b.5. Función creativa. "El cartel publicitario es un gran crisol en el que se funden arte, ciencia y técnica, propiciando así la invención y las creaciones más imaginativas, más fecundas"<sup>49</sup>.

#### Características del cartel.

La primera cualidad del cartel es la de cumplir una función: inducir al consumidor a modificar su comportamiento. El creador de carteles dota de mil atractivos al objeto que anuncia, es decir, hace de éste un simulacro del objeto real revistiéndolo con una capa de imágenes, de "razones", de pseudo-funciones, accesibles a la mayor parte de los indi-



viduos, esto, con el fin de seducir al consumidor.

Enel reconoce la existencia de 8 dimensiones fundamentales en el cartel:

1. Modernidad.
2. Buen gusto.
3. Color.
4. Porcentaje de complejidad.
5. Porcentaje de dinamismo.
6. Porcentaje de erotismo.
7. Tamaño aparente.
8. Porcentaje de iconicidad.

1. Modernidad. El cartel constituye un elemento de sorpresa en el entorno urbano. Sólo produce impacto cuando es tá de acuerdo con la moda o cuando prevee el cansancio por parte del receptor.

2. Buen gusto. Comprende connotaciones tanto de orden estético, como de moral, las primeras se refieren a que hay ciertas combinaciones de formas, ciertos ensambles de colores que no pueden permitirse; mientras que las connotaciones de orden moral, se refieren a que no se puede ir en contra de tabúes y de prejuicios; sin embargo, el cartel puede transgredir la zona de lo permitido siempre que lo haga hábilmente.

3. Color. Según Charles Henry, la sensación de color es siempre anterior en algunas fracciones de segundo a la de las formas, pero también a fenómenos de orden emocional y

afectivo. El color está cargado de alusiones psicológicas y sociales.

4. Porcentaje de complejidad. El cartel debe ser accesible al individuo en un lapso muy breve de tiempo. La falta de claridad y de legibilidad en el cartel son un obstáculo para que se de el impacto sobre un público.

Un mensaje es más fácil de decodificar cuando es redundante y cuando su información signica es débil.

5. Porcentaje de dinamismo. Resulta de las tensiones creadas en el interior del cartel, es decir, de la interacción de sus fuerzas internas, ligadas a sus colores, a sus líneas o a los diversos planos de la composición. El dinamismo representa uno de los factores esenciales de la fuerza de atracción del cartel.

6. Porcentaje de erotismo. El cartel halaga los tabúes sexuales.

7. Tamaño aparente. Es el porcentaje de ángulo sólido ocupado por el cartel, en las condiciones normales de visión, en relación con el campo total de visión media. La disposición de los elementos en el cartel orientan la visión en el desciframiento del mensaje publicitario.

8. Porcentaje de iconicidad. Está determinado por el grado de esquematización o de abstracción de los elementos integrantes del cartel. Un coeficiente de iconicidad fuerte, es decir, un porcentaje de abstracción débil, está constituido por la reproducción fiel del objeto, tal como se presenta en la realidad. Un coeficiente de iconicidad débil, o porcen-

taje de abstracción fuerte, prolonga el tiempo de desciframiento debido a que para éste se requiere un índice mayor de atención por parte del receptor.

Lenguaje del cartel.

Enel distingue tres planos en el lenguaje del cartel:

1. El sistema de los objetos reales. Dado que es el grado de tecnificación alcanzado por una sociedad particular, constituye la estructura-origen de los elementos en que basará su representación el publicista.

2. El sistema del lenguaje. Lo constituye el texto.

Sus objetivos son:

- cristalizar una significación entre todas las significaciones posibles de la imagen.
- cristalizar la percepción del perceptor a un cierto nivel de inteligibilidad.
- al igual que la imagen, el texto tiene una función de información, pero además, a él le toca precisar el contenido de la imagen, esto es, actúa sobre ella para atraer la atención del espectador sobre algunos significados, esto constituye la función de amplificación del texto.

3. El sistema de la imagen. La imagen opera en el nivel de la forma. Sus medios de expresión son símbolos.

Dado que, para Enel, el sistema de los objetos reales es la estructura-origen de los elementos representados,

que influye directamente sobre el sistema del texto publicitario y sobre el sistema de la imagen, se hace necesario citar el cuadro que maneja al respecto:



1. Las unidades significantes se componen de tres niveles distintos:

- el objeto, es la representación esquemática del objeto real propuesto al consumo. Recibe la significación.
- soporte: tiene características de materialidad; sirve de vehículo a la significación, es decir,

la transmite.

- la variante: no presenta un carácter material. Introduce el sentido y prepara el proceso de connotación.

2. Significados. Revelan un léxico que agrupa diversos estados y situaciones. Los significados se muestran a la vez que los significantes, y su sentido no es sino el mismo significante.

"La participación de las unidades (significantes) en una combinación tiene por consecuencia transformar una serie de elementos comunes en una situación o en un estado original, que otorga al producto ciertas cualidades complejas y extraordinarias"<sup>50</sup>.

El sistema de la imagen constituye el signo del cartel, que a su vez, está constituido por la unión del significante y del significado. La arbitrariedad y la motivación conforman las características del signo.

Retórica del cartel.

La connotación aflora a dos niveles distintos:

- al nivel del enunciado del significante.
- al nivel del enunciado del significado. A partir del cual se elabora toda una visión de la sociedad, y ofrece al individuo la posibilidad de completar la significación de su vida cotidiana, esto constituye el mensaje cultural del cartel, es decir, esa visión utópica del mundo, pero, ésta, a su vez, no es perceptible al mismo nivel que el mensaje lite

ral, sino que su desciframiento varía de un receptor a otro. "La existencia del mensaje cultural es la del parásito de la imagen denotada: acciona sobre la ambigüedad de la sustancia significativa para transmitir su mensaje"<sup>51</sup>.

Técnicas de la retórica del significante:

- Comparación visual/verbal.
- Analogía visual/verbal.
- Metonimia visual/verbal.
- Cadena visual/verbal.
- Negación visual/verbal.
- Sinécdoque visual.
- Especificación verbal.
- Sustitución visual.
- Clímax y anti-clímax sintácticos.
- Paralelismo visual/verbal.
- Mediación asociativa.
- Metáfora.
- Fusión visual.
- Atenuación visual.
- Exageración visual.
- Tipografía.

"El lector de todo cartel debe ser capaz de un desciframiento casi instantáneo de su mensaje"<sup>52</sup>.

Retórica del significado. "Las formas y los colores que componen el cartel no constituyen más que los pretextos de una lectura en segundo grado, es decir, que el espectador que se enfrenta con el cartel debe asimilar su significa-

ción inmediata para desembocar en un nuevo sistema de significaciones, que sustituye al primero, sin hacerlo desaparecer; pone en relación significantes materiales ordenados junto a significados inmateriales que no son sino fragmentos de ideología<sup>53</sup>.

Enel Françoise plantea una clasificación de carteles:

1. Cartel comercial.
2. Cartel de propaganda o político.
3. Cartel cultural.

1. Cartel comercial. Su función es acelerar el proceso socio-económico de la venta. Debilita la resistencia a la compra del consumidor potencial con la promesa de una mejora en sus condiciones de vida gracias a la adquisición de los productos. Su acción está determinada por el rendimiento y la dinámica comercial. Los carteles de este tipo se caracterizan principalmente porque son grandes carteles compuestos de una imagen en color y de un texto muy breve.

2. Cartel de propaganda. Se habla de propaganda cuando se da la transmisión de un mensaje entre un organismo (Estado, partido político, liga) y la masa, cuyo objetivo es la adquisición de ideas.

La diferencia entre los carteles comerciales y los de propaganda radica en el nivel en que los segundos sitúan los sentimientos provocados por un organismo en el receptor.

El poder del texto en este tipo de carteles reside en su concisión y en la elección de los términos suscepti-

bles de provocar reacciones inmediatas en el receptor, esto se da debido a la alta carga connotativa de dichos términos.

Los procedimientos verbales que suelen utilizarse son:

- Mecanismo de adhesión (mitos), tales como: la libertad, el honor, la patria.
- Mecanismo de rechazo. "Mitos" muy desvalorizados: deshonra, muerte...
- Mecanismo basado en el testimonio y la autoridad del testigo.
- Mecanismo de conformismo. Nociones de solidaridad, fraternidad.

"La eficacia del cartel de propaganda reside en la capacidad para sugerir la idea en cuestión, apoyándose en los soportes emotivos de la población consumidora que sean los más adecuados para asegurar la transmisión del mensaje y la adhesión de los individuos a esta idea"<sup>54</sup>, es decir, la adecuación del medio a la población consumidora determina la eficacia del cartel.

Las técnicas de persuasión que se utilizan son: orden, amenaza, sugestión, testimonio, argumentación, caricatura y sátira.

3. El cartel cultural. Este grupo lo conforman los carteles que se orientan hacia actividades intelectuales y artísticas. El cartel cultural es un cartel de micro-medio, dirigido a un público de cierta cultura artística, del que se espera comprenda el mensaje que se le quiere transmitir.



Propone una visión transfigurada de la realidad y propicia una profundización estética. La imagen tiene un valor por sí misma, independientemente de su proyecto publicitario. En este tipo de carteles la función de información predomina sobre la función económica pura, sin embargo la dimensión estética supera a las dos consideraciones anteriores, pero sin eliminarlas.

Hasta aquí, se expone un desglosamiento de las características que Enel considera que conforman el cartel.

## 6.2. Elementos de composición.

Los elementos constitutivos del cartel son, como ya se hizo mención en el punto anterior, el texto y la imagen, cada uno de ellos tiene características y funciones específicas dentro del mismo. La vinculación de ambos se estructura a partir de los elementos de composición que participan en el diseño que a su vez crean tensiones intrínsecas en la composición del cartel, lo que repercute, sin duda, en la forma en la que dicho cartel se percibe.

Los elementos de la composición están comprendidos dentro de las características prácticas del diseño, (Capítulo 1.2.2.), y, por consiguiente cada autor presenta su definición, en general no se contradicen, se complementan.

- Enel Françoise retoma la definición de Richez sobre la composición: "La ciencia de la composición (...) consiste en determinar la posición, la dirección y la importancia de cada elemento en función de un marco dibujado o imaginario, con la intención de acentuar el carácter del mensaje visual (...). El arte de la composición consiste en organizar en el espacio bidimensional, y en función del fin propuesto, elementos gráficos o pictóricos cuyo número e importancia son variables según la idea a expresar"<sup>55</sup>.

- Scott, por su parte, dice que la composición consiste en un sistema de interrelaciones que producen una unidad.

- Fabris define la composición, como la disposición en el espacio-formato de distintos signos según una idea directriz para obtener un efecto deseado mediante una forma estética.

camente agradable y fácilmente legible.

Esta última se puede considerar más sustancial, por lo tanto, además de plantear en el capítulo 1.2.2. su clasificación, se hace necesario analizarla para obtener una visión más amplia sobre su aplicación en el cartel.

El espacio-formato y el signo, son los elementos prácticos y fundamentales que Fabris contempla en la composición.

El espacio-formato es el marco en el que se objetivan los signos, por cuya razón posee la capacidad de contenerlos.

El signo es toda huella gráfica dejada sobre un soporte por un instrumento adecuado.

Las leyes específicas que nacen con el signo y con su emplazamiento en el espacio-formato constituyen las tensiones que influyen en el signo, dichas tensiones son sinónimo del comportamiento de las fuerzas, el modo en que se influyen recíprocamente. Se distinguen dos tipos de tensiones:

1. Las tensiones constructivas u organizativas.

2. Las tensiones perceptivas.

1. Las tensiones constructivas se dividen en:

1.a. Relaciones de influencia.

1.b. Relaciones de conformidad.

1.a. Las relaciones de influencia, aquellas por las que cada uno de los elementos compositivos influyen recíprocamente sobre los demás, esto, a su vez, constituye el comportamiento del signo que se puede dar de tres formas: el comporta-

miento entre el signo y el resalte del signo, determinado por las tensiones cromáticas y estructurales de valor; el comportamiento entre el signo y el movimiento del signo, se determina por las tensiones espaciales de movimiento, que a su vez, son el resultado de la orientación y dirección del signo; y el comportamiento entre el signo y el espacio, está determinado por las tensiones formales de proporción.

Fabris señala que la proporción es correspondencia, relación de medida, relación entre las dimensiones comparadas entre sí y relación de las diversas partes con el todo.

Por lo tanto, el tamaño, la proporción, van íntimamente ligados con el significado y el propósito del mensaje.

Asimismo, Fabris afirma que, la proporción se desarrolla en el espacio, por lo que define tres formas:

- Geometría de los rectángulos estáticos. "Dos o más superficies tienen los lados proporcionales entre sí cuando sus dimensiones son divisibles por una unidad de medida respectivamente de tamaño diferente, pero contenida un número igual de veces en los lados correspondientes"<sup>56</sup>, a dicha unidad de medida se le denomina módulo, es arbitraria. "Un rectángulo se llama estático cuando la relación entre sus lados -módulo- es un número entero o fraccionario pero racional, es decir, finito, conmesurable"<sup>57</sup>. Se llaman estáticos debido al equilibrio que experimenta el espacio determinado por estos rectángulos.

- Geometría de los rectángulos dinámicos. La relación entre los lados mayor y menor de este tipo de rectángulos,

no puede expresarse con un número finito, dado que, dividiendo la medidad uno de sus lados mayores entre la de uno de sus lados menores, se obtiene siempre un cociente con un residuo. Esta relación es expresada con un número no finito, es decir, un número irracional, por ejemplo, las raíces cuadradas de los números que no tienen cuadrado perfecto pero que se aproximan por defecto o por exceso: Rectángulo  $\sqrt{2}$ ;  $\sqrt{3}$ ;  $\sqrt{5}$ . Este tipo de rectángulos poseen la propiedad de no estar nunca acabados ni encerrados en sí mismos, contienen una dimensión casi ilimitada de vitalidad.

- Rectángulo áureo y sección áurea. "Se dice que un segmento está dividido en sección áurea, cuando está dividido en dos partes, de modo que una de ellas -sección áurea- es la media proporcional entre todo el segmento y la parte restante"<sup>58</sup>.

Descomposición armónica de los rectángulos estáticos y dinámicos. Todos los rectángulos estáticos y dinámicos, pueden descomponerse en otros rectángulos semejantes al rectángulo inicial o rectángulo base. A la parte que complementa el rectángulo interno para conformar el rectángulo base se le denomina gnomon, mientras que al rectángulo interno, semejante al inicial se le llama recíproco del rectángulo base.

Para descomponer en gnomon y recíproco los rectángulos, se puede utilizar el procedimiento en el cual se traza la diagonal del rectángulo, y posteriormente una perpendicular a esa diagonal que parte de uno de los ángulos del rectán-

gulo; o las posibles paralelas de sus lados a partir de la diagonal. La relación entre los lados del rectángulo obtenido es igual a la relación entre los lados del rectángulo base. La descomposición en gnomon y recíproco en los rectángulos es táticos es limitada, a diferencia de los rectángulos dinámicos en la que la descomposición es ilimitada y siempre armónica. "Esta descomposición se llama armónica cuando, de una superficie rectangular, se deduce una parte proporcionalmente semejante a la superficie inicial (...) y otra parte que contribuye a restablecer la semejanza, aún cuando sea de forma diversa"<sup>59</sup>.

Las descomposiciones armónicas se aplican al espacio-formato puesto que sugieren los puntos en que pueden disponerse los elementos de la composición, además de que permiten analizar la proporcionalidad de cualquier signo o de cualquier detalle que se halle en la composición. Esto, si se concreta a la composición del cartel, la descomposición armónica proporciona una guía para la ubicación y el tamaño tanto del texto como de la imagen, en relación con el espacio-formato y los mismos elementos.

Estas leyes podrían constituir el principio de unificación entre los diversos elementos de una composición.

Lenguaje de la proporción. A los rectángulos dinámicos se les atribuye expresión de nobleza, equilibrio, medida, clasicismo "contienen la medida racionalmente justa, la belleza reducida a la expresión esencial, el orden, la lógica y la proporción que podemos descubrir en tantos aspectos del

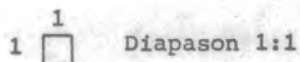
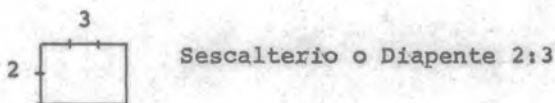
cosmos"<sup>60</sup>. Los rectángulos dinámicos y sus descomposiciones armónicas proporcionan una idea interesante y suficiente para comprender el ritmo libre. A diferencia de estos, los rectángulos estáticos y sus divisiones ofrecen una demostración de proceso del ritmo rígido.

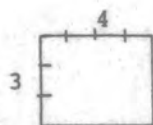
Fabris concluye al respecto: "la proporción es la componente constante que sirve para mantener inmutable o para variar el aspecto fisonómico expresivo de los signos"<sup>61</sup>.

Cabe mencionar que además de lo que plantea Fabris como sistemas de composición, existen otros, ejemplo de esto lo constituye la Teoría de las Correspondencias Musicales, que surge en el Renacimiento; siendo Sandro Botticelli uno de los artistas que más la utiliza. La teoría está basada en el hecho de que en los instrumentos de cuerda existen puntos, en las mismas, donde se encuentran las notas, por lo tanto en las líneas también existen puntos que son armónicos entre sí, y la clasificación que existe es la siguiente:

Formatos:

AIRES CORTOS:

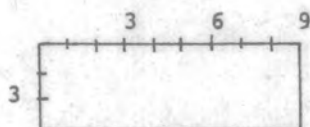




Sesquitercio o Diatessaron

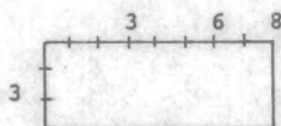
3:4

AIRES LARGOS:



Diapasón Diapente

3:3 3:6 3:9



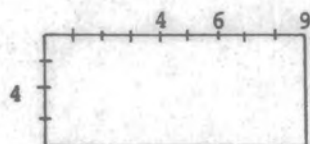
Diapasón Diatessaron

3:3 3:6 3:8

AIRES MEDIOS:



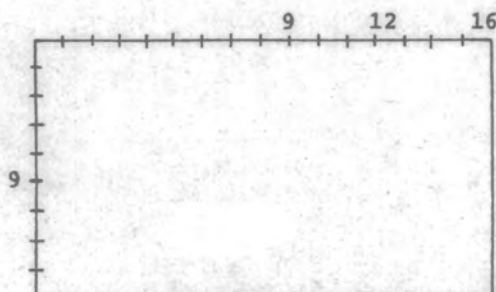
Doble Diapasón 1:2



Sescalterio Doble o

Doble Diapente 4:4 4:6

4:9



Sesquitercio Doble o

Doble Diatessaron

9:9 9:12 9:16



2. Las Tensiones Perceptivas. Son el conjunto de energías sensomotrices producidas por las cualidades perceptivas del ojo humano y por las propiedades receptoras de los demás sentidos del hombre.

- Percepción de un signo. Si la forma leída tiene carácter de superficie, la visión selectiva resulta más rápida, mientras que si la forma es de carácter lineal medio, la visión selectiva será menos rápida.

- Percepción de varios signos. En presencia de varias superficies, distintas y separadas, el ojo tiende instintivamente en un primer tiempo a equilibrar las formas situadas en el espacio, en torno a un punto central del mismo. Fabris denomina a este punto como centro óptico o centro de interés, sin embargo, existen otros elementos que condicionan la elección del ojo y determinan el centro de interés, tales son: el color, la densidad de la estructura, las dimensiones, la disposición, la dirección.

- La educación de la visión adquirida con la lectura. El hombre occidental ha aprendido a mover el ojo de izquierda a derecha y de arriba a abajo.

Hasta aquí se consideran los elementos que intervienen en la composición y la forma en que son percibidos. Sin embargo, se ha mencionado que la composición es un medio de ordenamiento en la disposición de los elementos, que como ya se dijo, en el cartel, los conforman la imagen y el texto. Por lo que cabe mencionar lo referente a la tipografía que constituye el texto, ya que se planteó la vinculación de ésta con la

imagen.

### Tipografía.

"La tipografía no es un aspecto aislado de lo gráfico, sino una parte integral del diseño total (...) la obligación total de la tipografía es comunicar a la imaginación, sin pérdidas, el pensamiento o la imagen pretendidas para ser comunicadas por el autor"<sup>62</sup> (Karo Jerzy).

Croy Peter cita lo que dice al respecto Stanley Morrison: "Tipografía el arte de disponer correctamente material de impresión para satisfacer un propósito específico de arreglo de letras, distribución del espacio y controlando el tipo para ayudar a la comprensión máxima del lector del texto"<sup>63</sup>.

Ernst B. S. hace un análisis de letras y presenta lo siguiente:

Las letras pueden ser altas o bajas, las primeras son las mayúsculas, mientras que las segundas las constituyen las minúsculas. Las letras tienen tres partes principales: la elevación, que es el cuerpo, la ascendente y la descendente, la proporción entre estas partes varía según el tipo de letra. Sin embargo, las letras también se diferencian por sus rasgos, es decir, sus plumadas, sus patines o la carencia de ellos y sus ojales.

Existen dos diferentes sistemas de medición de las letras: el Sistema Americano de puntos y el Sistema Didot. El segundo se utiliza en Europa, mientras que en América se uti-

liza el de puntos, por lo cual, sólo se hará mención del sistema americano de puntos: éste está condicionado a una pequeña unidad llamada punto, tan pequeña que los impresores utilizan otra medida más grande llamada Pica, que equivale a 12 puntos. Todas estas medidas están en relación con 1 pulgada, la cual contiene 6 picas, por lo cual los valores numéricos de estas medidas son los siguientes:

1 pulgada = 6 picas  $\therefore$  1 pica = 0.1667 de pulgada

1 pica = 12 puntos  $\therefore$  1 punto = 0.0139 de pulg.

$\therefore$  72 puntos = 1 pulgada ( $72 \times 0.0139 = 1.0$ ).

Los puntos se utilizan para medir la altura de las letras, mientras que las picas miden la longitud de la línea.

Con base en esto, Sandra B. Ernst plantea las diferentes medidas de las letras según su uso:

- Anuncios clasificados (periódicos): 5 1/2 ó 6 pts.
- Letras para cuerpos (textos en libros, revistas o periódicos): 8, 9, 10, 11, 12, 14 pts.
- Letras para desplegados (encabezados, títulos): 18, 20, 24, 30, 36, 48, 60, 72 pts.
- Letras para cartel (desplegados o exhibidores): 96, 120, 144 y más pts.

La función del espacio entre líneas varía de acuerdo a la altura del tipo y a la longitud de las líneas.

El espacio entre letras va estrechamente vinculado con el tamaño de la letra. Cuando las letras son grandes, la cantidad de aire alrededor de ellas se hace más obvio, por lo que en este caso el espacio entre letras debe hacerse óptica-

mente, de manera que parezca que el espacio es el mismo entre cada letra; las letras delgadas (i, l) necesitan más espacio que las letras redondas. "El propósito del espacio de letras es crear texturas de la copia, las que son ópticamente consistentes mediante la eliminación de masas claras y oscuras"<sup>64</sup>.

Por lo tanto, en los carteles en los que se considera el uso de letras grandes, Ernst propone que:

- Se utilice más espacio alrededor de las letras verticales y menos alrededor de las letras redondas. Esto es, una c y una o pueden ser leídas aún cuando estén muy cerca, mientras que una i y una l no pueden ser leídas.

- Es conveniente dejar más espacio cuando la medida de la letra sea pequeña y menor espacio cuando sea una letra grande.

- La colocación cercana de letras de medidas grandes, en desplegados, mantiene la palabra junta visualmente.

Para la identificación de la letra, Ernst, plantea la consideración de las variantes de estilo de una misma cara, es decir, el aspecto de la letra en un diseño específico. Existen tres clases de variantes de estilo: anchura, peso y postura. La anchura es la cantidad de espacio horizontal que cubre la letra: puede ser: extended (cara gorda), condensed (cara delgada) y medium (cara normal). El peso está determinado por la densidad del trazo (plumada), a su vez, puede ser: light (ligero), medium (mediano) y bold (pesado). La postura está en relación a la inclinación de las letras (itálicas).

Las letras se clasifican por razas, Ernst, entiende como raza, la característica común que se aplica a un número de familias en un grupo. (Las familias son todas las series de medida y variante de estilo de una misma cara). En la clasificación por razas, existen 6 categorías:

1. Letras Negras (Black Letters): Old English (Inglés Viejo), Gótica o letra de texto.
2. Scripts y cursivas. Se utilizan para ocasiones formales.
3. Ornamentales.
4. Romanas. A su vez, se dividen en tres categorías más: Old Style, Modern y Transicional. La diferencia entre estas tres categorías radica principalmente en las plumadas y en la forma de los patines.
5. Sans Serifs. Sin Patines. Sus trazos son uniformes. Propone glorificar la función sobre la ornamentación. Helvética, Futura Bold, Univers, etc.
6. Contemporary Serifs. Tienen patines y su trazo es uniforme.

Ernst, plantea en relación a la legibilidad de la letra en desplegados que:

- Las letras sin patines son más fáciles de leer que las letras romanas. Entre más grande sea la letra, más simple necesita ser el diseño.

- Dado que los desplegados necesitan ser leídos fácilmente, serán más efectivos si las letras son de formas comunes, familiares, fáciles de procesar.

- Las letras altas son más difíciles de leer que

la combinación de altas y bajas, esto se debe a que las irregularidades de las letras bajas sirven al ojo como postes de gufa para el reconocimiento de palabras y letras.

Para terminar, Ernst dice que es necesario plantear la función que ella determina para la letra. Aunada a la función de comunicar un mensaje, la letra establece un modo, atraer la atención y crear énfasis. La armonía de la letra, resulta de la adecuación del modo del mensaje a la naturaleza de la audiencia, por un lado, y por otro, adecuar los métodos de producción con la letra.

Cabe añadir lo que dice Félix Beltrán respecto a la legibilidad de ésta, ya que conjunta los elementos que intervienen en ésta que se han planteado hasta ahora por Ernst, y a su vez, agrega otros: la legibilidad de la letra, es decir, la facilidad de lectura, depende de diversos factores: forma; tamaño; espacio entre letras (si están muy unidas afectan la lectura); espacio entre palabras (el movimiento horizontal debe ser fluido, el espacio entre líneas debe ser el suficiente de manera que no se interrumpa la identificación horizontal, el espacio entre palabras garantiza la independencia entre sí); largo de las líneas; impresión nítida; iluminación; interés en el asunto; nivel cultural; motivaciones.

Croy P. menciona que el objetivo más importante de cualquier impresión, ya sea cartel, anuncio de periódico o folleto es ser fácilmente legible y entendible. "Las características distintivas de la buena tipografía es la distribución propia y considerada del material sobre el papel"<sup>65</sup>. El

tipo debe ser siempre apropiado al material expuesto en forma y peso.

Las características, continúa el planteamiento de Croy, son:

- El texto debe ser legible a cierta distancia; las letras deben resaltar sobre el fondo, a la vez, que deben ser proporcionales a la superficie del cartel. Se considera conveniente la utilización de un tipo claro sans serif.

- Las letras deben estar separadas del grabado principal del cartel, pero permaneciendo integradas con la totalidad. Las letras y el grabado deben combinarse constituyendo una unidad gráfica.

- Las palabras importantes deben ser de un tipo más grande o más pesado que el texto acompañante.

- Para evitar que el texto se desvíe del cartel, éste deberá estar un poco concentrado hacia el centro, lo que separará la totalidad del cartel del material que está alrededor. El texto debe aparecer como un bloque compacto y unificado.

- Hay que evitar dividir las palabras, es decir, las líneas deben estar divididas convenientemente.

- El texto debe estar organizado dentro de grupos o ideas relacionadas. Los encabezados y párrafos separados unos de otros. Los párrafos que sean claramente reconocibles por medio de interlíneas.

- En una composición asimétrica, es conveniente alinear las líneas de tipografía hacia la izquierda, para que

las primeras letras de cada línea estén directamente debajo una de otra. Dada la educación de la visión adquirida con la lectura, el ojo tiende a buscar el inicio de una línea a la izquierda, por lo que este tipo de arreglo dará como resultado una rápida lectura.

- En una composición simétrica, cabe alinear las líneas desde la mitad.

"El propósito principal de la letra impresa o escrita es transmitir información (...). El texto impreso es a propósito para ser leído fácilmente y sin esfuerzo"<sup>66</sup>.

Ya se mencionó que la función del texto, por un lado, es transmitir una información, y por otro, en combinación con la imagen dentro del cartel, el texto precisa el significado de la imagen. Al respecto Gill, B. dice: "... que la parte gráfica se encargue de llamar la atención del público y que las palabras comuniquen de manera directa la información requerida. (...) si las palabras llaman la atención de por sí, la parte gráfica debe de ser meramente utilitaria. Lo más importante es procurar que el texto y la parte gráfica no compitan entre sí"<sup>67</sup>.

En lo que se refiere al aspecto técnico de la realización del cartel, es decir, los medios de impresión, Enel François menciona que la elección del papel contribuye a acentuar la personalidad del mensaje, por un lado, y por otro la elección del medio de impresión.

Como modos de impresión, plantea: la tipografía,



el heliograbado, la litografía y el offset. Sin embargo, existen otros medios como son: el grabado (linoleum, madera, metal) y la serigrafía. En este trabajo se hace necesario definir estos últimos, así como sus características, ya que son los medios a emplear en la realización del proyecto.

#### Grabado en linoleum.

Croy dice al respecto: el linoleum es un material excelente para manipular, y es igualmente apropiado para todo tipo de trabajo. El linoleum de 3.5 mm. de espesor es el mejor para este tipo de trabajos.

Croy menciona que existen dos tipos de linoleum, uno está formado de corcho de un sólo tipo, el otro contiene una variedad libre de corcho, en este tipo de linoleum los filos de los cortes limpios que se hacen tienden a desmoronarse.

Este medio de impresión consiste en que a partir del dibujo pasado al linoleum, se hacen cortes con gubias, según lo que se quiera imprimir, las partes del dibujo que se sacan con los cortes serán las que no se impriman porque quedan por debajo del nivel del linoleum. Las partes superiores que forman los bordes de los cortes, es decir, las que no fueron sacadas, serán las que se impriman.

Para pasar el dibujo al linoleum se pueden utilizar tres diferentes métodos, citados por Croy:

1. Dibujar directamente.
2. Trazar el dibujo por medio de un papel calca.
3. Transferir el dibujo por medio de papel engomado.

Después de que el dibujo fue pasado al linoleum, se hacen los cortes pertinentes según lo que se quiera imprimir, para realizar estos cortes se utilizan las gubias, las que según el filo de la cuchilla, realizan diferentes tipos de corte.

La impresión se puede hacer de dos formas, una mecánica por medio de un tórculo y la otra que es manual.

Antes de imprimir se extiende el color sobre el bloque con un rodillo de mano. Las partes altas del bloque son entintadas y las restantes permanecen claras.

Mediante la forma manual, la impresión se realiza colocando una hoja de papel a imprimir sobre el bloque, y se alisa el respaldo con un rodillo, presionando el papel hacia abajo, se levanta la hoja cuidadosamente cuando ya se considera que la impresión está hecha.

En la impresión por medio del tórculo, se coloca el bloque sobre la cama, después de entintarlo, se pone la hoja de papel a imprimir, se cubre a su vez con fieltro, después de haber precisado la presión con la palanca, se procede a dar vueltas a la cama debajo de la placa.

Cualquier papel que no se desplume o empolve es apropiado para imprimir. En un papel fino, la impresión mostrará todas las imprecisiones y la aspereza de la superficie del linoleum, mientras que en un papel rugoso, especialmente cuando se utiliza un poco más de tinta, esas imperfecciones no serán registradas.

Croy menciona que con buenos bloques de linoleum

se es capaz de imprimir arriba de 25,000 copias sin que se note deteriore en la calidad.

Para la impresión de tintas transparentes de diferentes colores, es necesario imprimir primero los colores más luminosos y terminar con los más oscuros.

Se pueden utilizar tintas comunes para impresión, y acuarelas, usadas por lo regular cuando la impresión es manual y el tiraje es corto. Estos colores están basados en agua y pueden ser aplicados con un rodillo como los colores de aceite. Para este tipo de impresión es necesario utilizar papel poroso.

#### La Serigrafía.

Karch, menciona sobre la tramigrafía o serigrafía que: "el procedimiento consiste en hacer pasar pintura a presión por un estarcido que se ha montado sobre un trozo de seda tendido muy tirante en un marco. El patrón o estarcido puede haberse cortado manualmente en papel, puede estar pintado encima de la propia trama de seda, o estar fotografiado en ella. Se vierte pintura encima de la trama, y con una espátula de goma (racero) se la empuja a través de la trama para que se deposite en el objeto que se va a imprimir"<sup>68</sup>.

Croy, a su vez, dice que la serigrafía es el único proceso económico para tirajes cortos de grandes diseños. Puede ser utilizada para imprimir sobre todo tipo de papeles, y, además sobre una amplia extensión de materiales como madera, metal y plástico, sobre superficies curvas o planas.

Marco de impresión. Consiste en un marco de madera sobre el cual es tensada una fina seda, nylon, gasa de bronce o de acero. El esténcil que es puesto sobre la pantalla bloquea las áreas que no se van a imprimir en el diseño y no deja pasar la tinta, mientras que ésta pasa a través de las partes abiertas dejadas en el esténcil para su impresión.

Existen diferentes tipos de esténciles, estos dependen de la aplicación y de la clase de tinta a ser impresa.

1.- Esténcil de goma. Existen dos métodos diferentes:

1.1. Se bloquean con goma soluble en agua las partes que no se deben imprimir.

1.2. Crayón o tinta litográfica. Se dibujan las partes a imprimir del diseño sobre la pantalla con tinta litográfica o crayón de aceite. Se cubre toda la superficie de la pantalla con goma, cuando ésta está seca, se quita la tinta litográfica o el crayón de la pantalla con una esponja y aguarrás.

2.- Esténcil de corte. Se utiliza para diseños exactos compuestos por líneas rectas. Este tipo está compuesto por dos partes: una película transparente y un papel. Las líneas se cortan cuidadosamente en la película, y se quitan del esténcil las partes a imprimir. El esténcil, la película se fija a la tela por medio de calor o por medio de un solvente; se quita entonces el papel base.

3.- Esténcil fotográfico. Se utilizan para letras delineadas claramente, pueden ser directos o indirectos. En los primeros, la pantalla es sensibilizada con una solución de

bicromato de amonio, que se extiende uniformemente sobre la pantalla, esto se hace con una luz tenue, la pantalla se deja secar horizontalmente, evitando que le llegue una luz fuerte. Ya que está seco, se extiende pintura soluble en agua en el interior de la pantalla y se coloca el diseño. La tela se expone a la luz, lo que provocará que se endurezcan las partes que reciben la luz y que las partes opacas, es decir, las que estaban cubiertas por el diseño, (las que no fueron expuestas) cuando se lava el estencil se quitan, de tal forma que constituyen las partes a imprimir. La impresión en este tipo de estenciles se puede hacer con: aceite-barniz, laca, o colores basados en agua.

El método de los estenciles fotográficos indirectos es utilizado comercialmente para trabajos muy precisos, como la reproducción de dibujos de líneas finas y pantallas de medio tono. "La diapositiva es copiada sobre un papel de pigmento sensible a la luz en una estructura de presión vacía. Después de la exposición, este papel es sumergido en agua fría y presionado sobre un soporte plano temporal tal como un pliego de encerado nitrato celuloso, o de polyester. La placa es entonces remojada en agua caliente, el papel es quitado y la gelatina soluble es lavada. La pantalla está ahora presionada en contacto con el estencil húmedo, el cual está soportado sobre una placa de vidrio. Cuando todo esté seco el soporte temporal puede ser quitado limpiamente"<sup>69</sup>.

La forma de quitar el estencil varía según el tipo utilizado. Para Croy, la forma típica consiste en: quitar residuos endurecidos de color con un solvente apropiado y cepillar la tela con un cepillo de nylon y 10 % de solución de sosa cáustica.

Enjagar bien la tela y después rociarla con una solución de permanganato de potasio (1 parte por 100 de agua), por ambos lados de la pantalla y con un cepillo de nylon.

Lavar bien el permanganato de potasio y frotar con un cepillo duro la cubierta con metabisulfito de potasio o polvo de bisulfito de sodio.

Lavar la pantalla con una solución de ácido sulfúrico al 2 %.

Lavar con agua.

Como tintas para imprimir se pueden considerar:

- los colores basados en aceite de linaza o barniz,
- tintas especiales para serigrafía, las que se mezclan con un dilatador,
- colores basados en agua.

Cabe aclarar que el capítulo anterior, en relación al cartel, tiene como bibliografía principal el libro El Cartel de Françoise Enel, por ser el autor que proporciona un análisis más completo de las características, funciones y elementos que conforman dicho medio. Sin embargo, es necesario notar que se refiere al mismo como parte del diseño dominante, y que en el presente trabajo se habla precisamente de lo alternativo, por lo que a partir de esto se retoman ciertos puntos y se les caracteriza de acuerdo al diseño alternativo para su aplicación.

### 6.3. El cartel como forma de diseño alternativo.

"Cada medio condiciona el tipo de mensaje en relación con las posibilidades de atención del público (...) de los mensajes. Para el diseño de los mismos hay que partir de lo que la población está habituada a percibir (...) existe una manera de leer, de gustar incluso los mensajes y es preciso tomarla en cuenta para elaborar cualquier tipo de folleto, cartel, historieta"<sup>70</sup>.

El cartel es un tipo de medio destinado a llamar la atención a público en tránsito, en movimiento. Aproximadamente en cinco segundos debe pasarse el mensaje, esto determina ciertos límites: pocas palabras y una imagen clara y precisa. El cartel, debido a su carácter repetitivo constituye un medio educativo. El cartel como forma de diseño alternativo se plantea en contraposición al proceso dominante.

Prieto considera que la imagen tiene una enorme fuerza informativa, es decir, su función es documental, pero un documento no es sólo testimonio de algo, aparte se produce una selección referencial del emisor, éste tiende a enfatizar aquellos elementos que le interesa que lleguen al público, esto es, responde a su propia intencionalidad.

En el diseño alternativo se contempla la participación del receptor no sólo como punto de estudio, sino como elemento participante dentro del proceso de diseño y elaboración de los mensajes.

El receptor está inmerso dentro de un contexto social y a partir de esto tiene una forma de percibir la real



lidad, una forma de comunicarse y, además tiene necesidades de comunicación que requieren ser satisfechas, por lo que si el receptor participa en la elaboración de carteles, en este caso, su intencionalidad como elemento participante dentro de una comunidad va de acuerdo a ese grupo al que pertenece, persigue el propósito de satisfacer una necesidad de comunicación y de expresión. Ya no se trata de ocultar una realidad cotidiana como sucede en la publicidad, sino que a partir de esa vida cotidiana, el perceptor participante plantea soluciones de acuerdo a su vida cotidiana, sin ocultarla, sino representándola.

Se comunica porque conoce las formas de comunicación que se dan en esa comunidad, porque vive los problemas que tiene esa comunidad. El cartel como forma de diseño alternativo se plantea como un medio de comunicación, de expresión, de educación y de concientización por parte del receptor inmerso dentro de un grupo específico, para comunicarse con ese grupo específico en beneficio del mismo, partiendo de la realidad cotidiana y de las formas de percibir dicha realidad por parte del grupo del que forma parte.

La unidad compositiva entre la imagen y el texto del cartel estará determinada por las características del grupo al que va dirigido dicho cartel.

Para concluir, cabe citar el texto que se encuentra a la entrada de la Exposición del V Salón Nacional de Carteles 26 de julio que cita Félix Beltrán:

"Ese medio de comunicación  
que se expresa a través de un lenguaje  
de formas, colores y signos.

El cartel susurra, grita, sale al paso.  
Cuando asciende a las masas, entonces,  
trasciende.

(...)

el cartel se comunica con el pueblo  
que lo siente como algo suyo.

Hector Zumbado. "71

Este punto es consecuencia de los capítulos anteriores, y se conforma de dos elementos:

- Diseño de carteles.
- Diseño de manta como apoyo a los carteles.

Aquí ya es comprensible que, se consideran siempre las características del perceptor, así como su participación en la elaboración.

#### 7.1. Diseño de carteles.

En el cartel, por ser un medio de comunicación gráfico, los lenguajes utilizados, verbal e icónico, están determinados por las características teóricas y prácticas del diseño gráfico. Dado lo anterior, se puede deducir, que el diseño de carteles contempla dos aspectos. Por un lado, el proceso que implica diferentes etapas en la realización; y por otro, el cumplimiento de su función, la satisfacción de necesidades comunicativas y expresivas.

Por lo anterior y por las características propias del cartel (comunicación inmediata para gente que está en movimiento, fácil producción en serie, medio comunicativo económico), se puede considerar como un buen medio de comunicación dentro de la Comunidad 2 de Octubre.

##### 7.1.1. Diagramación y formato.

En la realización de cualquier tipo de comunica-

ción gráfica, todos los aspectos materiales, así como los conceptuales, tienen gran importancia, esto es, que existe una gran vinculación entre los aspectos teóricos y los prácticos. La diagramación y el formato, al ser elementos compositivos no pueden ser ajenos al contenido teórico de la comunicación, sino al contrario, son medios para comunicar ese contenido.

El formato propuesto para el cartel constituye un rectángulo dinámico vertical, cuyas dimensiones son de 35 cm. de ancho y 47.5 cm. de alto.

La utilización del rectángulo dinámico parte de la necesidad de crear un ritmo libre, espontáneo, no rígido, que a su vez, esté de acuerdo con la imagen a utilizar y lo que ésta representa.

Se dice que este es un rectángulo dinámico, sin embargo no se trata de ninguno de los que se plantean por lo regular, como son:  $\sqrt{2}$ ,  $\sqrt{3}$ ,  $\sqrt{5}$  y el rectángulo áureo, pero adn así, retomando lo que dice Fabris al respecto, la relación entre el lado mayor y el menor del rectángulo propuesto, no se puede expresar con un número finito, sino que se expresa con un número irracional, lo que constituye la característica principal de los rectángulos dinámicos.

Como ya se planteó en el capítulo anterior, las descomposiciones armónicas de los rectángulos, constituyen una guía para la disposición de los elementos de la composición, de manera que entre ellos exista una proporción y una unificación total.

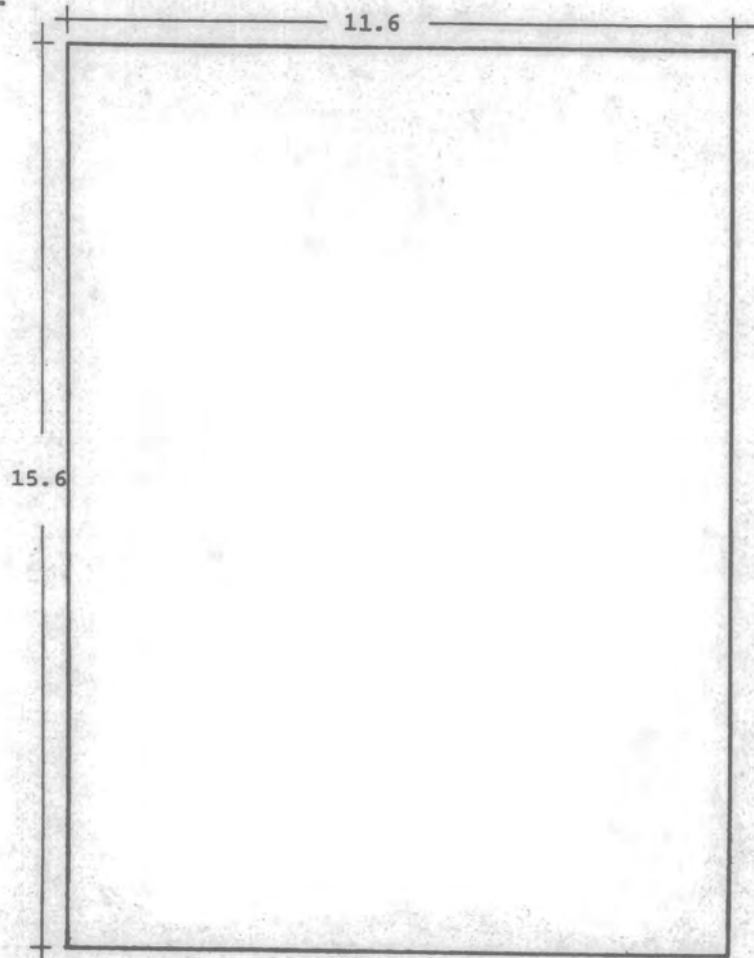
Como diagramación, además de la utilización de la descomposición armónica de un rectángulo específico, se puede aplicar la estructura dada por la definición de zonas áureas y también la referente a las correspondencias musicales.

El utilizar este tipo de diagramación y formato surge del lenguaje de ambos mencionado ya por Fabris en el capítulo anterior: Crear una idea interesante e inestable que persigue despertar inquietud e interés en el perceptor.

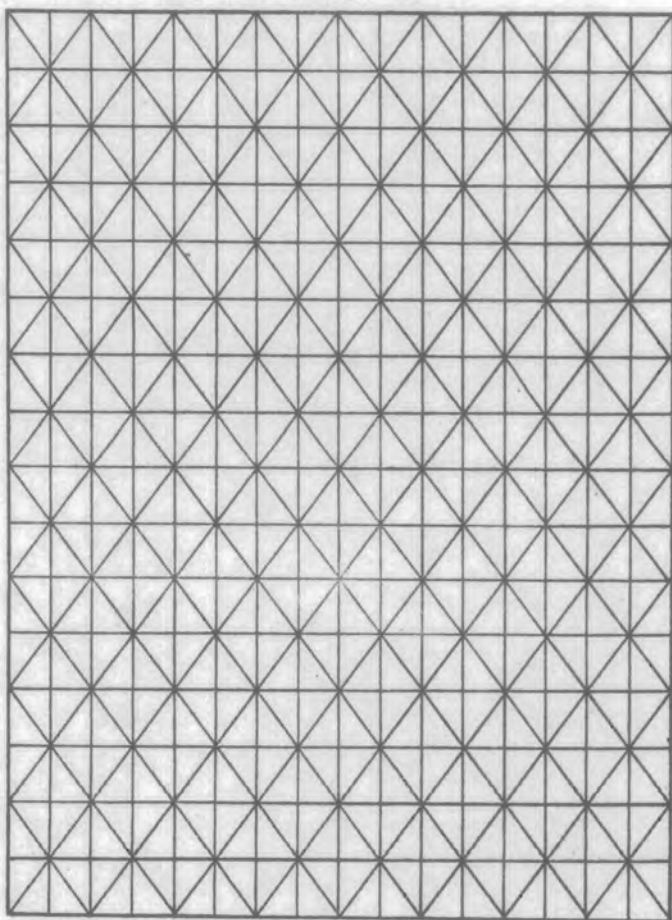
Formato:

Esc: 1:3

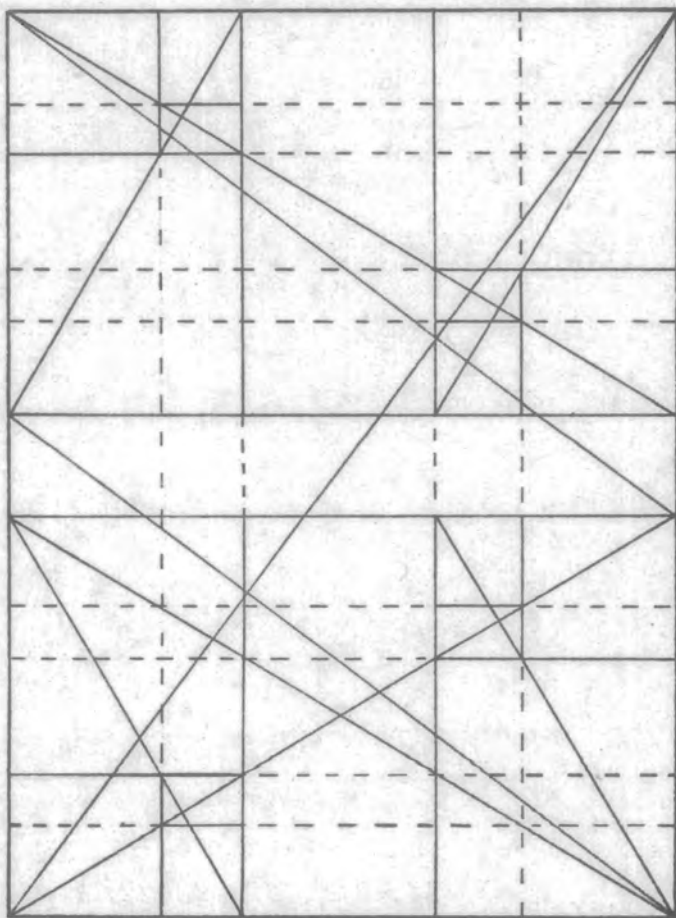
Cotas en cm.



Diagramación por diagonales y medianas.



Descomposición armónica por medio de la diagonal y su perpendicular.

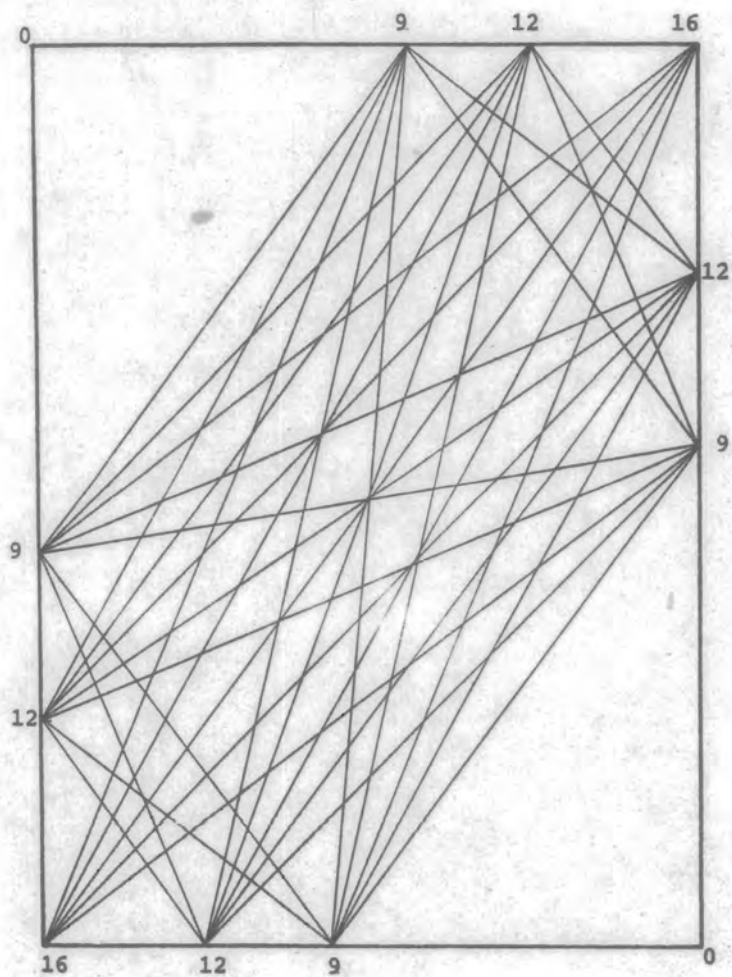




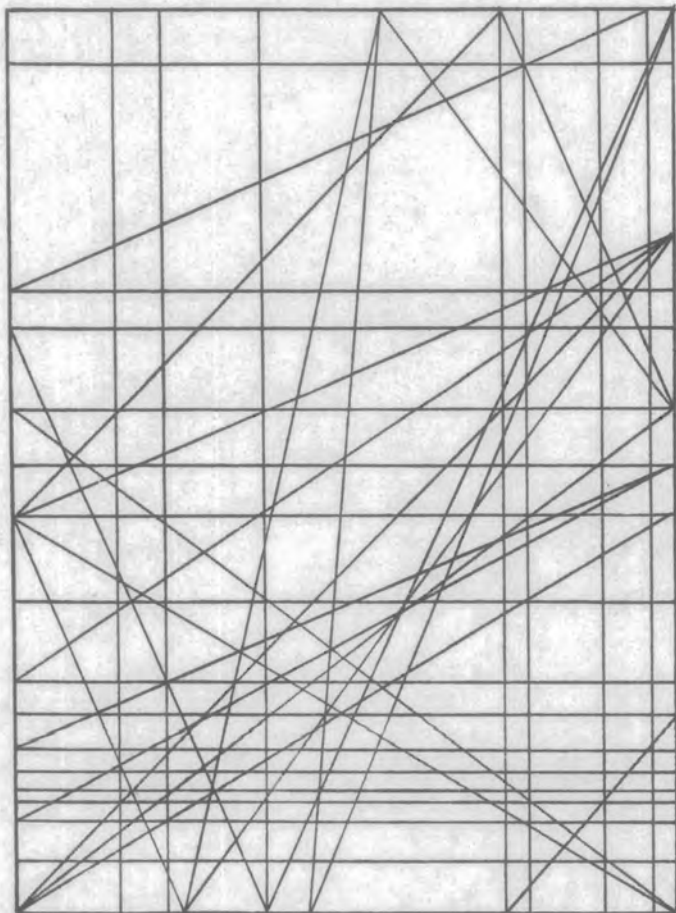


Diagramación por correspondencias musicales

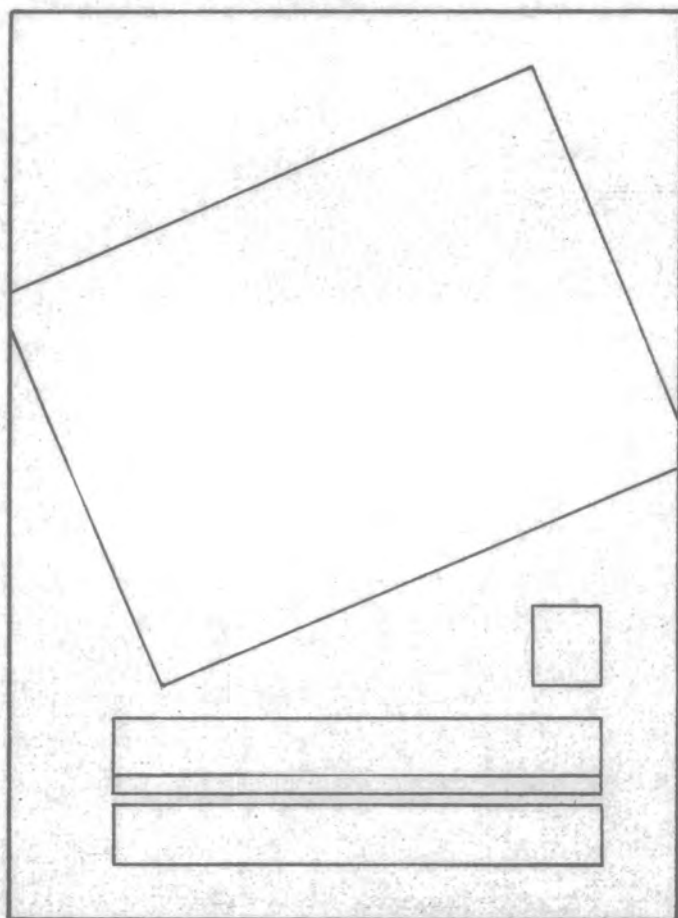
Sesquitercio doble o doble diatessaron.



Trazos para la definición de bloques a partir de las diagramaciones.



Definición de bloques para el cartel.



### 7.1.2. Elementos gráficos utilizados.

Los elementos gráficos utilizados en el cartel son: la imagen, el texto y el logotipo de la comunidad.

La imagen. A partir del taller de diseño participativo, los perceptores participantes realizaron una serie de dibujos en los que representaban el problema a comunicar surgido de su realidad cotidiana y la solución planteada a este problema. De estos dibujos realizados se eligieron los más representativos del tema de la higiene; el propósito consistió en abarcar diferentes aspectos de la higiene y que de dichos dibujos fuera entendido su significado por los participantes del taller, y por extensión por la comunidad a quienes estaban dirigidos.

Por consiguiente, la imagen, uno de los elementos gráficos utilizados fue resultado de los dibujos realizados en el taller de diseño participativo, de los cuales se eligieron 4. A cada serie de carteles le correspondía uno de los dibujos, por lo que a partir de una misma diagramación, la variante era el dibujo representado.

Los dibujos elegidos, todos relacionados con la higiene, representaban:

3 secuencias de imágenes :

- el lavarse las manos después de ir al baño.
- el hervir las verduras antes de comerlas.
- el problema de la basura y lo que éste puede provocar, así como la alternativa de solución.

1 de la acción:

- el lavarse los dientes.

El logotipo. Dado que el logotipo representa a la comunidad y su lucha, constituye un elemento gráfico definitivo en el cartel. El cartel, como medio informativo, pretende comunicar algo, la utilización del logotipo, en este caso, representa por un lado, quién se quiere comunicar, y por otro, con quién se quiere comunicar, que ambos constituyen la comunidad, por lo tanto la utilización del logotipo determina que el perceptor se sienta aludido directamente por el cartel.

El logotipo se utiliza de dos formas: positivo, como lo utiliza la comunidad usualmente, y, negativo, como una propuesta más.

El texto constituye el tercer elemento gráfico utilizado. Dada la función del cartel, la de comunicar rápidamente el mensaje, se planteó la necesidad de un texto claro y corto, pero que fuera lo suficientemente evidente para precisar la interpretación de la imagen. La función, de dicho texto, era hacer patente un problema real existente en la comunidad: la higiene, y a su vez, proponer una solución a dicho problema.

El texto, además, tenía que adecuarse a los diferentes dibujos utilizados, que a pesar de que estaban relacionados con el tema de la higiene, representaban diferentes aspectos de la misma.

El texto a plantearse debía tener en cuenta todos los puntos anteriores.

El texto propuesto fue: "La limpieza es salud".

Este texto se puede aplicar a los diferentes dibujos debido a que en todos ellos se representa a la limpieza como solución a los diferentes problemas que influyen en su realidad y que por lo mismo, son factores que si no se controlan determinan la tenencia o carencia de salud. Se considera que dicho texto es corto, que precisa la imagen y que, además de que comunica el problema a nivel particular por la imagen, se plantea una solución al mismo.

La disposición compositiva en el cartel de los elementos, contiene en general, una criptografía: tomar de la ideología de la comunidad, su principal punto de lucha: la vivienda.

El techo de la misma estaría constituido por el bloque que contiene la imagen, el estar manejada en forma negativa es por:

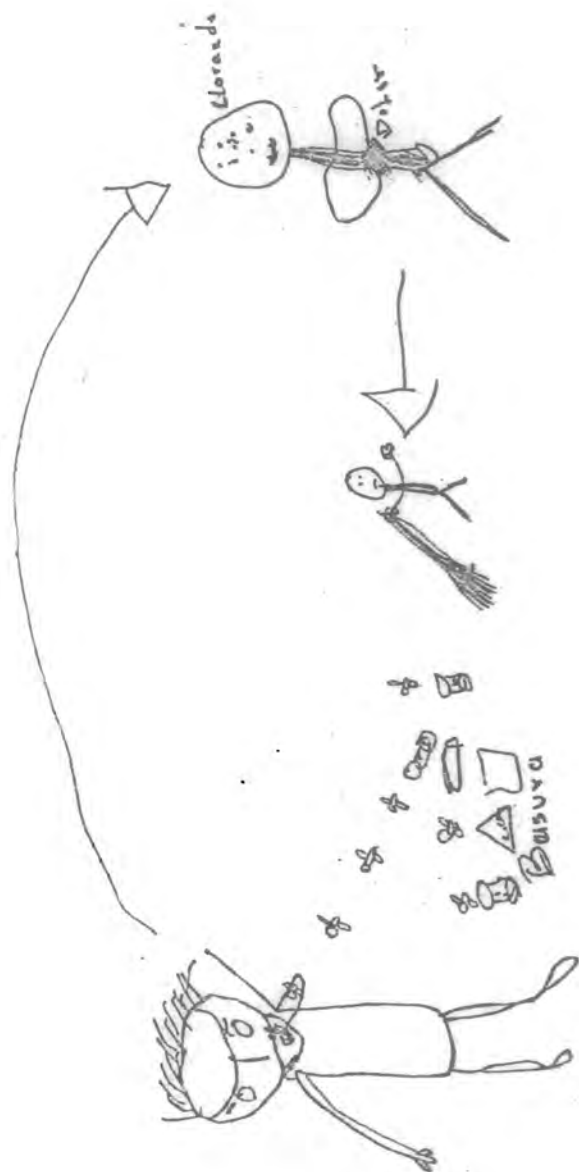
- Los dibujos realizados son totalmente lineales.
- La técnica de impresión (grabado en linoleum) permite esta alternativa.
- El tamaño del bloque permite contener cualquier dibujo de los planteados.
- Para los fines expresivos del cartel, contiene mayor lenguaje plástico y comunicativo.

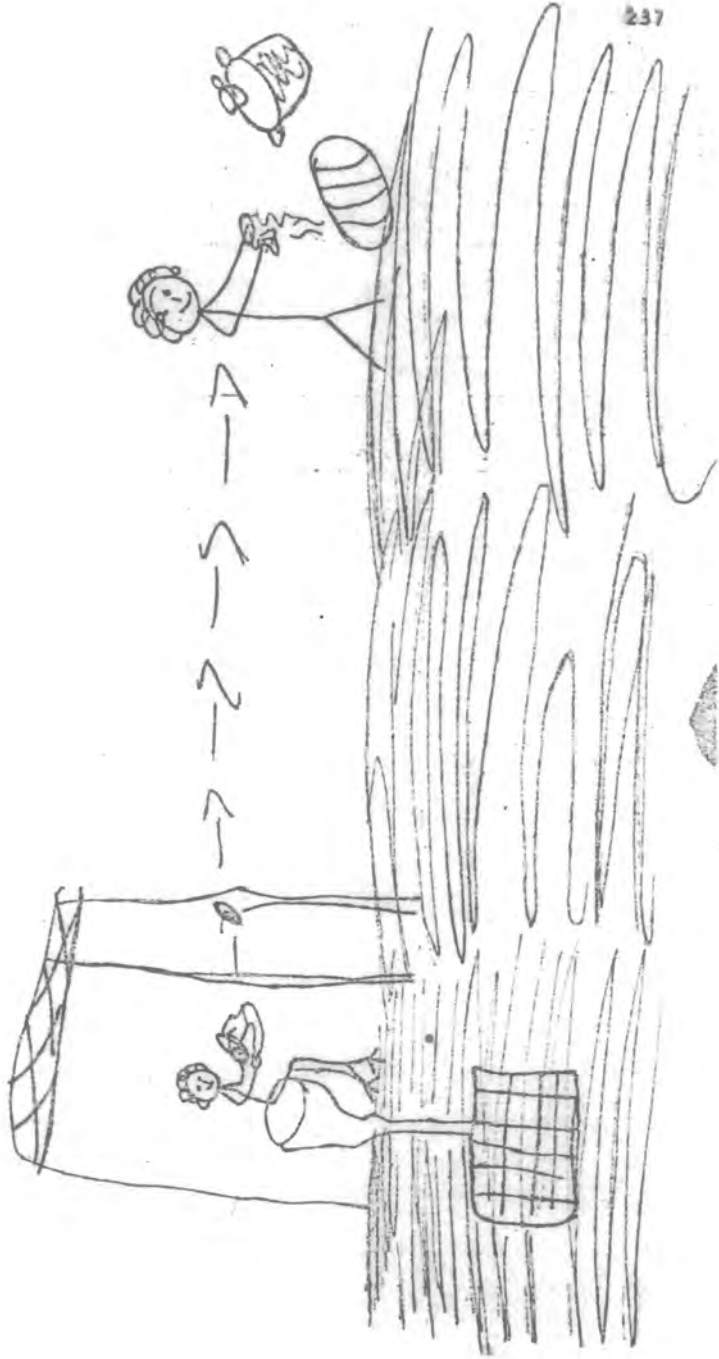
La entrada o puerta, estaría determinada por el logotipo de la comunidad, que es la que acoge a todos los habitantes, así como es su símbolo en la lucha.

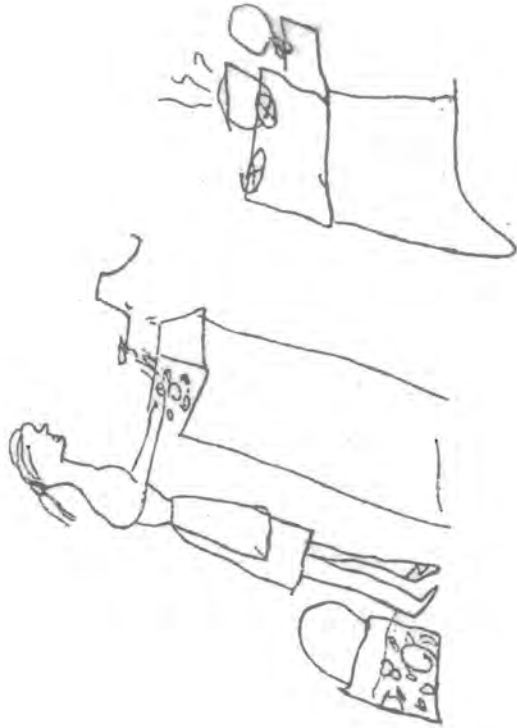
Y, por último, el cuerpo de la vivienda, lo conforma el texto.

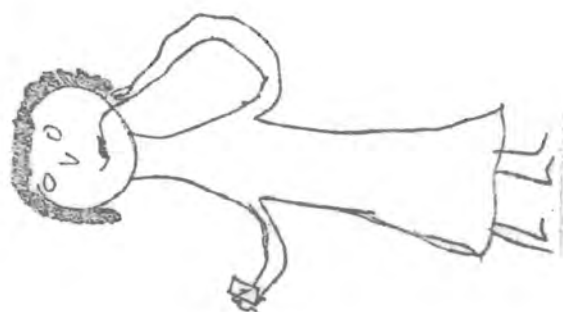
Esta composición permite que al ubicar una serie de carteles, exista una secuencia en los mismos y conforme la simbología de la comunidad, por el conjunto de casas.











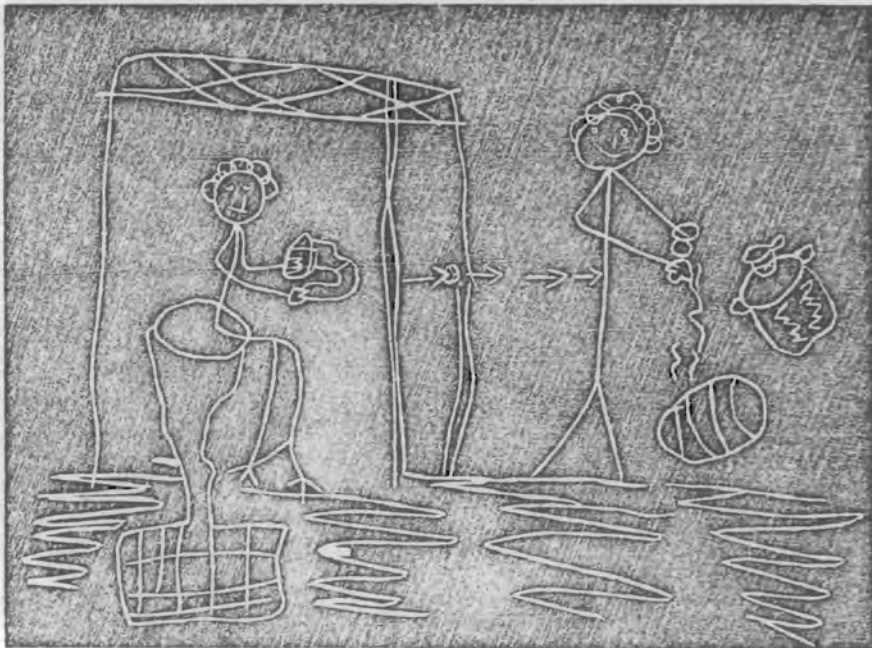
## Logotipo de la Colonia 2 de Octubre:



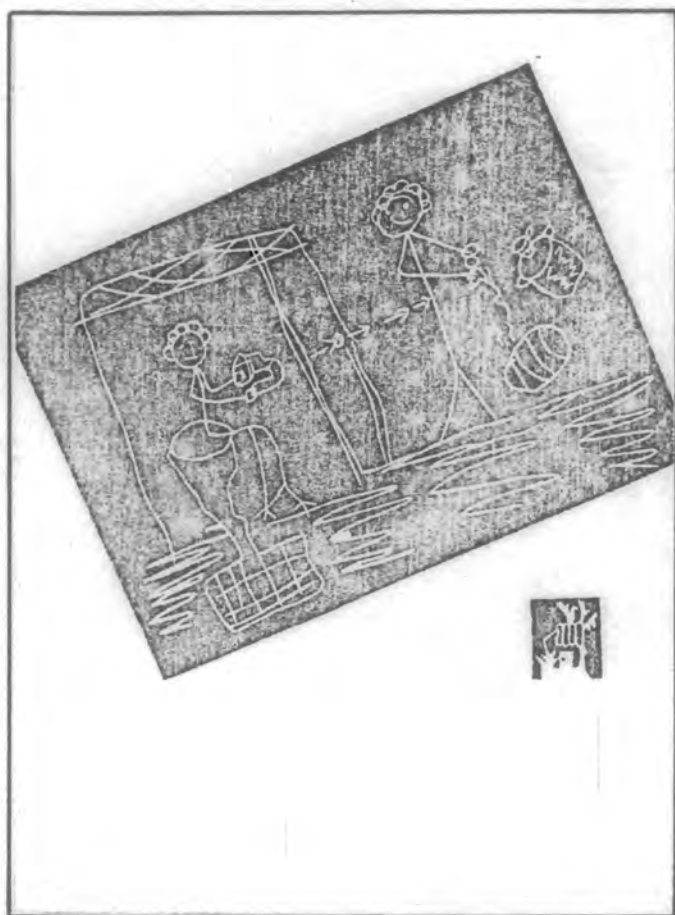
Positivo y negativo del logotipo a utilizar en el cartel:



Utilización del dibujo en negativo:



Cartel con imagen y logotipo:



### 7.1.3. Tipografía.

Para la representación gráfica del texto se consideraron los puntos propuestos, al respecto, en el capítulo anterior.

El tipo de letra elegido para el texto pertenece a la clasificación que hace Ernst como: Sin patines, esto se explica debido a que éstas son más fáciles de leer en lo que al cartel se refiere, ya que sus formas son simples.

El texto se formuló con letras bajas, debido a que sus irregularidades sirven al ojo como postes de guía para su reconocimiento.

Dado que la legibilidad de la letra entre otras cosas depende del tamaño, la propuesta es, por un lado, proporcional al formato, y por otro, lo suficientemente grande para ser percibido a una cierta distancia. Las letras propuestas miden 120 pts..

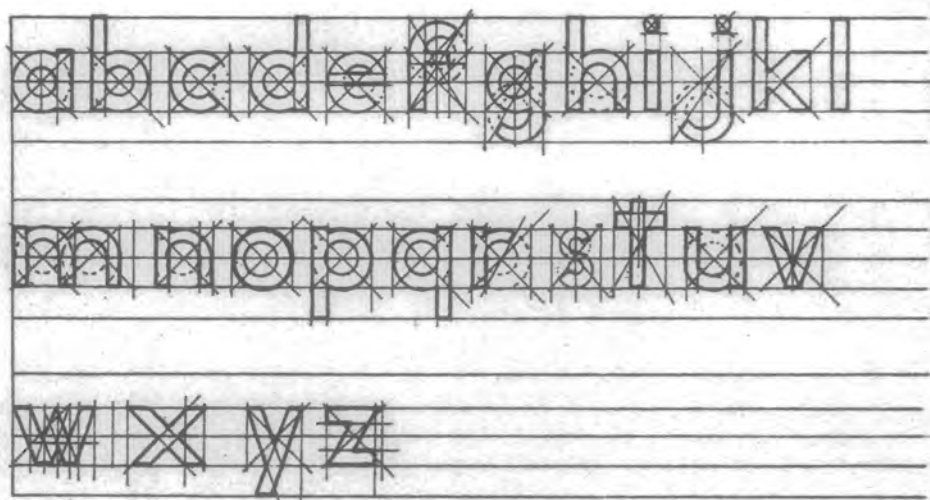
El espacio entre líneas, letras y palabras es proporcional al cartel, persiguiendo que sea legible.

El texto, de acuerdo a lo que dice Croy, aparece como un bloque compacto y unificado, y dado que es una composición asimétrica, las líneas están alineadas hacia la izquierda para facilitar la lectura.

Cabe mencionar que para llegar a la elección definitiva de la letra se tomó en cuenta la participación del receptor en dicha elección, esto partió de la comparación de diferentes tipos de letra, entre los cuales se encontraba la utilizada en los libros de primaria editados por la S.E.P., la

cual fue elegida por ser la letra más legible para ellos, debido al contacto que tienen por medio de sus hijos con dichos libros. Dado lo anterior, quedó como planteamiento definitivo el tipo de letra que se presenta en la siguiente página.





**abc def ghi jkl**

**mno pqr stuv**

**wxyz**

**la limpieza es  
salud**

Tipografía utilizada en los libros de primaria de la S.E.P.

---

## La tuza

---

Estaba la tuza sentada,  
sentadita en un balcón,  
y el pícaro del tucito  
le jaló su camisón.

Ya la tuza se murió,  
ya la llevan a enterrar,  
entre cuatro zopilotes  
y un ratón de sacristán.

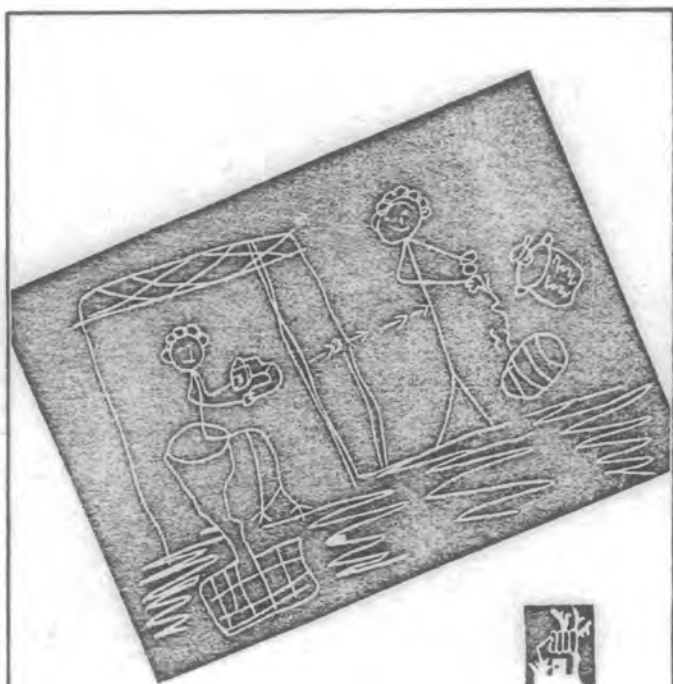
Tan, tan, tocan la puerta;  
tan, tan, que la van a abrir;  
tan, tan, que será la tuza;  
tuza, déjame dormir.

Canción popular



Tipografía propuesta para el cartel:

**la limpieza es salud**



**la limpieza es  
salud**



**la limpieza es  
salud**



la limpieza es  
salud



la limpieza es  
salud



la limpieza es  
salud

#### 7.1.4. Impresión.

Para determinar las técnicas de impresión a utilizar, es necesario, la consideración de diferentes factores, de los cuales, los que más influyeron son:

- Tipo de comunidad.
- Limitantes materiales.
- Necesidades de diseño.

La comunidad, presenta una serie de carencias de las cuales, una de las más marcadas, es la económica, esto conlleva a la utilización de materiales que fueran bastante económicos.

Al ser la primera experiencia de comunicación gráfica, no se cuenta con materiales ni con un local, lo cual acarrea ciertos problemas como son la falta de elementos que faciliten y hagan más rápida la impresión; y la alteración de las tintas por trabajar al aire libre.

Considerar los aspectos anteriores, pero que no por eso se pierda el impacto en la comunicación por medio del diseño, es otra determinante para la técnica de impresión.

Por lo anterior, se determinó el utilizar dos técnicas, una, el grabado en linoleum, para la imagen y el logotipo; y dos, la serigrafía, para el texto. La primera se eligió, por poder realizarse en forma manual, esto determina el tener que utilizar un papel delgado y económico, debido a la situación del receptor, por lo cual se utilizó papel revolución. La segunda, fue con la finalidad de realizar más rápida y cualitativamente el tiraje en los textos. Todo el proceso

de impresión se realizó conjuntamente con los perceptores, que además conocieron las características de los procesos.

#### 7.1.5. Resultados críticos.

Para que pueda existir una crítica, y que pueda ser hasta cierto punto conocida, depende en gran parte en la forma en que se difunda el mensaje.

Para la difusión de los carteles, se aprovechó el sistema organizativo de la comunidad, así como los lugares públicos que tiene, es decir, en la ubicación de carteles, también participa el usuario de la información.

El perceptor tiene un mejor conocimiento del lugar que habita, por lo tanto, los carteles se entregaron a cada coordinador de manzana para que se colocaran en los lugares más accesibles para ser vistos por la gente.

El espacio abierto donde se realizan las asambleas, cuenta con un soporte que funciona como periódico mural; al tener este espacio y conociendo que en las asambleas se reúne la mayor parte de la comunidad, se aprovecharon estos factores para colocar, en este sitio, una serie de carteles.

El lugar donde es indispensable la colocación de una serie de carteles, es el dispensario, porque el tema es la higiene; y precisamente, en este lugar surgen la mayor parte de comentarios.

Es comprensible el que existan comentarios, opiniones o críticas muy diversas; en el caso del dispensario,

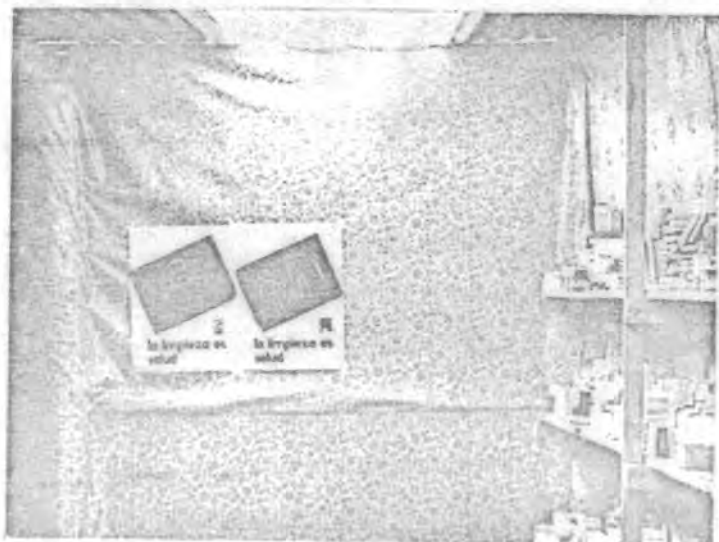
la mayor parte se dirigió a la doctora, como por ejemplo:

"Es importante", "Están bonitos".

Los resultados críticos obtenidos de pláticas con gente ajena al taller participativo, se pueden resumir en los siguientes:

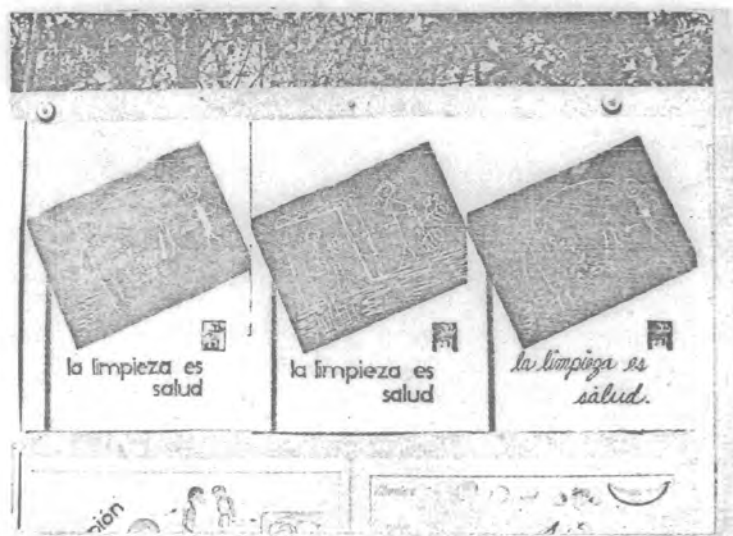
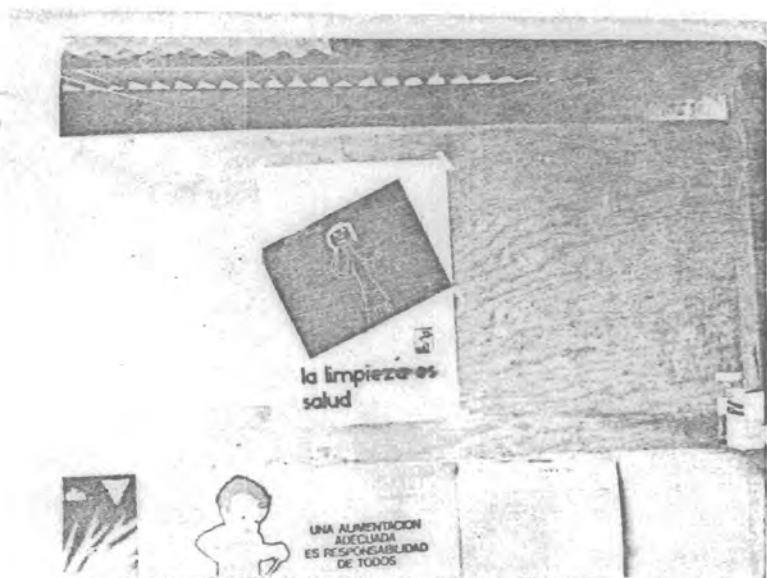
- La gente, al no sentir extraños los mensajes, se acercaba a ver los carteles.
- Hacían comentarios de los dibujos representados, al sentirse aludidos en los mismos.
- Los niños, por lo regular, tendían a describir e interpretar las acciones representadas en los dibujos.
- La gente, a partir de la evaluación de importancia del problema planteado, tendía a hacer comentarios, en cuanto a su experiencia directa del mismo.

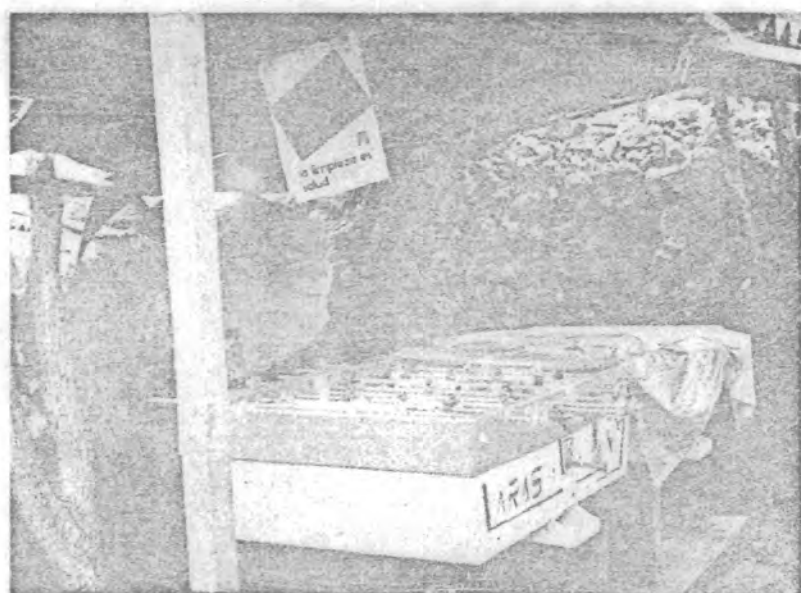
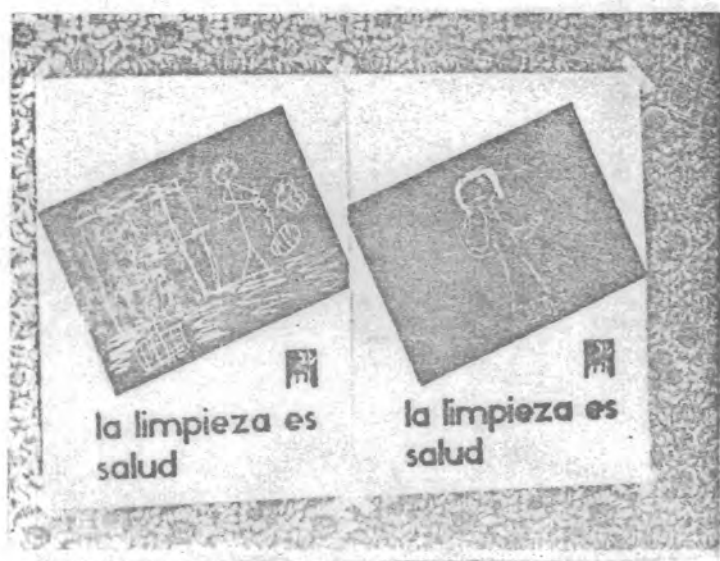
Dado lo anterior se puede considerar que, los carteles cumplieron su finalidad de despertar interés en el per-

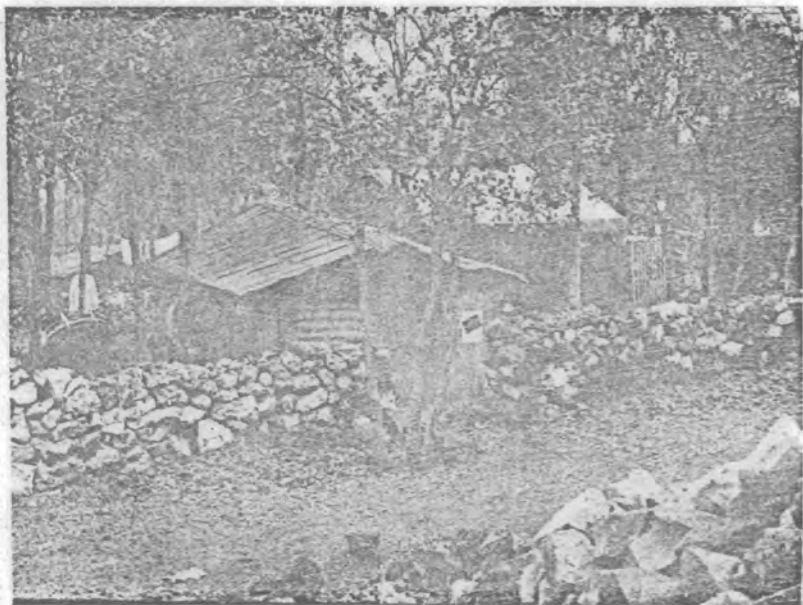




ceptor y concientizarlo de uno de sus problemas, ya que se sintió aludido, en el mensaje planteado en los carteles.







## 7.2. Diseño de manta como apoyo a los carteles.

La realización de esta manta, surge de un análisis de puntos, referentes al cartel, que son los siguientes:

- Los carteles son efímeros, más los que están a la intemperie.
- Las dimensiones son pequeñas para distancias grandes.
- El cartel presenta límites, por necesidades económicas y técnicas, de color.

De lo anterior, surge la necesidad, de un apoyo a los carteles que pueda suplir las deficiencias anteriores, pero que se realizara y ubicara, simultáneamente al cartel, por lo tanto se determinó que la realización de la manta debe contener los siguientes aspectos:

- Tiene más duración que los carteles.
- Por sus dimensiones, tiene: acceso al mensaje, un mayor número de gente de la comunidad.
- Tienen la alternativa del planteamiento del color.
- La manta, se puede considerar como un medio de comunicación existente dentro de la comunidad y por lo tanto propio.
- Es un medio con características propias, que utilizan al exterior para comunicarse ideológicamente con las autoridades, pero cabe plantear la alternativa de comunicación hacia el interior de la comunidad, así como mantener las funciones y elementos que ellos les dan a la utilización de éstas como son:
  - su inmediatez.
  - durabilidad.

- técnica de realización.

- costo.

Para la realización de la manta se consideró el mismo proceso que en los carteles, lo que mantiene la unidad en ambos medios de comunicación.

#### 7.2.1. Diagramación y formato.

El formato propuesto es de 2.20 m. de ancho por 3 m. de largo.

Estas dimensiones se originan en las determinadas en el bloque utilizado para los dibujos en el cartel (22 x 30 cm.), que a su vez, constituye un rectángulo dinámico, proporcional al del cartel.

La utilización de éste, persigue los mismos fines que en el cartel, dar idea de espontaneidad, de un ritmo libre, algo no encerrado en sí mismo.

A diferencia del utilizado en el cartel, el formato de la manta es horizontal, dado el problema de la ubicación.

La diagramación corresponde a la descomposición armónica por medio de la teoría de las correspondencias musicales, por un lado, y por otro, a la relativa a la obtención de rectángulos similares por medio de la diagonal y sus medianas.

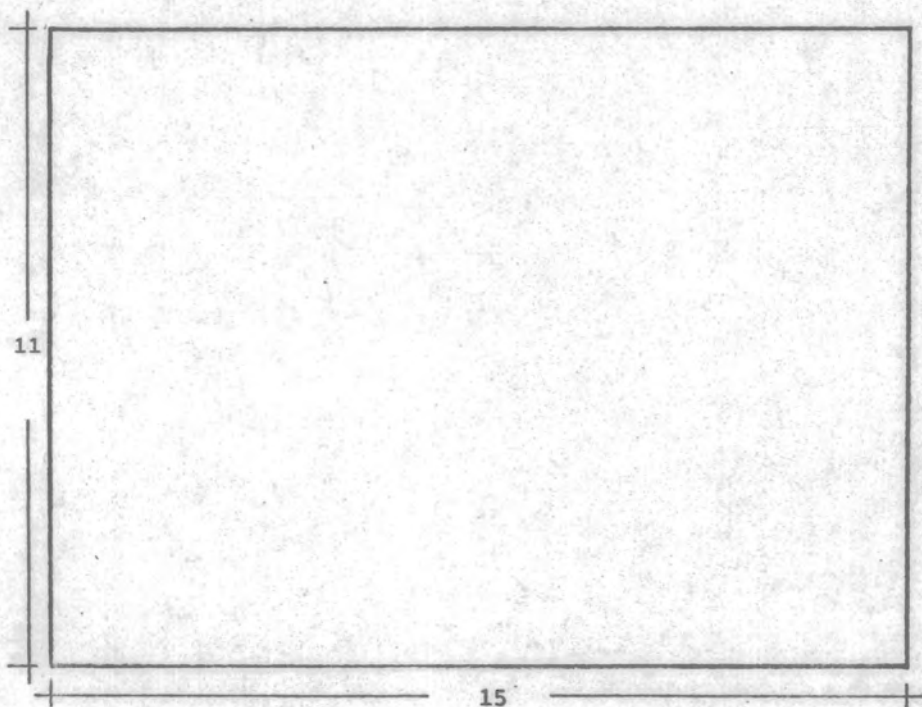
En cuanto a la ubicación de los elementos gráficos, el propósito es reiterar la utilizada en los carteles, variando ciertos elementos, dado el cambio de formato vertical a ho

rizontal, pero, persiguiendo la relación entre ambos medios de comunicación.

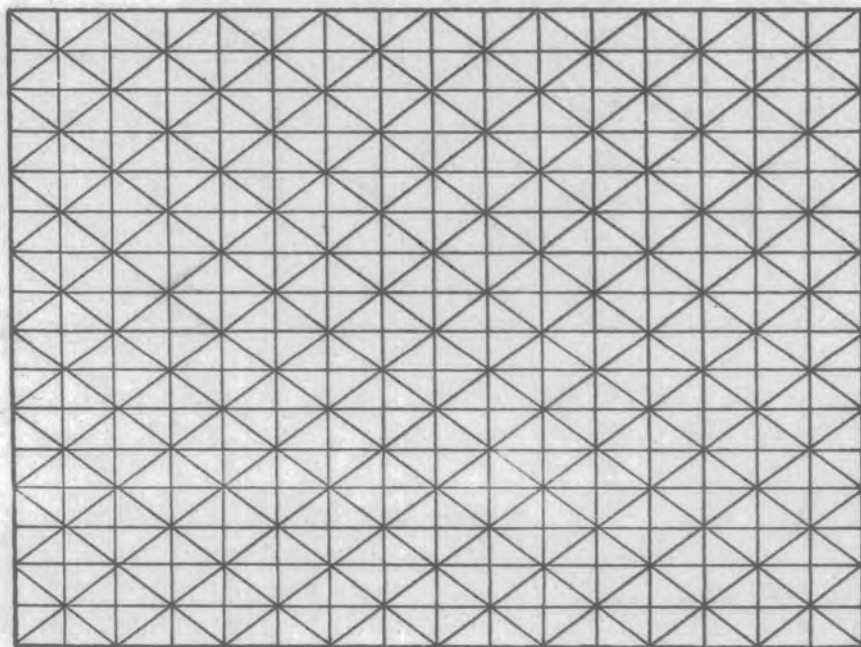
Formato.

Esc: 1:20

Cotas en cm.



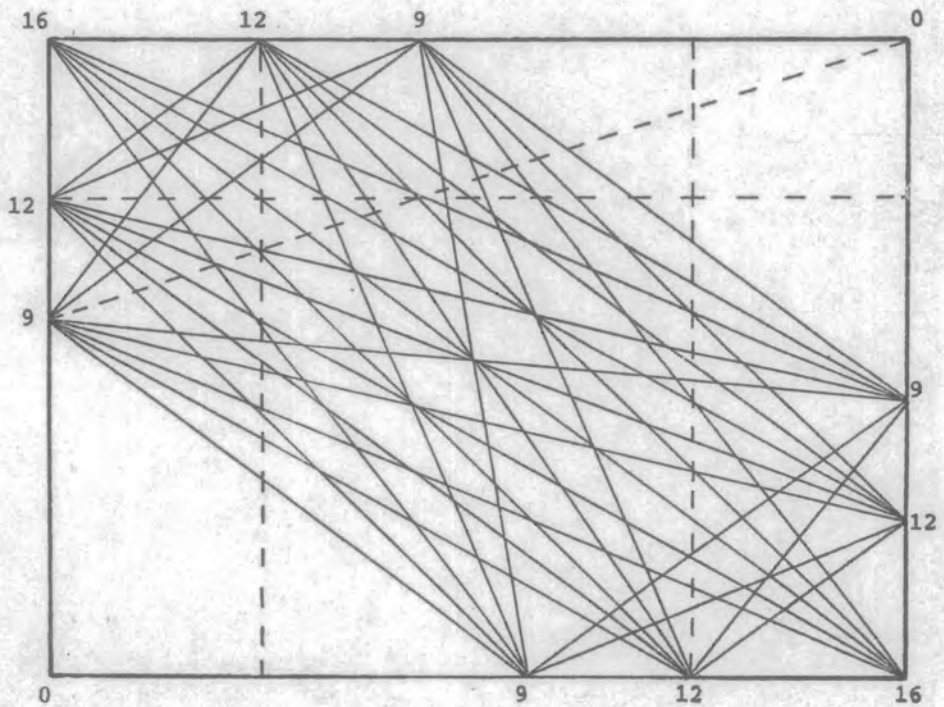
Diagramación por medio de diagonales y medianas.



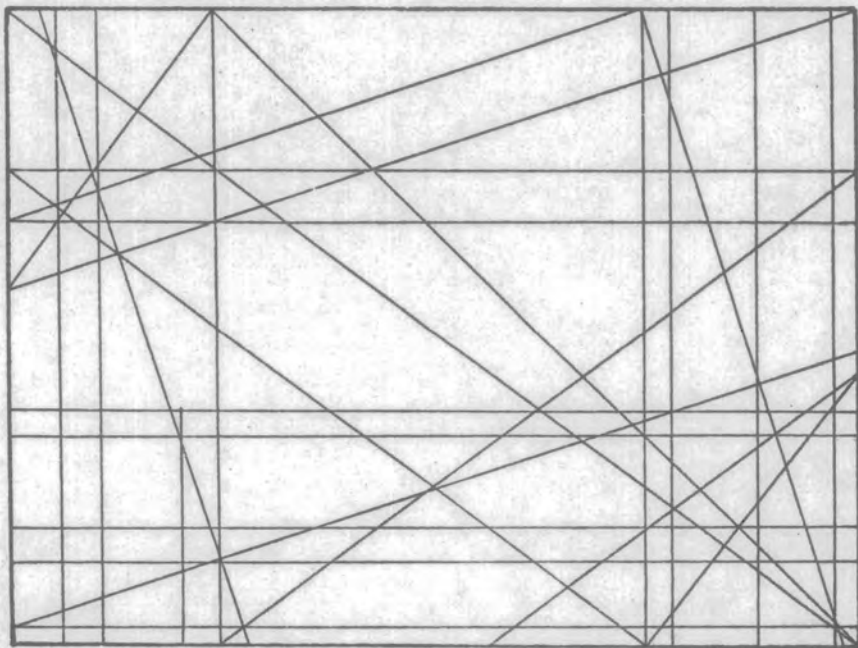


Diagramación por correspondencias musicales.

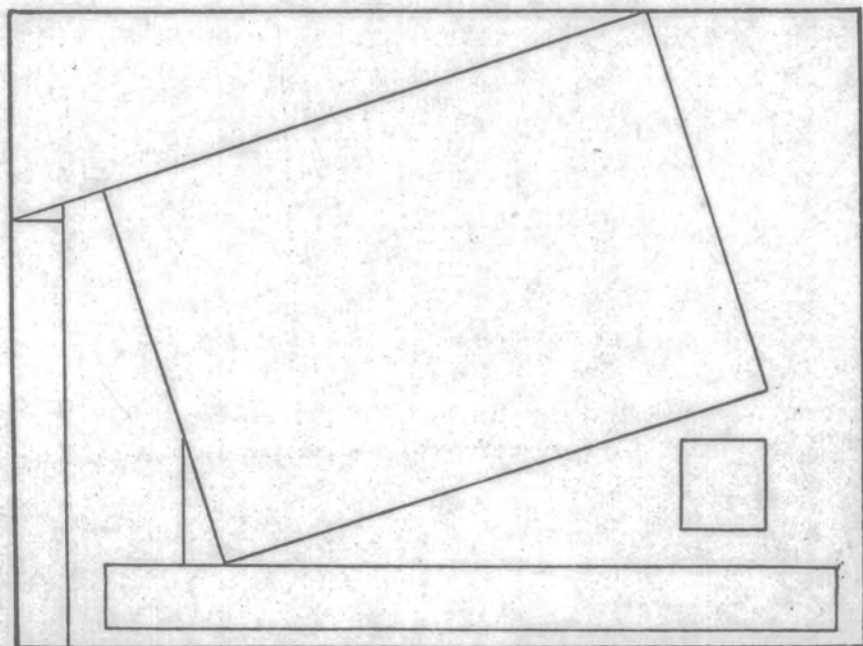
Sesquitercio doble o doble diatessaron.



Líneas utilizadas a partir de la diagramación para la determinación de los bloques.



Ubicación definitiva de los bloques.



### 7.2.2. Elementos gráficos utilizados.

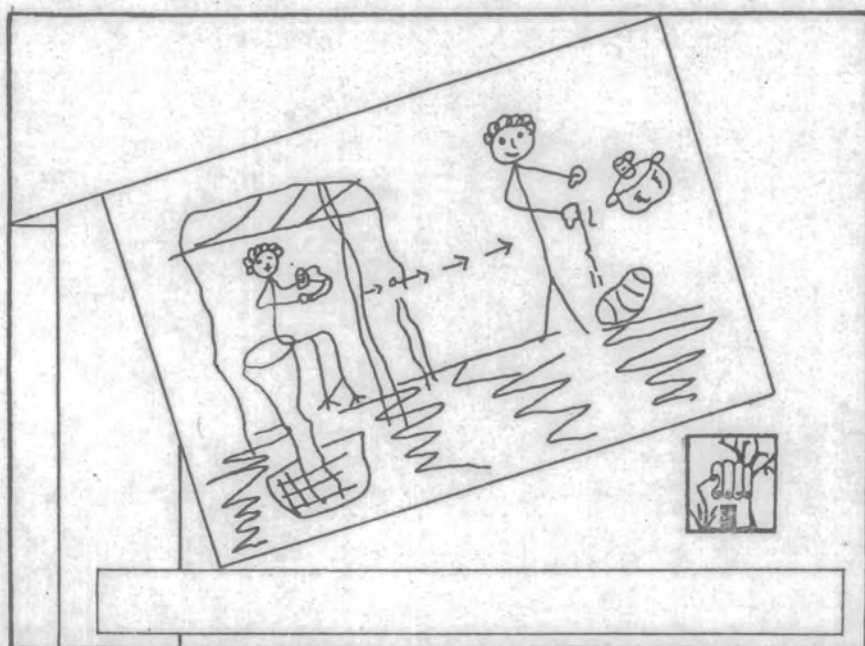
Los constituyen: la imagen, el texto y el logotipo estos con el mismo propósito que en los carteles, por lo que sobra mencionarlos. Sólo cabe hacer notar la utilización del dibujo del bloque, que surge de los que más despertaron interés en el perceptor. Su carácter se mantiene como lineal.

El logotipo se utiliza, en la manta, como positivo.

El texto es el mismo manejado anteriormente, lo que varía es su ubicación.

A diferencia de los carteles, en la manta se representan unas líneas, esto es con el fin de reforzar la idea de una vivienda dentro de la comunidad, del objetivo de su lucha, lo que en el cartel únicamente se resuelve mediante la ubicación de los elementos utilizados y por medio de la secuencia que se da en los carteles a partir de su yuxtaposición.

Manta: imagen, logotipo y líneas.



### 7.2.3. Tipografía.

La tipografía es la misma de la que ya se habló anteriormente, con respecto al cartel, va en relación a la proporción del formato y a su legibilidad y lo que ésta implica.

### 7.2.4. Realización.

Para la realización de la manta se tomaron en cuenta los elementos ya mencionados, a los que se les agrega dos factores importantes: el color y la técnica.

#### 7.2.4.1. Color.

La utilización del dibujo dentro de un bloque da la alternativa en cuanto a técnica de la utilización del color en el bloque, manteniendo el carácter lineal del dibujo.

El color es utilizado como un medio expresivo que represente y cree un ambiente relacionado con el existente en la comunidad.

Ya se mencionaron las características del color en el primer capítulo como características prácticas de la disciplina del diseño gráfico. (Ver cuadro 16-B)

Se citó que el color es captado por el receptor unas fracciones de segundo antes que las formas, por lo que la elección y utilización del color parten de crear interés en el receptor.

Como colores son utilizados los característicos que se vinculan con lo representado, como son: el azul del cielo, verdes, relacionados con la vegetación que impera en

la comunidad, colores sucios correspondientes a la tierra.

Se identifican y refuerzan los elementos representados en el dibujo por medio del color.

La utilización de los colores verde y violeta, constituye un contraste psicológico, aunado con la analogía de colores representados como el ocre, persigue el propósito de crear una armonía y a su vez unificar la composición.

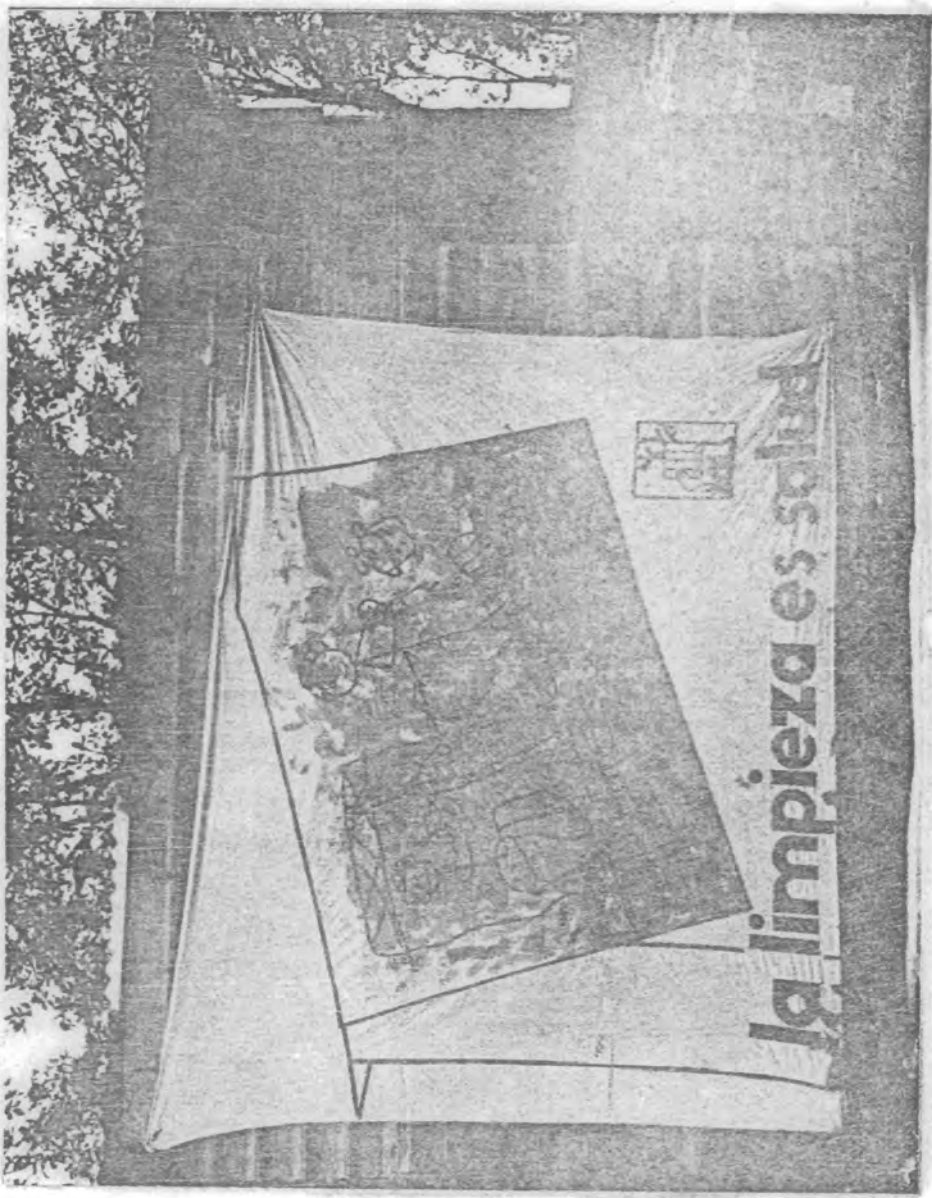
#### 7.2.4.2. Técnica.

Los medios empleados en la realización de la manta los constituyen las pinturas vínicas, considerando las limitantes económicas y aprovechando que es la misma que utiliza la comunidad en la realización de sus mantas.



la limpieza es salud





### 7.2.5. Resultados críticos.

Para la ubicación de la manta, se consideró principalmente los lugares públicos que contiene la comunidad, y se determinó que el mejor lugar eran las láminas que conforman la parte exterior de la pared sur del dispensario.

Las causas que determinaron lo anterior fueron las siguientes:

- Está orientada hacia una de las calles principales.
- En esta calle están ubicados:
  - la escuela.
  - las oficinas de organización.
  - el dispensario.
  - el espacio donde se realizan las asambleas.

Combinando lo anterior con las dimensiones de la manta, se deduce que puede ser vista por un mayor número de gente estática o en movimiento, y a cortas o grandes distancias.

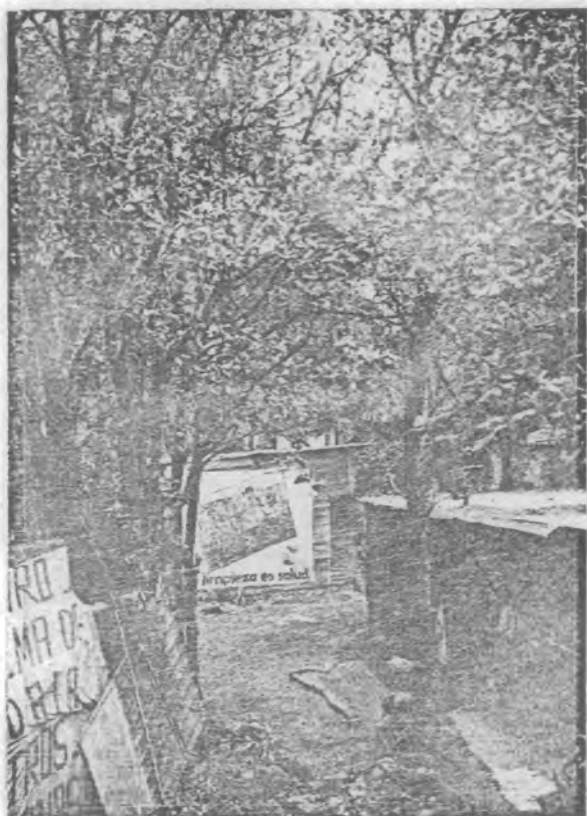
Como síntesis de resultados críticos se pueden plantear los siguientes:

- Funciona como apoyo a los carteles.
- Es percibida por un número mayor de gente.
- Despierta interés, educa y concientiza al receptor, por sentirse aludido, dado el dibujo planteado.

- Se plantea y comunica un problema y su solución en una realidad cotidiana.
- Cumple con una función estética.







## CONCLUSIONES.

° El diseño gráfico representa un papel muy importante como medio de comunicación, es a partir de la teoría de ésta, que puede satisfacer necesidades específicas de información y educación, lo que se expresa mediante el conocimiento profundo del problema y del contexto en el que está inmerso.

° Como disciplina, el diseño requiere de una metodología. El método no puede ser único, ni rígido, debe adecuarse al problema y sus características, por lo que el modelo debe ser flexible.

° El diseño gráfico es una actividad que por sí misma, no puede abarcar, en el estudio de un problema, diferentes aspectos correspondientes a otras especialidades. Por lo que la interdisciplinariedad es un factor determinante para su realización.

° En nuestro país, el diseño gráfico se ha caracterizado por formar parte de un proceso dominante, cuya forma más evidente es la publicidad, en la que las condicionantes -necesidades creadas, beneficios económicos, etc.- promueven el diseño oscuro, donde el proceso se desconoce y el receptor es eliminado en el transcurso del mismo.

° La opción del diseño alternativo sí es aplicable en nuestro medio aunque implica una conciencia del diseñador para que el resultado gráfico no sea arbitrario e individualista, y acepte la participación y crítica por parte de quien

nes reciben los mensajes.

° La importancia de la comunicación, teoría y práctica alternativas radica en el hecho de que se solucionen problemas reales y en la integración del receptor en la solución de los mismos.

° El diseño gráfico, en un grupo de marginados, sigue a la lucha por la satisfacción de necesidades vitales (habitación, vestido y sustento), y no puede funcionar plenamente mientras éstas no hayan sido satisfechas. El diseño gráfico alternativo soluciona problemas de comunicación en relación a esas necesidades, pero definitivamente no satisface su aspecto socio-económico.

° La ética del diseño gráfico (escasa en nuestro país) implica la honestidad, responsabilidad y transparencia en la elaboración y el contenido de los mensajes, la satisfacción de necesidades reales y la adecuación del producto de diseño al contexto del que parte esa necesidad.

El diseñador gráfico es responsable de los mensajes que emite, de su forma y de la repercusión en el receptor.

° La crítica al producto de diseño gráfico corresponde únicamente al usuario, es él quien finalmente decide sobre lo adecuado o inadecuado de la solución; en él se verifica la etapa de valoración, efectividad y funcionalidad del diseño.



## GLOSARIO.

alfabetidad: La alfabetidad significa que todos los miembros de un grupo comparten el significado asignado a un cuerpo común de información.

codificación: En la transmisión de un mensaje, es la operación por la que el emisor, a partir de la idea del mensaje, lo elabora efectivamente, tomando signos de un repertorio y ordenándolos según ciertas reglas (reglas del código) para formar con ellos una secuencia sea en el tiempo (mensajes hablados, mensajes escritos) o en el espacio (patrones geométricos, forma, etc.).

connotación: Lenguaje segundo (y parásito) soportado por/ en un juego de palabras, por oposición al lenguaje primero (corriente y "objetivo").

Las connotaciones es todo lo que la imagen en cierto contexto cultural sugiere. Las connotaciones son las ideas que nos sugiere la imagen, lo que nos recuerda, las asociaciones con otros objetos, en suma, lo que significa culturalmente esa imagen.

criptografía: Arte de escribir con clave secreta o de un modo enigmático.

decodificar: Traducción automática del código, es decir, su desciframiento y transcripción al contexto del emisor.

denotación: Lenguaje primero, corriente y "objetivo".

Las denotaciones de la imagen es lo que objetivamente está ahí; todos los elementos que podemos describir con sus características.

disfuncionalidad: Cualquier conflicto en los fenómenos sociales propuesto por las teorías funcionalistas como término opuesto a la noción de equilibrio.

epistemología: Ciencia del método y causas del conocimiento, especialmente con referencia a sus límites y validez. Crítica, discusión o examen de las ciencias, de su valor, de su alcance, etc.

- fetichismo: Corresponde a lo que Roland Barthes denomina mito.
- monosémico: Cualidad de una palabra de poseer un significado.
- poiesis: Palabra griega que significa fabricación, acción, acción fabricativa.
- polisemia: Cualidad de una palabra de poseer varios significados.
- sémico: Significado.
- semiosis: Es un acto de comunicación por medio de signos.
- Semiótica: Ciencia general del signo. Comprende tres ramas: la sintáctica, que estudia la sucesión de las unidades de los signos; la semántica, que estudia su significado, y la pragmática, que se ocupa del papel del signo en el proceso de la comunicación.
- sinergia: Concurso activo y concertado de varios órganos para realizar una función.
- unívoco: Que tiene igual naturaleza o valor que otra cosa. Que designa con el mismo sonido objetos diferentes.

## BIBLIOGRAFIA DEL GLOSARIO:

- 1.- Diccionario de la Lengua Española. Madrid. Real Academia Española. 1970. 1,424 pp.
- 2.- Diccionario Porrúa de la Lengua Española. México, Ed. Porrúa, S.A., 1970.
- 3.- Diccionario Rioduero. Literatura 1. Madrid. Ediciones Rioduero, de EDICA, S.A.. 1977. 298 pp.
- 4.- Domínguez, Luis Adolfo, Glosario de términos de Lengua y Literatura. México. Ed. Edicol, S.A. 1977. ANUIES. 64 pp.
- 5.- Enciclopedia Universal Sopena. Barcelona. Ed. Ramón Sopena, S.A. 1966.
- 6.- Fages, Jean B. Para comprender el estructuralismo. Argentina. Ed. Galerna. 1969. 188 pp.
- 7.- García Olvera, Francisco, México/Definición General de diseño, en Magenta 03.
- 8.- La comunicación y los mass media. Diccionario del saber moderno. Bilbao. Ediciones mensajero. 1975. 676 pp.
- 9.- Rosa, Nicolás, Léxico de Lingüística y semiología. Argentina. Centro Editor de América Latina, S.A., 1978. 121 pp.
- 10.- Toussaint, Florence, Crítica de la información de masas. México. Ed. Edicol, S.A., 1975. ANUIES. 98 pp.

## NOTAS.-

- (1) Robert G. Scott, Fundamentos del diseño. 1976, Argentina, Ed. Víctor Lerú, p. 1.
- (2) M. L. Gutiérrez y otros, Contra un diseño dependiente. 1977, México, Ed. Edicol, p. 133.
- (3) Ibid. p. 40.
- (4) F. Cámara, Símbolos y signos gráficos. 1975, Barcelona, Ed. Don Bosco, Prontuarios gráficos/7, p. 7.
- (5) D. A. Dondis, La sintaxis de la imagen. 1976, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, p. 186.
- (6) J. L. Rodríguez Diéguez, Las funciones de la imagen en la enseñanza. 1978, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, p. 19.
- (7) Ibid. p. 26.
- (8) F. Cámara, op. cit. p. 13.
- (9) David Elliott/ Nigel Cross, Diseño, tecnología y participación. 1980, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, p. 101.
- (10) André Ricard, Diseño. ¿Por qué?. 1982, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, Colección punto y línea, p. 149.
- (11) M. L. Gutiérrez y otros, op. cit. p. 153.
- (12) Ibid. p. 154.
- (13) Víctor Papanek, Diseñar para el mundo real. 1977, Madrid, H. Blume Ediciones, p. 85.
- (14) Ibid. p. 287.
- (15) Ibid. p. 277.
- (16) André Ricard, op. cit. p. 163
- (17) Daniel Prieto, Diseño y comunicación. 1982, México, UAM Unidad Xochimilco, p. 7,8.
- (18) Ibid. p. 20.
- (19) Ibid. p. 44.
- (20) Ibid. p. 44.
- (21) Ibid. p. 34.
- (22) Víctor Papanek, op. cit. p. 12.
- (23) Daniel Prieto, op. cit. p. 106.

- (24) Augusto Boal, Teatro del oprimido I. 1980, México, Ed. Nueva Imagen, p. 20.
- (25) Daniel Prieto, op. cit. p. 144.
- (26) Ibid. p. 64, 71.
- (27) Ibid. p. 9.
- (28) Ibid. p. 92.
- (29) David Elliott/Nigel Cross, op. cit. p. 55.
- (30) D. A. Dondis, op. cit. p. 153.
- (31) Daniel Prieto, op. cit. p. 127.
- (32) D. A. Dondis, op. cit. p. 199.
- (33) Félix Beltrán, Acerca del diseño. 1975, La Habana, Cuba, Ediciones Unión, p. 20.
- (34) Daniel Prieto, op. cit. p. 88-90.
- (35) Nigel Cross/David Elliott/ Robin Roy, Diseñando el futuro. 1980, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, p. 121.
- (36) Félix Beltrán, op. cit. p. 43.
- (37) J. L. Rodríguez Diéguez, op. cit. p. 178.
- (38) Ibid. p. 106.
- (39) Daniel Prieto, op. cit. p. 141.
- (40) Ibid. p. 28.
- (41) André Ricard, op. cit. p. 229-232.
- (42) David Elliott/Nigel Cross, op. cit. p. 53,54.
- (43) F. Cámara, op. cit. p. 18.
- (44) Jerzy Karo, Graphic design, problems, methods, solutions. 1975, New York, Van Nostrand Reinhold Co., p. 30.
- (45) Françoise Enel, El cartel. 1977, Valencia, Ed. Fernando Torres, p. 29.
- (46) Ibid. p. 35.
- (47) Ibid. p. 43.
- (48) Ibid. p. 43.
- (49) Ibid. p. 48.
- (50) Ibid. p. 91.
- (51) Ibid. p. 97.
- (52) Ibid. p. 119.
- (53) Ibid. p. 121.
- (54) Ibid. p. 143.

- (55) Ibid. p. 159.
- (56) Fabris-Germani, Fundamentos del proyecto gráfico. 1982, Barcelona, Ed. Don Bosco, p. 104.
- (57) Ibid. p. 104.
- (58) Ibid. p. 106.
- (59) Ibid. p. 109.
- (60) Ibid. p. 122.
- (61) Ibid. p. 124.
- (62) Jerzy Karo, op. cit. p. 70.
- (63) Peter Croy, Graphic design and reproduction techniques. 1976, New York, Hastings House, Publishers, p. 92.
- (64) Sandra B. Ernst, The ABC's of typography. 1977, New York, Art Direction Book Company, p. 50.
- (65) Peter Croy, op. cit. p. 92.
- (66) Ibid. p. 115.
- (67) Bob Gill, Olvide todas las reglas que le hayan enseñado sobre el diseño gráfico. Incluso las de este libro. 1982, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, p. 157.
- (68) Randolph R. Karch, Manual de artes gráficas. 1978, México, Ed. Trillas, p. 23.
- (69) Peter Croy, op. cit. p. 86.
- (70) Daniel prieto, op. cit. p. 131.
- (71) Félix Beltrán, op. cit. p. 98.

NOTA: Las citas mencionadas en el capítulo 3, corresponden a entrevistas realizadas con gente de la comunidad. (grabadas).

## BIBLIOGRAFIA.

- 1.- Baena Paz, Guillermina, Manual para elaborar trabajos de investigación documental. 3a. ed., México, UNAM. 1977. 124 pp.
- 2.- Banco de México, S.A., Informe anual 1982. México, Acuario Impresiones y Ediciones, S.A. de C.V. 1983. 274 pp.
- 3.- Beltrán, Félix, Acerca del diseño. La Habana, Cuba. Ediciones Unión, 1975. 98 pp.
- 4.- Boal, Augusto, Teatro del oprimido I. México, Ed. Nueva Imagen, 1980. 252 pp.
- 5.- Cámara, F., Símbolos y signos gráficos. Barcelona, Ed. Don Bosco, 1975, Prontuarios gráficos/7. 18 pp.
- 6.- Catálogo Geotype. U.S.A. Geographics, INC. 1979. 38 pp.
- 7.- Catálogo Letraset. México, Letraset Int. Limited, 1979. 152 pp.
- 8.- Cross, Nigel/Elliott, David/Roy, Robin, Diseñando el futuro. Barcelona, Ed. Gustavo Gili, S.A., 1980. 166 pp.
- 9.- Croy, Peter, Graphic design and reproduction techniques. 3a. ed., New York, Hastings House, Publishers, 1976. 284 pp.
- 10.- Dondis, D.A. La sintaxis de la imagen. 2a. ed., Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1976. 210 pp.
- 11.- Elliott, David/Cross, Nigel, Diseño, Tecnología y participación. Barcelona. Ed. Gustavo Gili, S.A. 1980. 188 pp.
- 12.- Enel, Françoise, El cartel. Valencia, Ed. Fernando Torres, 1977. 176 pp.
- 13.- Ernst, B. Sandra, The ABC's of typography. New York, Art Direction Book Company, 1977. 188 pp.
- 14.- Fabris- Germani, Fundamentos del proyecto gráfico. Barcelona. Ed. Don Bosco, 1982. 226 pp.

- 15.- Garza Mercado, Ario, Manual de técnicas de investigación  
5a. reimp. México. El Colegio de México, 1976.  
187 pp.
- 16.- Gill, Bob, Olvide todas las reglas que le hayan enseñado  
sobre el diseño gráfico. Incluso las de este libro.  
Barcelona. Ed. Gustavo Gili, S.A. 1982. 178 pp.
- 17.- Gómez, Angel, Diseño gráfico, generalidades. La Habana,  
Cuba, FOC-UPEC. 1972. 50 pp.
- 18.- Gutiérrez, M.L., y otros, Contra un diseño dependiente,  
México. Ed. Edicol, 1977. 308 pp.
- 19.- Karch, Randolph R., Manual de artes gráficas. México,  
Editorial Trillas, 1978. 434 pp.
- 20.- Karo, Jerzy, Graphic design, problems, methods solutions  
New York, Van Nostrand Reinhold Company, 1975.  
107 pp.
- 21.- "La ciudad más grande del mundo, Distrito Federal y zona  
metropolitana", en Geografía Universal, No. 1. Méxi  
co. 3a. Editores, S.A., 1980. 160 pp.
- 22.- Martín, E., Artes gráficas. Barcelona. Ediciones Don Bos  
co, 1975. Nuevas Fronteras Gráficas, 6. 189 pp.
- 23.- Moles, A. Teoría de los objetos. 2a. ed. Barcelona, Ed.  
Gustavo Gili, S.A., 1975. 190 pp.
- 24.- Munari, Bruno, Diseño y comunicación visual. Barcelona,  
Ed. Gustavo Gili, 1979. 359 pp.
- 25.- Munari, Bruno, ¿Cómo nacen los objetos?. Barcelona. Ed.  
Gustavo Gili, S.A., 1983. 385 pp.
- 26.- Papanek, Víctor, Diseñar para el mundo real. Madrid. H.  
Blume Ediciones, 1977. 339 pp.
- 27.- Prieto, Daniel, Diseño y comunicación. México, UAM Uni-  
dad Xochimilco, 1982. 149 pp.
- 28.- Ricard, André, Diseño. ¿por qué?. Barcelona, Ed. Gusta-  
vo Gili, S.A., 1982. Colección Punto y Línea. 240  
pp.
- 29.- Rodríguez Diéguez, J.L., Las funciones de la imagen en  
la enseñanza. Barcelona. Ed. Gustavo Gili, 1978.  
236 pp.



- 30.- Scott, Robert Gillam, Fundamentos del diseño. Argentina, Ed. Víctor Lerú, 1976. 195 pp.
- 31.- Taborga, Huáscar, Cómo hacer una tesis. México, Ed. Grijalbo, 1980. 220 pp.
- 32.- Wong, Wucius, Fundamentos del diseño bi- y tri-dimencional. Barcelona. Ed. Gustavo Gili, S.A., 1982. 204 pp.

Esta Tesis fué elaborada en su  
totalidad en los Talleres de -  
Impresos Moya, Rep. de Cuba -  
No. 99, Despacho 23.  
México 1. D.F. Tel. 5-10-89-52

