

304431

UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR

CARRERA DE DISEÑO GRAFICO

Incorporada a la U.N.A.M.

1
2ej-



**"PRODUCCION DE LA IMAGEN GRAFICA
PARA LA PRIMERA REUNION NACIONAL
DE CAPACITACION 1989"**

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE :

LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO

PRESENTA:

ALMA HORI MONROY

MEXICO, D.F.

1992



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 está 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.

INDICE

| | |
|--------------|---|
| INTRODUCCION | 1 |
|--------------|---|

CAPITULO I

| | |
|------------------------------------|---|
| METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION | 1 |
|------------------------------------|---|

| | |
|--|----|
| 1.1. Planteamiento del problema | 2 |
| 1.2. Especificación del problema | 7 |
| 1.3. Investigación documental y de campo | 13 |
| 1.4. Objetivo general | 16 |
| 1.5. Limitaciones | 17 |

CAPITULO II

| | |
|--------------------------------------|----|
| FUNDAMENTACION TEORICA DEL DISEÑO | 21 |
|--------------------------------------|----|

| | |
|----------------|----|
| 2.1. La imagen | 23 |
|----------------|----|

| | |
|-------------------------------|----|
| 2.2. Significado del diseño | 34 |
| 2.3. Funcionalidad del diseño | 51 |

CAPITULO III

RELACION DEL DISEÑO 61

| | |
|--|-----|
| 3.1. Boceto | 63 |
| 3.2. Elección del boceto | 74 |
| 3.3. Original | 76 |
| 3.4. Trazos auxiliares | 78 |
| 3.5. Restricción de áreas y dimensiones generales | 80 |
| 3.6. Reticula de reproducción | 82 |
| 3.7. Pruebas de color | 84 |
| 3.7.1. Preparación de color | 86 |
| 3.8. Pruebas de blanco y negro | 87 |
| 3.9. Tipografía texto de imagen | 89 |
| 3.9.1. Integración de la tipografía al texto | 91 |
| 3.10. Integración de la imagen al texto | 93 |
| 3.11. Textura | 95 |
| 3.12. Tipografía del slogan | 100 |

| | |
|--|-----|
| 3.12.1. Integración de la tipografía al slogan | 102 |
|--|-----|

CAPITULO IV

| | |
|-----------------------|-----|
| APLICACIONES | 105 |
| 4.1. Invitación | 109 |
| 4.2. Hoja carta | 111 |
| 4.3. Personificadores | 113 |
| 4.4. Gafete | 115 |
| 4.5. Folder | 116 |
| 4.6. Memoria | 118 |
| 4.7. Reconomiento | 120 |
| 4.8. Cartel | 122 |

| | |
|--------------|-----|
| CONCLUSIONES | 125 |
|--------------|-----|

| | |
|--------------|-----|
| BIBLIOGRAFIA | 127 |
|--------------|-----|

INTRODUCCION

Como es conocido nuestra Administración Pública Federal está dividida en Centralizada y Paraestatal, perteneciendo la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos a la Administración Pública Centralizada. De acuerdo con la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal a la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos le corresponde entre otras atribuciones, las siguientes:

Definir, aplicar y difundir los métodos y procedimientos técnicos destinados a obtener mejor rendimiento en la agricultura, silvicultura, ganadería, avicultura y apicultura.

Determinar y conducir las políticas de organización de productores del sector agropecuario, en torno a programas regionales y nacionales, con la participación de las autoridades locales que corresponda.

Coordinar y dirigir en su caso las actividades de la Secretaría con los centros de educación agrícola superior y media, establecer y dirigir escuelas de agricultura, ganadería, apicultura, avicultura y silvicultura, en los lugares que proceda.

Organizar y patrocinar congresos, ferias, exposiciones y concursos agrícolas, ganaderos, avícolas, apícolas y silvícolas.

Organizar y mantener al corriente los estudios económicos sobre la vida rural, con objeto de establecer los medios y procedimientos para mejorarla.

De lo anterior se deduce que la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, debe realizar todos los actos formas y formalidades tendientes a obtener una mayor producción tanto en la agricultura como en la ganadería. Pero para el caso concreto del presente trabajo, nos avocaremos a las Reuniones Nacionales de Capacitación y en particular, a la primera, celebrada en el año de 1980, sobre la cual se crea la imagen gráfica que dará la distinción de dicha reunión.

En la S.A.R.H. se organizó una reunión a nivel nacional

por lo que se solicitó a la Dirección de Capacitación y Desarrollo (CAPYDE), realizara la imagen corporativa que apoyara la misma.

Para tal efecto se reúne al equipo de diseño de CAPYDE, para crear un logotipo que distinga esa primera reunión; para tal efecto, se decide encargar trabajos individuales, a fin de conocer el nivel de creatividad de los integrantes de dicho departamento. Así se inicia la investigación sobre la reunión para conocer el contenido de la misma, para la creación de un diseño que cumpla no sólo con los requisitos mínimos de ésta, sino que logre dar una imagen real y clara sobre su estructura temática y que a la vez logre la atención de las miradas de los asistentes, proporcionando una imagen original y agradable.

Después de realizar varias propuestas, se presentaron algunos proyectos, con sus respectivas justificaciones, eligiendo la presente, para continuar trabajando en ella.

El diseño es sencillo y entendible para los involucrados en dicha reunión.

El Primer Capítulo da a conocer el contenido de la Reunión de Capacitación, pues es indispensable saber de qué va a tratar ésta, para poder resolver eficazmente la imagen gráfica.

En el Segundo Capítulo se hace una investigación sobre la imagen gráfica, pues es necesario saber cómo surgió ésta y lo que significa.

El Capítulo Tercero trata de cómo se fue realizando el diseño, paso por paso, para que si se volviera a utilizar, se pueda reproducir fielmente sin problemas.

En el último Capítulo se presentan todas las aplicaciones que se hicieron de la imagen gráfica.

Lo más importante de este logotipo es que tiene un toque distintivo, de personalidad propia, que lo distingue y lo hace realmente atractivo; por tal motivo fue elegido para la realización de la presente tesis.

CAPITULO UNO

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

1.1 Planteamiento del problema

1.2 Especificación del problema

1.3 Investigación documental y de campo

1. 4 Objetivo General

1.5 Limitaciones

estados para elaborar y ejecutar los programas de desarrollo rural con la suma de los recursos locales y federales disponibles así como uso coordinado;

Con la descentralización se busca que la modernización de campo sea adoptada como una prioridad por los gobiernos estatales y que, en ejercicio de su soberanía, ejerzan la responsabilidad que les corresponde en la dirección del desarrollo agropecuario, con el apoyo del Gobierno Federal.

Modernizar al campo implica, de manera fundamental, que los campesinos sean los que determinen sus programas de producción y sus compromisos y sistemas de trabajo, sin que las autoridades ejerzan tutelajes anacrónicos y nocivos .

Se trata, en síntesis, de liberar la energía social acumulada en el campo mexicano, adaptadas a nuestra realidad para emprender una cruzada nacional que promueva su reactivación y eficiencia productiva.

En el campo hay escasa disponibilidad de tierras para una población en aumento que está emigrando en busca de trabajo.

A largo plazo la agricultura deberá ser capaz de asegurar ingresos crecientes y, proveer alimentos y materias primas en las condiciones que demanda una economía cada vez más competitiva en el exterior. Estos dos propósitos sólo serán compatibles en la medida que aumente la productividad. Por ello, es prioritario revertir el deterioro del sector agropecuario. A corto plazo, la estrategia debe apoyar la estabilidad de precios y proteger el bienestar de la población de bajos ingresos en general, y de los campesinos en particular.

La modernización del campo busca aumentar la producción agrícola y con ello el bienestar de los productores de bajo ingreso y para ello el Sr. Presidente de la República Mexicana Carlos Salinas de Gortari ha implementado la siguiente política en el Plan Nacional de Desarrollo:

Se propiciará la explotación agrícola con criterios técnicos y de organización productiva, en el marco de la ley así como la compactación de superficie que correspondan a la misma capacidad productiva para aumentar los rendimientos mediante la aplicación de equipos y técnicas modernas. Así mismo, se eliminará la dispersión e ineffectividad de acciones, a través de una

coordinación eficaz entre las dependencias y organismos que participan en el campo y el traslado paulatino de sus funciones a las organizaciones de los propios productores.

Se promoverá el perfeccionamiento y cabal aplicación de la legislación que norma el desarrollo del sector. Se hará de la seguridad y el respeto a la tenencia de la tierra el punto de partida de la acción modernizadora del campo, evitando toda forma de simulación. Se exigirá a sus tenedores que la tierra cumpla con su potencial productivo, para ello habrán de aprovecharse las amplias posibilidades que ofrece la Ley de Fomento Agropecuario.

Mediante la concertación entre productores y las distintas instancias de autoridad se eliminarán o atemperarán sustancialmente los factores que propician la subutilización o el abandono de tierras.

La estrategia de largo plazo buscará desacelerar y ordenar la emigración, contrarestando las fuerzas de expulsión del sector agrícola y fomentando las oportunidades de empleo no agrícola en el propio campo y en núcleos de población de tamaño

medio, de acuerdo con una política poblacional que promueva la explotación suficiente de los recursos territoriales. Asimismo, es preciso fortalecer la asistencia en el medio rural, sobre todo para no descuidar el bienestar de los campesinos con menores dotaciones o carentes de tierras.

La soberanía alimentaria es propósito esencial de la estrategia agropecuaria, y será apoyada mediante aumentos de la producción fincados en una mayor productividad en el uso de los recursos. El deterioro rural ha implicado, además de niveles decrecientes de bienestar, el fuerte incremento de las importaciones de alimentos. Se buscará una mayor suficiencia alimentaria mediante acciones encaminadas prioritariamente a aumentar la producción del maíz, trigo, frijol, arroz, azúcar y semillas oleaginosas, así como de carnes, leche y huevo. Por otra parte, se impulsarán los productos de exportación y todos aquellos en que se tengan ventajas comparativas que nos permitan fortalecer la balanza comercial agropecuaria.

Para llevar a cabo la modernización del campo la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos de acuerdo con las facultades otorgadas por la Ley, organiza cada año una

reunión a nivel nacional sobre capacitación, la cual analizaremos a continuación para poder lograr la imagen gráfica con la que los participantes de la misma se identificarán.

1.2 ESPECIFICACION DEL PROBLEMA.

En el presente punto trataremos lo relacionado con la Primera Reunión Nacional de Capacitación, la cual se realizará los días 22, 23 y 24 de Noviembre de 1989, teniendo como sede la población de Trinidad en Tlaxcala.

Con motivo de tal reunión la Secretaria de Agricultura y Recursos Hidráulicos, solicita a uno de sus departamentos, concretamente a la Dirección de Capacitación y Desarrollo realice la imagen gráfica, que será el distintivo de dicha reunión, para tal efecto nos avocamos a investigar el contenido de la reunión y encontramos que tratará de cuatro puntos:

1. Capacitación campesina.
2. La capacitación en la Administración Pública.
3. La modernización del campo.

4. Capacitación y productividad.

Es indispensable conocer el contenido de los puntos antes señalados para poder crear la imagen gráfica con uso de conocimiento y así, procederemos a exponerlo brevemente:

CAPACITACION CAMPESINA

Al respecto la Lic. Beatriz Paredes Rangel fue la encargada de la conferencia señalada.

En primer lugar, se debe de reconocer y respetar el conocimiento campesino que es diferente, pero válido. En segundo lugar, los objetivos deben ser muy claros y por último los contenidos deben de responder a situaciones reales, concretas e inmediatas.

Todo lo anterior dentro del marco de que por las diferencias regionales, las características técnicas y culturales, en capacitación campesina no se pueden dar fórmulas ni de carácter general ni aplicables a todo el país, ni con el mismo método.

Por último, la capacitación campesina no debe ser hacia los campesinos: Sino los campesinos. Esto implica que toda estrategia de capacitación hacia el sector, deberá de partir de un diagnóstico en donde las instituciones y los campesinos después de análisis participativo, definan y compartan metas.

LA CAPACITACION EN LA ADMINISTRACION PUBLICA

Esta conferencia correrá a cargo del Lic. Juan Benito Coquet Ramos y hablará de:

Las acciones básicas para lograr la modernización del ejercicio de la autoridad; el cambio de actitudes de los servidores públicos y la eliminación de procesos administrativos inoperantes.

Dos campos en los que debe intervenir quien diseña y opera los programas de capacitación.

Las acciones en proceso buscan el desarrollo rural integral, con base en el respeto a la cultura local, el establecimiento de

responsabilidades compartidas, la eliminación del paternalismo y el fortalecimiento de la participación. La ineficiente organización en todos los sectores y niveles representa un problema central que debe atenderse de inmediato.

Sobre los lineamientos de estrategia descritos por el Lic. Coquet, encontramos también aspectos que inciden directamente en el campo y nuestra institución, cabeza del sector agropecuario.

MODERNIZACION DEL CAMPO.

Esta tercera conferencia la impartirá el Dr. Gustavo Gordillo de Anda, el cual menciona en forma puntual y sintética otra vertiente en torno a la transformación de la forma como participa el Estado en el campo.

Transforma la forma como se canaliza la inversión pública para poder incrementar su potencial en reactivación económica y capitalización del campo.

El reto para los productores rurales y para los organismos de fomento consiste en abandonar viejas concepciones para poder

imaginar e instrumentar mecanismos que permitan una asociación equitativa con la iniciativa privada, teniendo claro que el capital privado no va a otorgar un trato preferencial, pero que es posible armar proyectos en que todos pongan sus recursos y capacidades y ganen en forma equilibrada.

La otra vertiente del proceso de modernización es la referente a las reformas a la legislación agraria, que permitan nivelar todo el potencial productivo del campo. Reformas que en especial contemplen la necesidad de replantear tanto en la legislación como en la acción estatal la concepción del ejido para pasar a concebirlo como una unidad económica compleja.

CAPACITACION Y PRODUCTIVIDAD

La última conferencia la impartirá el Licenciado Ernesto Enriquez Rubio quien señala al respecto:

La capacitación y desarrollo es la prioridad mayor de los administradores públicos, ya que es, con la gente con quienes se van a llevar a cabo los planes.

La Secretaría debe coadyuvar a la organización y capacitación de los productores para producir más, por lo que se requiere inbuir en los productores un sentido de agentes partícipes del cambio, que deben resolver problemas de fertilizantes, seguro y comercialización. Al ofrecer la Secretaría a los productores asistencia técnica, debe ayudarles en todo el proceso, creando los espacios para que participen con todos aquellos que inciden con su responsabilidad.

La Secretaría debe ser un facilitador entre el investigador y el productor, así como el de los fertilizantes, el banquero, el comerciante y el transportista para que se de la concertación.

Se puede dar principio al programa de asistencia técnica, pero no a un individuo sino a las organizaciones en tres grandes módulos que son:

Concertación, Gestión y Sanidad.

Es de mencionar una vez revisado el contenido de la reunión, que la información obtenida ha sido proporcionada por

la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos ya que los participantes de la reunión mandan antes de la misma, los puntos sobre los cuales realizarán su exposición en la conferencia respectiva.

1.3 INVESTIGACION DOCUMENTAL Y DE CAMPO .

Por lo que respecta a la investigación documental, podemos mencionar la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, para determinar la base legal sobre la que se desenvuelve y en la que puede actuar con apego a la Ley de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público asimismo hemos utilizado algunas obras como el Plan Nacional de Desarrollo del Licenciado Carlos Salinas de Gortari del cual hemos tomado lo relacionado a los planes para modernizar el campo, también del mismo autor utilizamos el libro denominado "El reto", así también se ha utilizado el archivo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público del cual se obtuvo la información para saber el contenido de la Reunión Nacional de Capacitación, también se han utilizado diversas revistas como "Quehacer Político", "Siempre", etc ...

Por lo que respecta a periódicos utilizamos *El Herald*, *El Sol de México*, *El Universal*, para poder determinar el slogan que acompañaría a la imagen gráfica.

La investigación de campo la realizamos en una población del Estado de Veracruz denominado Sayula la cual cuenta con diversos ejidos, y en la cual pudimos asistir a una de sus asambleas, hemos de señalar que tuvimos que solicitar el permiso al comisario ejidal y después de ser votado si podíamos o no presenciar la asamblea. Se nos informó que sí, la asamblea comenzó, en ella se trataron diversos asuntos, entre los cuales se mencionó que no se les había dado el crédito que habían solicitado para una mayor maquinaria, también hablaron que necesitarán dinero para la escuela con que cuenta el ejido para darle una remodelación y que le faltaban sillas, vidrios, etc...

Solicitaron una colecta para una mujer la cual quedó viuda, se trató también sobre la tienda ejidal, etc

Una vez expuestos los problemas se procedió a exponer sus posibles soluciones, votando para cada una de ellas, se levantó un acta con todo lo que ocurría en esa asamblea, después

se nos presentó ante los ejidatarios, diciendo que somos personal de la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos y que estábamos realizando una investigación para poder realizar un trabajo relacionado con la modernización del campo. Acto seguido nos plantearon algunos de sus problemas:

- 1.- La falta de créditos bancarios.
- 2.- El precio tan bajo de las cosechas.
- 3.- La falta de servicios médicos, de urbanización, como son teléfono, luz, drenaje, etc ...
- 4.- La falta de maquinaria.
- 5.- La falta de fertilizantes.
- 6.- La mala aplicación de la ley agraria.
- 7.- La falta de nuevas técnicas de cultivo.

Con todo lo anterior pudimos percatarnos que nuestro sistema agrario es muy precario de lo cual concluimos que son de suma importancia las reuniones de capacitación para poder dar un nivel de vida más alto a nuestros agricultores los cuales desempeñan el papel fundamental de dar alimentos a todo el país, por tal motivo nos sentimos orgullosos de aportar nuestra

participación a dicha modernización, ya que no sólo es diseñar una imagen gráfica, nos sentimos partícipes de la capacitación del campo para un México mejor.

1.4. OBJETIVO GENERAL Y DERIVADOS.

Lograr una imagen que represente a la Primera Reunión Nacional de Capacitación 1989.

Lograr una imagen que pueda tener funcionalidad en diversas aplicaciones como son:

Cartel.

Programa.

Invitación.

Hoja carta.

Folder.

Gafete.

Personificador.

Memoria.

Lograr una imagen que pueda presentarse tanto en color

como en blanco y negro, sin perder su sentido o impacto.

Lograr que ésta tenga relación directa con el campo y la agricultura.

Lograr que la imagen gráfica manifieste que se trata de la ya mencionada reunión.

Lograr que en la imagen quede la noción de que es a nivel nacional.

1.5 LIMITACIONES

Podemos señalar en primer lugar la limitación de tiempo, el cual fue de dos meses, impuesto por la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos para la creación e impresión por parte de la Dirección de Capacitación y Desarrollo que tendrá que trabajar en forma ardua y conjunta.

Como segunda limitación y política de la propia Secretaría, encontramos que la imagen no podrá llevar más de cuatro tintas, puesto que de lo contrario tendría un costo más elevado, así como

un mayor tiempo y trabajo en realizarlo.

Como tercera limitación encontramos que la imagen debía contar con las iniciales de Primera Reunión Nacional de Capacitación para la identificación de los participantes.

La cuarta limitación consistía en que la imagen debe contar con una espiga de trigo, con una caña o bien con una mazorca, para que la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos manifieste su política:

El maíz es una constante ineludible en la historia de México. No hay manera de dissociar el maíz del trabajo, el comercio, la alimentación, la cosmogonía o el paisaje cultural. Ni en el presente ni en el pasado.

Dentro de los aportes civilizatorios del México precolonial destaca la domesticación del maíz, que fue la base de su economía, el alimento fundamental y el eje de su religión agraria. El desarrollo tecnológico y científico del mundo mesoamericano, su compleja organización social, la rica e intrincada vida ritual, su pensamiento, en fin, no pueden

entenderse sin hacer una referencia constante al maíz. No
extraña, por tanto, la gran cantidad y diversidad de
representaciones que esos pueblos hicieron de la planta, la
mazorca y el grano.

CAPITULO II

FUNDAMENTACION TEORICA DEL DISEÑO

2.1. LA IMAGEN

2.2 SIGNIFICADO DEL DISEÑO

2.3. FUNCIONALIDAD DEL DISEÑO

2.1. LA IMAGEN

En este punto trataremos en esencia la definición imagen, término de imagen gráfica de nuestro diseño.

"A la imagen se la suele concebir como un hecho objetivo, un fenómeno exterior perceptible, una fuente y como un hecho subjetivo, un registro, una representación". (Según Chávez, Norberto en su obra "La Imagen Corporativa" pág. 21) "La imagen es un acto que trata de alcanzar en su corporiedad a un objeto ausente o inexistente, a través de un contenido físico o psíquico que no se da propiamente, sino a título de "representante analógico" del objeto considerado. (Según Jean Paul Sartre en su obra "Lo Imaginario", pág. 34).

El término "imagen" es en efecto polisémico (tiene varios significados), tantos como la imagen misma. Por otra parte, la palabra imagen está fuertemente ligada a lo visible, tal es la

fuerza de visual y tal la magia de estas imágenes.

Cuando empleamos expresiones como imagen visual, imagen gráfica, imagen corporativa, imagen de empresa, imagen de marca, etc., de hecho estamos especificando de qué clase de imágenes se trata en cada caso, lo cual indica en efecto la polisemia -la ambigüedad por tanto-, del término imagen. Por ejemplo cuando hablamos específicamente de imágenes visuales, estamos definiendo una clase de imágenes y al mismo tiempo estamos expresando un criterio de clasificación ya que nos referimos al canal sensorial humano a través del cual éstas son percibidas: el canal de la visión. Por consiguiente, habría en este sentido, tantas clases de imágenes como canales que integran el sistema sensorial humano. De modo que, junto a las imágenes que registra la visión, hablaríamos de imágenes que registra el oído y en el extremo de las imágenes que se registran por medio de las impresiones táctiles, olfativas, gustativas y especiales. Toda percepción así "canalizada" hasta el sistema nervioso central, implica un átomo de conocimiento y opera, en el nivel de la percepción, una sensación y una aprehensión; en el nivel intelectual, un desciframiento y una comprensión en el nivel psicológico, una experiencia y una vivencia. Pero este no es un

proceso referido exactamente, al registro de imágenes -en el sentido imago-, sino a la misma psicología de la percepción sensorial y ya no se podría hablar propiamente de imágenes óptimas, sino de sensaciones semióticas, es decir, de "imágenes" mentales.

La simultaneidad perceptiva del sistema sensorial humano, al implicar dos o más canales de acceso al cerebro, determina una aprensión más rica y envolvente, y así un conjunto de percepciones sincrónicas constituye mucho más que el registro de una imagen visual: constituye una imagen sensorial en el sentido vital del término.

Contemplar directamente un paisaje, es estar inmerso a él, no es lo mismo que verlo representado en un cuadro o en una fotografía. Asistir a un concierto, no es lo mismo que escuchar este mismo concierto en un disco. Presenciar la actuación directa de un actor, no es lo mismo que "visionarla" reproducida en video. Una cosa es "asistir" a las realidades, que se desarrollan como un continuo multivisional y otra cosa es reproducirla en fragmentos a través del simulacro de la imagen (con todo lo que la realidad vivida, en tanto que "acontecer" tiene del global e irreplicable, por

un lado; con todo lo que imagen recorta, congela y conserva de éste en este acontecer dinámico, por otro lado también lo que la imagen le añade).

"Las cosas" de la realidad se presentan así mismas, directamente en su identidad y en su corporalidad, sin intervención de mediadores técnicos. Las "imágenes de las cosas" las representan, siempre indirectamente, siempre parcialmente, por el intermediario de procedimientos técnicos: fotografía, sonografía, film y video.

La imagen visual, las ideas implícitas de sustitución, simulacro y fragmentación. Y en la medida de las cosas pasajeras, cambiantes o efímeras son aprehendidas en su apariencia sobre un soporte físico duradero -la imagen-, se implica también en las ideas de retención, fijación y conservación: es decir, la capacidad que tienen las imágenes de restituir indefinidamente a los sentidos, lo que ellos representan. La imagen simula, fija y conserva el instante, y en este sentido, la imagen -sobre todo gráfica y sonora- es "la memoria del mundo".

La realidad pues -nuestro entorno físico- no sólo está

hecho de "cosas" sino también de "imágenes".

Unas y otras configuran la realidad, y más hoy en las sociedades telecomunicadas están inmersas en un mundo de imágenes que nos llegan a distancia de todas partes y constituyen mucho más que un decorado, una parte fundamental de nuestra existencia, de nuestra cultura y de nuestra vida cotidiana.

Pero la realidad no es solamente el entorno físico que nos rodea, sino también el mundo imaginario que nos ocupa: las imágenes mentales.

Toda percepción de cosas e imágenes de cosas es susceptible de generar imágenes mentales, asociaciones de ideas, determinismos psicológicos que cristalizan en la conducta de los individuos.

En este sentido, las imágenes psicológicas o de la mente, son efecto de una serie de causas complejas: causas de percepción y causas de la imaginación.

esquemas orientan el comportamiento y determinan las reacciones, son imágenes mentales que filósofos y psicólogos han profundizado muy especialmente.

Podemos discernir si se quiere dos clases de imágenes mentales: en primer lugar las más elementales y superficiales que corresponden a la retención memorial de lo percibido en el entorno de una manera mayor o menor exacta o lo literal: lo que podemos llamar memoria visual -incluso fotográfica- y que se manifiesta en los actos de reconocer algo visto con anterioridad, recordar los detalles de las cosas ausentes, etc..

En segundo lugar, tenemos que referirnos a la capacidad que tiene la mente para imaginar, esto es: por producir imágenes.

Según Jean Paul Sartre (en su obra "Lo imaginario", Editorial Losada, Buenos Aires, 1971, pág. 76) define la imagen "como un acto que en su corporeidad trata de aprehender un objeto ausente o inexistente a través de un contenido físico o psíquico que no se da por sí, sino a título de <representante analógico> del objeto que se trata de aprehender".

Podemos decir que esta facultad de la mente corresponde a la parte reproductiva de la memoria y a la actividad constructiva de la imaginación: la ideación.

Las imágenes mentales son síntesis psicológicas de unas determinadas percepciones, situaciones, influencias, experiencias y vivencias son sedimentaciones de un conjunto de percepciones en desorden acumuladas en espacios variables de tiempo a lo largo de la línea de universo de los individuos. Estas imágenes mentales se constituyen como hemos dicho en patrones de conducta "estereotipos que influyen las preferencias las decisiones, los actos.

VOCABULARIO ESENCIAL DE LA IMAGEN

En principio podemos agrupar las diferentes clases de imágenes en tres grandes categorías:

- a).- Las imágenes visuales.*
- b).- Las imágenes mentales.*
- c).- Las imágenes y los mensajes aplicados a la comunicación*

a empresas y organizaciones.

Imagen visual: figura o forma material que reproduce las apariencias ópticas de las cosas de la realidad. Aunque la imagen -en el sentido platónico- es de naturaleza analógica o isomórfica (se parece a lo que representa) incluimos en el sentido amplio de imagen visual, figuras y formas no figurativas y abstractas (noción e iconocidad).

Imagen material: en psicofisiología es cualquier imagen percibida por los sentidos en el mundo exterior. Son formas con un alto grado de evocación de lo real. Estas imágenes son materiales porque existen en el mundo físico de los objetos ya que ellas mismas son indisolubles de su materialidad. (Entre las imágenes materiales las imágenes fijas poseen una característica perceptiva que conviene destacar: el hecho de que son registradas instantáneamente mientras que los mensajes secuenciales: sonoros audiovisuales requieren la intervención del elemento temporal para ser percibidos y comprendidos).

Imagen mental: en psicología imagen mental es el resultado en la imaginación y en la memoria de las percepciones

externas subjetivas por el individuo. Cuando las causas de cierta imagen mental -o estereotipo- posee un cierto impacto emocional una fuerte pregnancia psicológica o alta capacidad de implicación de individuo, deviene de patrones de conducta.

Imagen de empresa: es una clase específica de las imágenes mentales vinculada al aspecto institucional (la empresa como institución) y sobre todo al aspecto funcional de los productos y servicios que la empresa vende. La imagen de empresa es una representación mental de una serie de valores psicológicos atribuidos a ella como organización y transferidos a sus productos, sus servicios y su conducta.

Imagen de marca: representación mental de un determinado estilo de una empresa o de una organización transmitida especialmente a través de sus actividades de producción y de sus actividades comerciales; de sus productos y líneas de productos, servicios y publicidad.

Imagen de empresa o imagen de marca no son excluyentes una de otra y a menudo ambas coexisten -explícitamente o no- en los ámbitos institucionales y de su actuación comercial

alimentando la imagen del producto.

Imagen corporativa: es una imagen mental ligada a una corporación y a lo que ella representa especialmente por conducto de su identidad visual expresada por signos gráficos pero también de su comportamiento y sus actuaciones. La imagen corporativa abarca a la imagen de empresa y la imagen de marca, puesto que implica el conjunto de la empresa de sus producciones y actuaciones.

Imagen global: es una imagen mental especialmente fuerte y estable que ha sido generada por el conjunto coherente de todos los mensajes que la empresa emite en el espacio-tiempo. La imagen global se opone al fenómeno corriente de imágenes parciales o también heteroimágenes que se generan en la práctica, por ejemplo que es efecto de su notoriedad gracias a su presencia en los mass media; pero no poseen una identidad corporativa eficaz, o un estilo en los embalajes de sus productos o en la ambientación de sus oficinas (por ejemplo, en el caso de una compañía aérea internacional o de un banco).

2.2 SIGNIFICADO DEL DISEÑO.

Al iniciar el siguiente capítulo es importante mencionar, que el diseño gráfico es una parte importante de la comunicación del ser humano.

"Se llama diseño gráfico a la transformación de ideas y conceptos en una forma de orden estructural y visual. Es el arte de hacer libros y revistas, anuncios, envases o folletos". (Laing, John, "Haga usted mismo su diseño gráfico", pág. 9.)

El arte el significado del arte, la forma y la función del componente visual de la expresión y la comunicación han cambiado radicalmente en la era tecnológica sin que se haya producido una modificación correspondiente en la estética del arte. Mientras el carácter de las artes visuales y sus relaciones con la sociedad y la educación se han alterado espectacularmente, la estética del arte ha permanecido fija, anclándose anacrónicamente en la idea de la influencia fundamental para la comprensión y la conformación de cualquier nivel del mensaje visual debe basarse en inspiraciones no cerebrales. Aunque es cierto que toda información tanto de entrada como de salida pasa

en ambos extremos por una red de interpretaciones subjetivas esta consideración por sí sola haría de la inteligencia visual algo así como un árbol que cayera sin ruido en un bosque vacío. La expresión visual son muchas cosas en muchas circunstancias y para muchas personas. Es el producto de una inteligencia humana altamente compleja que desgraciadamente conocemos muy mal, para inaugurar un conocimiento más amplio de algunas características esenciales de esa inteligencia se propone examinar los elementos visuales básicos las estrategias y las técnicas visuales, las implicaciones psicológicas y fisiológicas de la composición creativa y la gama de medios y formatos que es posible incluir apropiadamente bajo el encabezamiento de artes y oficios visuales. Este proceso es el comienzo de una investigación racional y un análisis destinado a ensanchar la comprensión y el uso de la expresión visual

El cine, la televisión y las computadoras visuales son extensiones modernas de un diseño y un hacer que han sido históricamente una capacidad natural de todos los seres humanos y ahora parece haberse separado de la experiencia del hombre.

El lenguaje es, sencillamente un recurso comunicacional

con que cuenta el hombre de modo natural y ha evolucionado desde su forma primogénea hasta la lectura y la escritura. La misma evolución debe tener lugar con todas las capacidades humanas involucradas en la previsualización, la planificación, el diseño y la creación de visualización, la planificación, el diseño y la creación de objetos visuales desde la simple fabricación de herramientas y los oficios hasta la creación de símbolos y finalmente, la creación de imágenes.

Después de la imprenta las tendencias se aceleraron mucho y se produjo un desplazamiento de los medios auditivos a los medios visuales. Para que nos consideren verbalmente letrados hemos de aprender los componentes básicos de lenguaje escrito: las letras, las palabras, la ortografía, la gramática y la sintaxis. Lo expresable con estos pocos elementos de lenguaje, lectura y la escritura es realmente infinito. Una vez dominada la técnica cualquier individuo puede producir no solo una inacabable variedad, sino también un estilo personal. La disciplina estructural esta en la disciplina verbal. La imagen gráfica significa que todos los miembros de un grupo comparten el significado asignado a un cuerpo común de información. El aprendizaje debe actuar de alguna manera dentro de los límites.

No puede estar sometida a un control más rígido que la comunicación verbal. Sus fines son los mismos que los que motivaron el desarrollo del lenguaje escrito: construir un sistema básico para el aprendizaje la identificación y la creación y la comprensión de mensajes visuales que sean manejables por todo el mundo, y no solo por el personal adiestrado como el diseñador , el artista , el artesano o el esteta.

Visualizar es la capacidad de formar imágenes mentales. Recordamos un camino a través de las calles de la ciudad hacia cierto destino y seguimos mentalmente una ruta desde un lugar a otro contrastando claves visuales, rechazando, volviendo atrás y haciendo todo ello antes de que procedamos realmente al viaje. Todo ello en nuestra mente, pero de manera aún más misteriosa y mágica vemos, creamos la visión de cosas que nunca hemos visto físicamente, esa visión o previsualización va íntimamente ligada al salto creador, al síndrome de eureka como medio primario de resolver los problemas. Es este mismo proceso de darle vueltas a imágenes mentales en nuestra imaginación en que nos lleva muchas veces al punto de ruptura y a la resolución .

El lenguaje ha ocupado una posición única en el aprendizaje

humano. Ha funcionado como medio de almacenamiento y transmisión de la información como vehículo para el intercambio de ideas como medio para que la mente humana pudiera conceptualizar.

En primer lugar el lenguaje y la alfabetidad no son la misma cosa. Ser capaz de hablar un lenguaje es muy distinto de alcanzar la alfabetidad a través de la lectura y la escritura, aunque podemos aprender a entender y usar el lenguaje en ambos niveles operativos. Sólo el lenguaje hablado evoluciona espontáneamente.

La alfabetidad verbal, el leer y el escribir ha de aprenderse en cambio, mediante un proceso escalonado. Primero aprendemos un sistema de símbolos formas abstractas que representan determinados sonidos. Esos símbolos son nuestros ABC, el alfa y beta del lenguaje griego que ha dado el nombre a todo el grupo de sonidos, símbolos o letras del alfabeto.

En la confección de mensajes visuales el significado no estriba sólo en los efectos acumulativos de la disposición de los elementos básicos sino también en el mecanismo preceptivo que

comparte universalmente el organismo humano. Por decirlo con palabras más sencillas: creamos un diseño a partir de muchos colores contornos, texturas tonos y proporciones relativas. Interrelacionamos activamente esos elementos; y pretendemos un significado: el resultado es la proposición la intención del artista el fotógrafo o el diseñador. Un ver es el proceso de absorber información dentro del sistema nervioso a través de los ojos del sentido de la vista. Este proceso y esta capacidad es común a todas las personas en mayor o menor grado y encuentra su significancia en el significado compartido. Los dos pasos, el ver y el diseñar y/o la confección son interdependientes tanto para el significado e sentido general como para el mensaje de que se intente responder a una comunicación específica. Como es el caso que pretendemos en el presente trabajo. Entre el significado general, estado de ánimo o ambiente de la información visual y un mensaje específico y definido se interpone todavía otro campo del significado visual, la funcionalidad en aquellos objetos que son diseñados, realizados y manufacturados para servir a un propósito aunque pueda parecer que el mensaje de estas obras es secundario respecto a su viabilidad los hechos prueban lo contrario.

El proceso de composición es el paso más importante en la resolución del problema visual. Los resultados de las decisiones compositivas marcan el propósito y el significado de la declaración visual y tienen fuertes implicaciones sobre lo que recibe es espectador. En esta etapa vital del proceso creativo, es donde el comunicador visual ejerce el control más fuerte sobre su trabajo y donde tiene la mayor oportunidad para expresar el estado de ánimo total que se quiere transmita la obra.

El lenguaje, la sintaxis significa la disposición ordenada de una forma y una ordenación apropiadas. Se definen unas reglas y lo único que hemos de hacer es aprenderlas y usarlas inteligentemente. Pero en el contexto de la alfabetización visual, sintaxis sólo puede significar la disposición ordenada de partes y sigue en pie el problema de como abordar el proceso de composición con inteligencia y saber como afectaran las decisiones compositivas al resultado final, - existen reglas absolutas, sino cierto grado de comprensión de lo que ocurrirá en términos de significado si disponemos las partes de determinadas maneras para obtener una organización y una orquestación de los medios visuales. Muchos criterios para la comprensión del significado de la forma visual, del potencial sintáctico de la estructura en la

alfabetidad visual surgen de investigar el proceso de la percepción humana.

La mayoría de obras de diseño están también creadas que logran el éxito, gracias a la plena utilización visual y creativa del número de elementos del diseño. Todo elemento dentro de la imagen tiene una justificación.

En diseño de la imagen gráfica para la primera Reunión de Capacitación 1989, se trató de desarrollar un diseño que fuera sencillo y entendible para todos los miembros involucrados en dicha reunión, ya que algunos miembros que asistirían a esta reunión no tienen ninguna preparación visual, y deberá ser inteligible para todos ellos.

El significado de la imagen es de la siguiente manera:

A).- El número uno.

B).- Las iniciales en conjunto RC.

C).- La letra N y configuraciones de la República

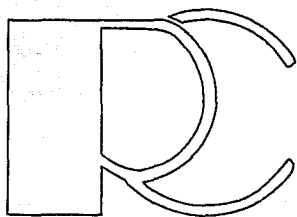
Mexicana.

D).- Imagen mazorca de maíz y hoja de maíz.

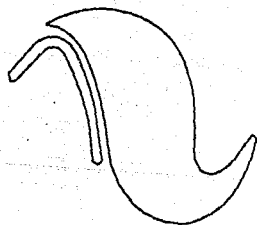
A).- El UNO: se tomó del significativo de la palabra primera, se eligió el elemento número UNO por tratarse de ser la primera reunión que se realizaba.



B).- Las iniciales en conjunto RC se integraron para significar las palabras Reunión y Capacitación. Esta integración fue diseñada pensando que la composición RC llevará un equilibrio armónico existiendo en ellas una interrelación, letra-letra.



©.- La palabra nacional se pensó en dos significados esenciales, el tomar la letra inicial de NACIONAL (N) y el significado de la palabra en esencia. La diversidad en el significado es sumamente variado, lo más apropiado en esta composición fue la de manejar la configuración de la República Mexicana (MEXICO), al principio partiremos de la forma real, y se desarrollará posteriormente a la geometrización de ésta y surgirá integrada a ella misma la letra N el significado figurado.

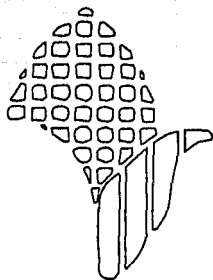


D).- El elemento primordial para la realización de esta composición será sin duda la utilización figurativa de una mazorca de maíz. Se pensó manejar este elemento por tener un gran significado en la población mexicana y ser México uno de los principales productores de maíz.

En la alimentación básica de todo mexicano es el maíz un elemento esencial. Desde la época prehispánica el maíz era un elemento importante en sus vidas, por lo anterior este elemento es una imagen muy arraigada a nuestro país y ser íntegro en la configuración de la República Mexicana y aprovechando el elemento secundario, localizado al lado derecho que acompaña a la mazorca, utilizando este elemento como la hoja de la mazorca, y realizando la integración República Mexicana, Mazorca y Hoja. (Cfr. Antiguas Representaciones del Maíz. Archivo General de la Nación).

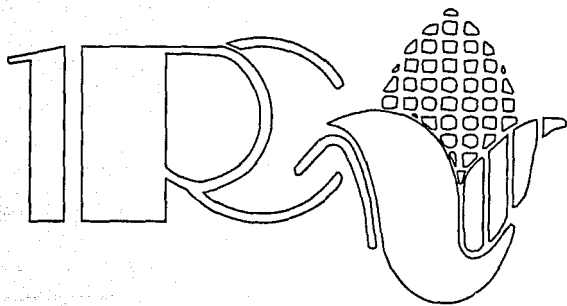
Para la representación de la mazorca se manejó pensando en una geometrización, la cual se realizó en los elementos de la mazorca en concreto a los granos, de lo cual se realizará una integración armoniosa entre el maíz, alimento básico de nuestro pueblo, la hoja en forma de República Mexicana, dando a

entender que es a nivel nacional.



La composición de la imagen gráfica se desarrollará creando una unidad armónica entre siglas-imagen.

Es un diseño que tiene simplicidad en cuanto a las iniciales, la complejidad se dará en el manejo de la mazorca, hojas y la configuración de la República Mexicana. La fragmentación se realizará en cuanto a la descomposición de los elementos mencionados anteriormente. Se manejará cierta exageración en cuanto a las imágenes mazorca-integración República Mexicana.



ELECCION DEL COLOR PARA LA IMAGEN GRAFICA.

Por lo que respecta al color que se utilizará para la imagen gráfica, lo haremos en base al criterio sustentado por el autor Peter J. Hayten (*El Color en la Publicidad y Artes Gráficas*, pág. 55) que dice "el color es utilizado para animar y aumentar el interés en el impreso, son pocos los casos en que el propósito se obtiene, pues, por lo general, aquél seleccionado y aplicado sin sentido alguno, arbitrariamente y en rápida improvisación, determinándose así un resultado inferior al que habría producido un tiraje en negro".

Se ha demostrado plenamente que nuestro físico percibe cualquier impulso o energía cromática y reacción en consecuencia. Aunque establecemos nuestro juicio sobre el color por el efecto que este produce en nuestras sensaciones.

Los colores pueden producir sensaciones y reflejos sensoriales de gran importancia, porque cada uno de ellos tiene una vibración determinada en nuestros sentidos y puede actuar como estimulante o perturbador en la emotividad, en la conciencia y en nuestros impulsos y deseos.

La publicidad estudia la potencia psíquica de los colores y aplica ésta como poderoso factor de atracción y seducción y para identificar sus mensajes, utilizan en la presentación de los productos aquel color que mejor sugiere el carácter y cualidad de aquéllos.

"El grupo de los colores cálidos: rojos, amarillos y amarillos-verdes produce un efecto alegre, vivo y caliente, siendo, a medida que se acerque al rojo, estimulantes y excitantes; el de los colores fríos: azules, azules-verdes y violetas, es tranquilo, sedante, silencioso y fresco y a medida que se acerca a azul, más fríos y

deprimentes.

Psicológicamente las sensaciones de los colores los cuales se utilizarán para la imagen gráfica son:

VERDE: nos da la sensación-vegetación, humedad, calma, frescura, esperanza; y nos sugiere primavera amistad, realidad y equilibrio.

AMARILLO: el significado psicológico en cuanto a este color es: luz, alegría, acción, oro, arrogancia, voluntad, poder, ciencia, espiritualidad y dinamismo.

El fin principal de los colores aplicados es con el fin de hacerles identificarse a los miembros de esta reunión con la imagen gráfica, utilizando el color más real al elemento principal, que en este caso se trata de la mazorca y las hojas de maíz que es lo que más se deberá resaltar en esta imagen, y con el fin esencial para la cual fue creada la reunión, que es la modernización del campo.

TRAZOS AUXILIARES

Los trazos auxiliares son las líneas con las que se forma cualquier composición gráfica y nos sirven de referencia para formar nuestra imagen.

En diseño gráfico existen varias teorías para lograr armonía y proporción en los elementos de una composición, como se trata en el caso de la Sección Aurea que se utilizó en la antigüedad para lograr una belleza estética en arquitectura, los diseñadores utilizan en la actualidad, en algunos casos, para lograr en sus diseños una composición armónica y matemática en sus elementos.

La construcción de nuestra imagen gráfica, es una composición informal, porque no se está dependiendo, ni se basa en cálculos matemáticos, sino utilizando un fin pragmático, realizando el acomodamiento visualmente pero creando un diseño semántico, en el cual se aplique unidad en cada uno de los elementos, para lograr una composición interesante y armoniosa.

La composición de la imagen de cada uno de sus elementos,

se manejará al tamaño que se ha propuesto, y en el lugar elegido (lado derecho), el tamaño de la mazorca se basó en esta ubicación por tratarse de una zona de mayor tensión, en esta imagen se maneja este elemento con cierta exageración, porque se desea captar la atención de los miembros, pero sin perder la unidad en cada uno de los elementos, de otra manera si se utilizara, el elemento mazorca con dimensiones más grandes, causaría a nuestra imagen un desequilibrio visual y perdería el equilibrio que tratamos de dar, y en consecuencia la armonía se anularía, en cuanto a la integración con los demás elementos. De ser más pequeña la mazorca se perdería nuestro fin principal, la de llamar la atención de los miembros de la reunión, y el diseño de nuestra imagen se anularía, visualmente sería desproporcionado en cuanto a la imagen gráfica.

2.3. FUNCIONALIDAD DEL DISEÑO.

En la actualidad el realizar un diseño implica que sea funcional y práctico, en especial nuestro trabajo, el cual llamaremos Imagen Gráfica, de la Primera Reunión Nacional de Capacitación 1989, organizada por la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos.

Es normal asociar la funcionalidad principalmente al *Diseño Contemporáneo*. Se trata de una metodología de diseño íntimamente ligada a consideraciones económicas y a la regla de utilidad. El advenimiento de la Revolución Industrial y el desarrollo tecnológico han unido la filosofía de los medios simples a la capacidad natural de la máquina, aunque esos medios simples hayan estado siempre a disposición de la manufactura. La diferencia fundamental entre otras aproximaciones estilístico-visuales y el estilo funcional es la búsqueda de belleza en las cualidades temáticas y expresivas de la estructura básica que hay en cualquier obra visual.

"Dentro de la estructura y el significado del estilo hay muchos más aspectos que los que pueden cubrirse refiriéndose solamente a las categorías o las técnicas que figuran extensamente en la formulación de esas categorías a efectos de función estética o aplicación práctica; la simplificación de los conceptos estilísticos o de las variantes técnicas, ayuda a la comprensión y el control de los medios visuales. Pero la simplificación no afecta a la complejidad del diseño el ejercicio de categorización es puramente arbitrario y el número de técnicas que aparecen en sus diversas variantes es infinito. Lo dicho aquí es solamente una primera

aproximación a los bastos recursos de nuestro vocabulario visual. Para la realización de nuestra imagen gráfica se debe tener un punto de partida apropiado y el conocimiento del carácter de todos los componentes de la comunicación visual que ofrece un medio para buscar métodos de diseño que garanticen una solución sensata". (Dondis D.A. La Sintaxis de la Imagen, p. 165).

Las razones básicas subyacentes para la creación, llámesele diseño, realización, construcción y manufactura de las numerosas formas de materiales visuales, las circunstancias son muchas unas veces claras y directas, otras multilaterales y superpuestas. El factor motivante principal es la respuesta a una necesidad, pero la gama de necesidades humanas cubre una área enorme. Pueden ser inmediatas y prácticas, guardar relación con asuntos de la vida diaria o preocuparse de necesidades más complejas como la expresión de un sentimiento o una idea.

Muchos objetos se piensan dentro del modo visual para glorificar o monumentalizar a un individuo o aun grupos a veces con un alcance monumental, otras y más a menudo con un fin modesto. Sin embargo, la mayor parte del material visual que se produce constituye sólo la respuesta a la necesidad de registrar,

preservar, reproducir o identificar personas, lugares, objetos o clase de datos visuales. Estos materiales son muy útiles para mostrar y enseñar, tanto formalmente, como informalmente. La última razón motivante y la de mayor alcance, es la utilización de todos los niveles de datos visuales para ampliar el proceso de la comunicación humana.

Las finalidades de los medios visuales se mezclan, interactúan y cambian con la complejidad de un caleidoscopio.

Para comprender los medios visuales es preciso que basemos nuestro conocimiento de los mismos en un criterio amplio. Las respuestas a por qué se proyectan y producen son fluidas y, por tanto, las preguntas también deben serlo. Tienen que probar el carácter de cada medio, su función o sus niveles de función, su adecuación, su constitución natural y finalmente su historia y su manera de servir a necesidades sociales.

El desarrollar una imagen gráfica como ocurrirá en nuestro trabajo al inicio será compleja porque se deberá seguir algunos lineamientos específicos que la misma dependencia impone al Departamento de Diseño CAIYDE: la imagen deberá ser una

imagen, que un grupo específico de personas deberá identificarse con estos miembros y crear en ellos una atracción sobre esta imagen gráfica. Será novedosa y creativa siendo un distintivo para dicha reunión.

RESTRICCIÓN DEL COLOR

La dependencia nos impone como un máximo de impresiones en color tres tintas y como mínimo dos tintas, se podrá utilizar el sistema de tramado utilizando un color en degradación para darle otra posibilidad de color al diseño.

TIEMPO DE REALIZACIÓN

La Secretaría designó un tiempo de realización para la elaboración de este proyecto, este tiempo es de tres meses en el cual se tendrá que entregar el diseño de la Imagen Gráfica y sus respectivas aplicaciones, siendo las siguientes:

- *Invitación.*
- *Hoja Carta.*

- Personificadores.
- Gafete.
- Folder.
- Memoria.
- Reconocimiento.
- Diploma.
- Cartel.

ELEMENTOS PARA LA REALIZACION DE LA IMAGEN GRAFICA

Los elementos se han elegido respecto a la idea de distinguir esta Primera Reunión Nacional de Capacitación 1989; algo muy importante es integrar algunos elementos representativos a dicha reunión, además de que en este año la producción de maíz fue la más elevada de los últimos años y por ser la base alimenticia

de los mexicanos, desde la antigüedad en nuestro País.

El trabajo realizado con este elemento será primordial en este diseño, debido a que se identificará por la población en general, pero principalmente por los integrantes que asistirán a esta reunión.

Otro elemento de la Imagen Gráfica será la configuración de la República Mexicana, la cual nace tomando forma la letra "N" dando el significado de Nacional.

El siguiente elemento será el número uno, el que dará el significado de ser la primera reunión, siendo este elemento apreciable inmediatamente y entendible para los miembros de esta reunión.

En cuanto a la integración de las letras "R y C", se tratará de dar el significado de la reunión y capacitación, palabras asociadas íntimamente con ellas.

Es así como el diseño, cumplirá con la necesidad de los requerimientos para la imagen gráfica, logrando cumplir el

objetivo establecido, el cual es ser novedoso, atractivo y actual.

"La primacía de la idea, unánimemente admitida, lleva a que consideremos la imagen como un hecho psíquico de segundo orden cuyo papel en la vida mental se halla normalmente subordinada a la actividad intelectual". (Cfr. Victoroff, David. La Publicidad y la Imagen. Barcelona, España).

La importancia de un Diseño Gráfico y su funcionalidad depende de la elaboración de éste, ya que no se trata de un sólo adorno, sino que trata de comunicar algo a determinado grupo de personas, es decir, que cumpla con una función específica para lo que fue diseñada.

Según Murphy/Rowe, Michael, (en su obra: Cómo diseñar marcas y logotipos, p. 8) nos dice "las marcas comerciales y los logotipos son algo más que simples palabras o imágenes

- *Identifican un producto, un servicio o una organización.*

- *Lo diferencian de otros.*
- *Comunican información acerca del origen, el valor, la calidad.*
- *Añaden valor, al menos en la mayor parte de los casos.*
- *Representan, potencialmente haberes valiosos.*
- *Constituyen propiedades legales importantes”.*

CAPITULO III

REALIZACION DEL DISEÑO

3.1 BOCETO

3.2 ELECCION DEL BOCETO

3.3 ORIGINAL

3.4 TRAZOS AUXILIARES

3.5 RESTRICCIÓN DE AREAS Y
DIMENSIONES GENERALES

3.6 RETÍCULA DE REPRODUCCIÓN

3.7 PRUEBAS DE COLOR

3.7.1. PREPARACION DE COLOR

3.8 PRUEBAS DE BLANCO Y NEGRO

3.9 TIPOGRAFIA TEXTO DE IMAGEN

3.9.1 INTEGRACION DE LA TIPOGRAFIA AL TEXTO

3.10 INTEGRACION DE LA IMAGEN AL TEXTO

3.11 TEXTURA

3.12 TIPOGRAFIA DEL SLOGAN

3.12.1 INTEGRACION DE LA TIPOGRAFIA AL SLOGAN

REALIZACION DEL DISEÑO

3.1 BOCETOS

En este primer inciso trataremos la imagen gráfica a nivel boceto.

Varios autores definen el boceto como los primeros trazos que se realizan a mano alzada, para concebir la idea principal de la imagen gráfica.

Estos bocetos se realizaron en el Departamento de Diseño de CAPYDE (Dirección de Capacitación y Desarrollo).

En la realización de estos bocetos se utilizaron cuatro elementos que son fundamentales en esta imagen gráfica.

A) Se utilizará una composición de las iniciales de "La Primera Reunión Nacional de Capacitación".

Primera
Reunión
Nacional de
Capacitación

B) Imagen del Maíz

C) Hojas del Maíz

D) Configuración de la República Mexicana.

Estos elementos como se mencionó anteriormente son indispensables para la elaboración de esta imagen.

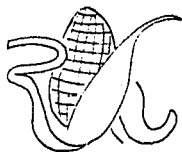
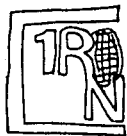
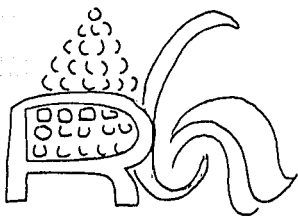
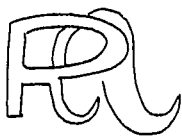
1RC

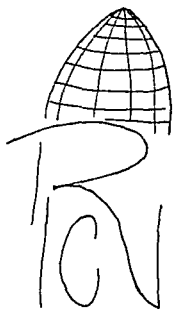
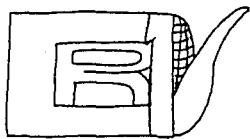
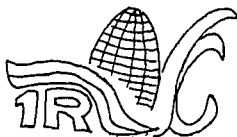
1RC

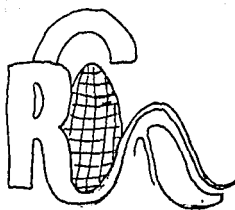
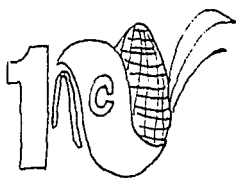
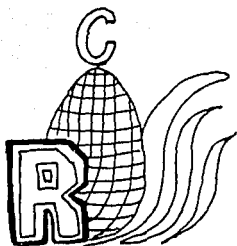
RC

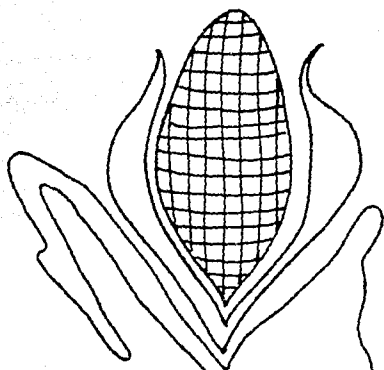
1RC

1RC

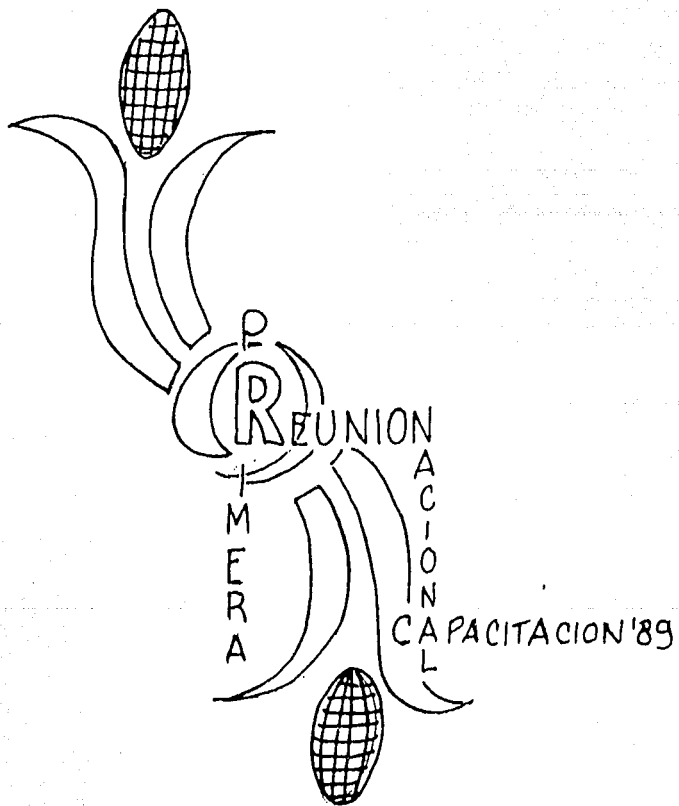








REUNION
NACIONAL
DE
CAPACITACION
1989.







5/4

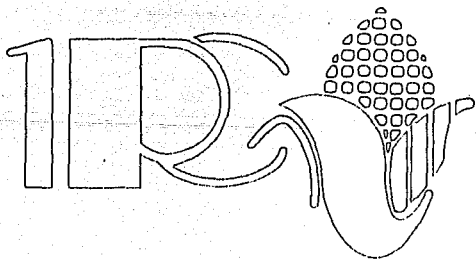
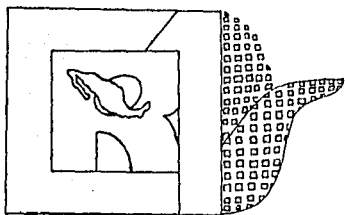
No Hay Hoja

$\frac{73}{2}$

3.2 ELECCION DEL BOCETO

Los bocetos fueron vistos por las autoridades de CAPYDE (Dirección de Capacitación y Desarrollo), quienes se encargaron de elegir el boceto que cumplía con los requerimientos necesarios para la imagen gráfica.

Aquí se presentan dos bocetos de los cuales se eligió el último, con el que se empieza a trabajar para llegar al original.



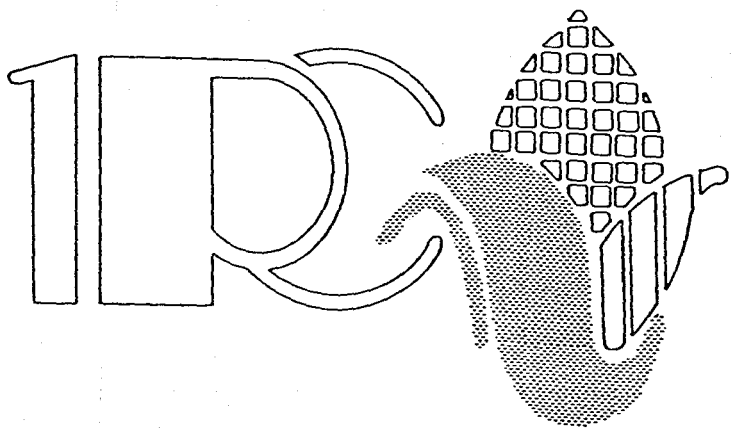
3.3 ORIGINAL

En este inciso se presenta el original de la imagen gráfica de la Primera Reunión Nacional de Capacitación.

Con el original terminado se desarrollarán los lineamientos necesarios para el correcto uso de la imagen gráfica.

Clamaremos original a la imagen de la cual partiremos para realizar nuestro diseño.

4

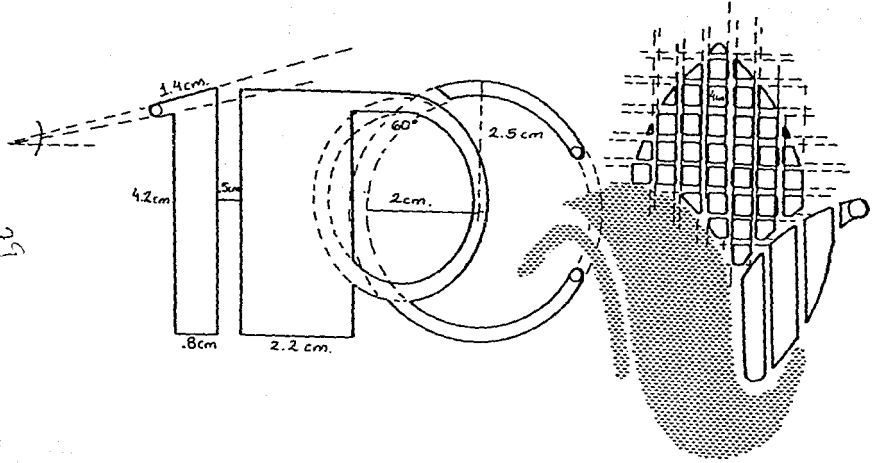


3.4 TRAZOS AUXILIARES

El trazo correcto del logotipo será un aspecto fundamental en el desarrollo y aplicación de éste, por ello, sugerimos observar con atención la figura que se encuentra en la siguiente página.

Las dimensiones y proporciones indicadas aumentarán o disminuirán proporcionalmente, dependiendo del tamaño al que se requiere reproducir.

66



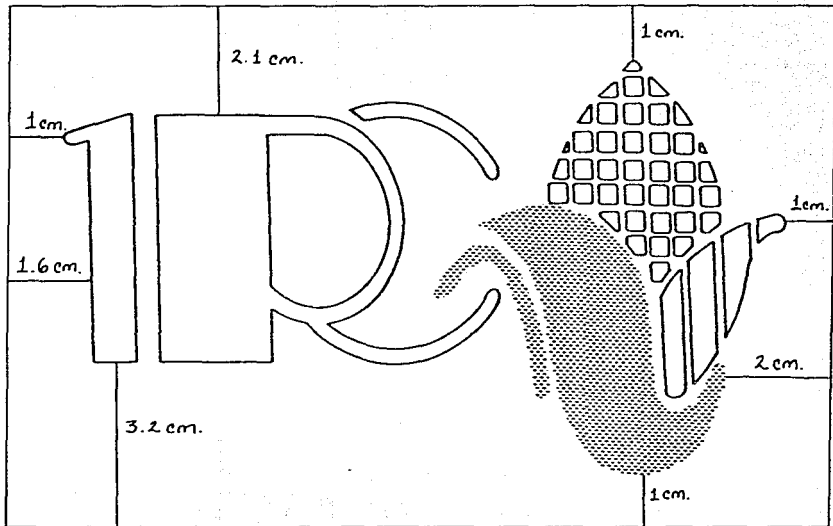
3.5 RESTRICCIÓN DE ÁREAS Y DIMENSIONES GENERALES

En este punto se darán las especificaciones para la restricción de áreas.

En la imagen gráfica se muestra claramente con un margen el espacio imaginario descrito como el área de restricción.

Esto se realizó con el fin de que no se permita rebasar esta área para que la imagen gráfica sea apreciada claramente.

18

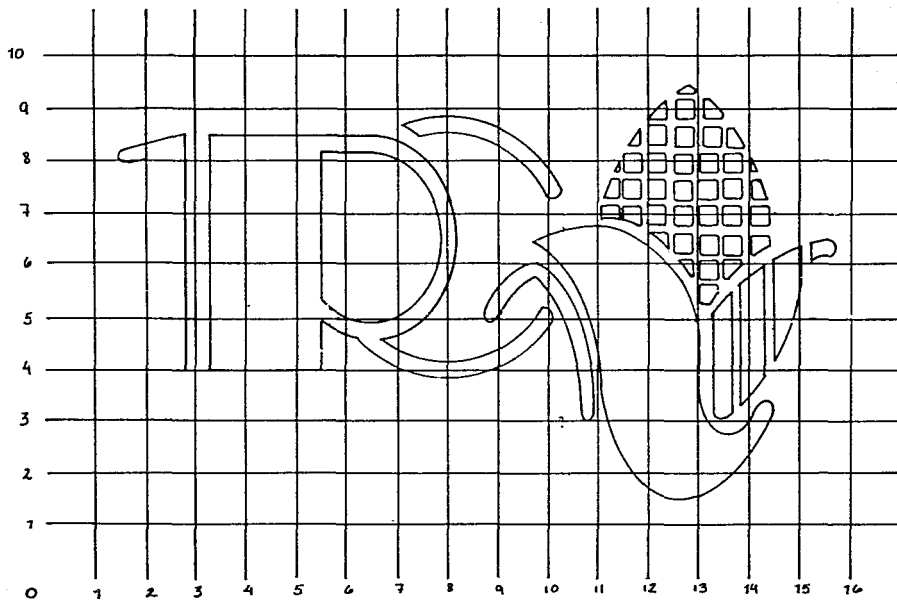


3.6 RETICULA DE REPRODUCCION

En esta página se anexa el sistema de retícula que facilita el trazo para la reproducción de la imagen gráfica.

Se recomienda seguir estas instrucciones para lograr una lectura y reproducción correcta de la imagen.

93



3.7 PRUEBAS DE COLOR.

Se utilizará para el sistema cromático de la imagen gráfica los siguientes colores:

Verde 368 C Pantone

Verde 368 C Pantone (Pantalla) al 40%

Amarillo Pantone Yellow C

Como se muestra en la siguiente gráfica.

Es necesario seguir estrictamente estas normas para obtener uniformidad y claridad en todas las aplicaciones presentes y futuras.



3.7.1 Color para la Imagen Gráfica

En este punto se aplicará el porcentaje de color utilizado y las partes como fueron separadas y preparadas cada una de ellas para llevar a cabo las pruebas de color correspondientes

| | |
|---|--|
| Letra y número | 368 C Pantone verde |
| Hojas de maíz lado derecho | 368 C Pantone verde |
| Mazorca | Amarillo Pantone Yellow C |
| Configuración de la Republica Mexicana | 368 C Pantone verde con pantalla al 40% |
| Tipografía | Pantone Black C (plasta) |
| Slogan | 368 C Pantone verde |

3.8 PRUEBAS DE BLANCO Y NEGRO

En caso de no tener la posibilidad de aplicar el sistema cromático en la imagen gráfica, se deberá aplicar el sistema de pantalla de la siguiente manera:

El color verde oscuro o plasta negra

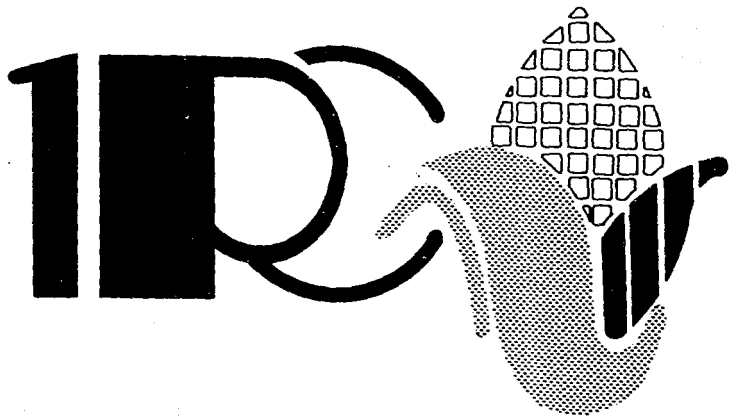
El verde claro en pantalla al 60% negro

El amarillo

SUGERENCIAS DE APLICACION

Para esta variante se recomienda su aplicación en impresos blanco y negro, para prensa, periódicos y volantes a una sola tinta.

82



3.9 TIPOGRAFIA TEXTO DE LA IMAGEN GRAFICA.

La tipografía elegida por el Departamento de Diseño de CAPNDE, es la que pertenece a la familia de Broadway de la marca Letraset.

Aquí se presenta el abecedario para su conocimiento en diferentes puntajes.

FAMILIA BROADWAY LETRASET

| NUMERO | PUNTAJE | ALTURA |
|--------|---------|--------------------|
| 2393 | 72 pt. | 19.7 mm Mayúscula |
| 2394 | 72 pt. | 19.7 mm Minúscula |
| 2395 | 48 pt. | 12.7 mm Mayúscula |
| 2396 | 48 pt. | 12.7 mm Minúscula |
| 2397 | 36 pt. | 9.5 mm May. y Min. |

Broadway

ABCDEFGHIJK
LMNOPQRSTU
VWXYZabcde
fghijklmnopq
rstuvwxyz 12
34567890&!@#
£\$%&'()*

Broadway ATF

E1

2393
22pt
19 Lines ●○

a

2394
22pt
19 Lines ●○

E1

2395
28pt
12 Lines ●○

a

2396
48pt
12 Lines ●○

Ea1

2397
36pt
11 Lines ●○

Ea1

4091
30pt
8 Lines ●○

3.9.1 Integración de la Tipografía al Texto

En este punto nos avocaremos a la integración de la tipografía al texto.

La composición será horizontal en el plano, en ésta se han dado medidas universales, las cuales nos darán referencia para realizar la integración correcta y serán:

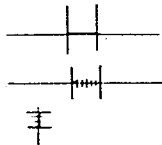
1/4 de unidad se tomará como la altura de la tipografía a usar y de aquí se partirá para la separación, palabra por palabra, la cual corresponderá a la unidad, estando compuesta por seis partes tomando como referencia la altura de la tipografía.

A partir de estos datos la separación Letra-letra corresponderá a 1/6 de unidad.

Estas referencias servirán para una uniformidad en cuanto a la integración de la tipografía del texto.

Primera Reunión Nacional de Capacitación 1989

PROPORCIONES DE REFERENCIA



UNIDAD: SEPARACION PALABRA-PALABRA

1/6 DE UNIDAD: SEPARACION LETRA-LETRA

1/4 DE UNIDAD: ALTURA DE LA LETRA

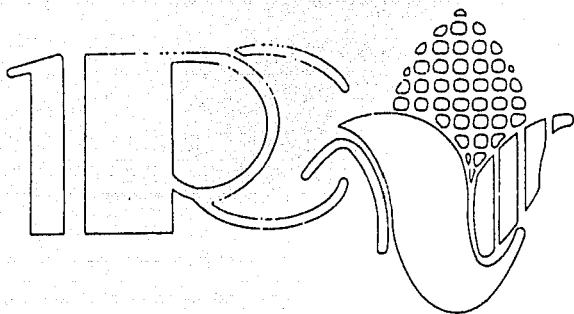
INTEGRACION DE LA TIPOGRAFIA A EL TEXTO (COMPOSICION HORIZONTAL)

3.10 INTEGRACION IMAGEN TEXTO

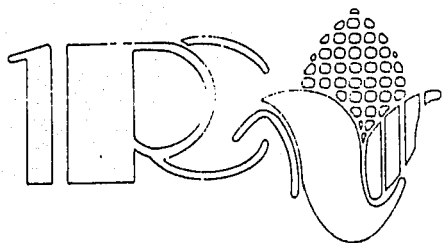
En este punto se establecerá la composición de la imagen gráfica con el texto "Primera Reunión Nacional de Capacitación 1989".

No existen cánones para esta composición, ya que se hará de acuerdo a los requerimientos necesarios para la imagen.

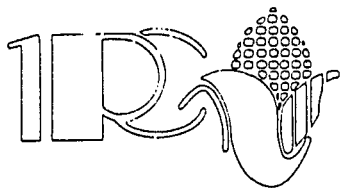
El tamaño se adecua de igual forma.



Primera Reunión Nacional de Capacitación 1982



Primera Reunión Nacional de Capacitación 1982



Primera Reunión Nacional de Capacitación 1982

3.11 TEXTURA DE LA IMAGEN GRAFICA

En esta página se muestra una textura lograda por un agrupamiento de imágenes de la imagen gráfica.

A continuación se presentan tres diferentes maneras de aplicación de la textura.

AGRUPAMIENTO No. 1

Verde 368 © Pantone Letras y número, hojas
de maíz del lado derecho.

Verde 368 © Pantone Configuración de la
Pantalla al 40% República Mexicana.

Amarillo Pantone Yellow © Granos de maíz,
mazorca.

AGRUPAMIENTO No. 2

El sistema de pantallas en esta aplicación se deberá usar de la siguiente manera:

Letras, número y hojas de maíz del lado derecho:

Plasta negra.

Configuración de la República Mexicana:

Pantalla 60% Negro.

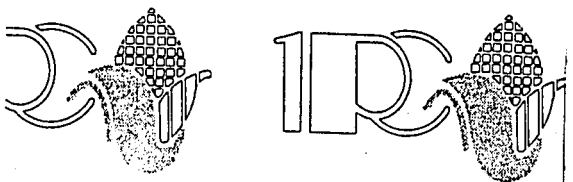
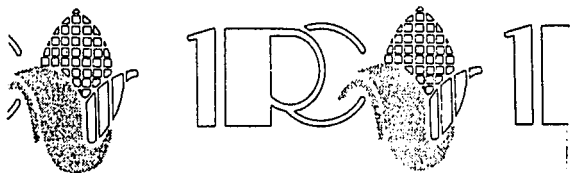
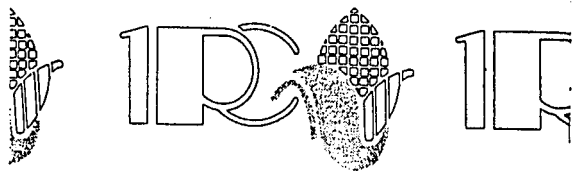
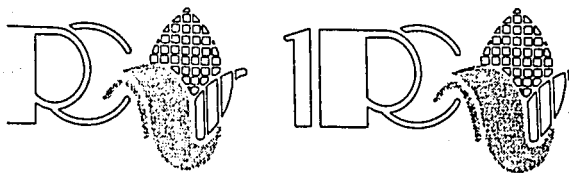
Granos de maíz de Mazorca:

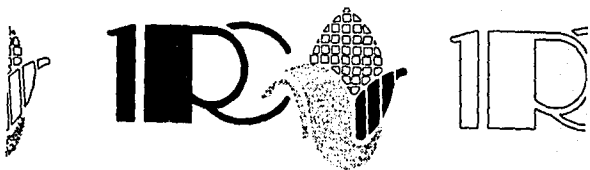
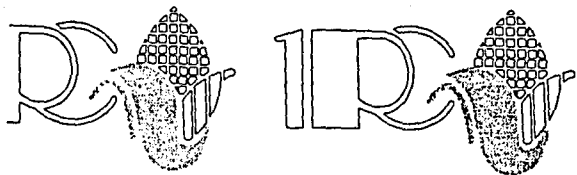
Pantalla al 40% negro.

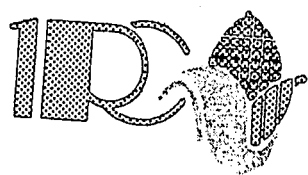
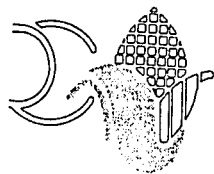
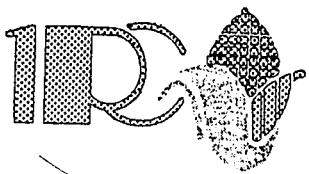
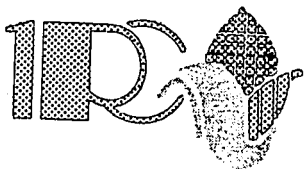
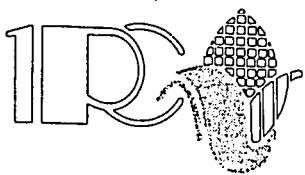
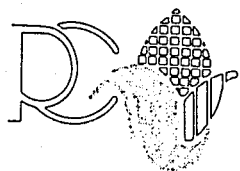
AGRUPAMIENTO No. 3

En esta aplicación se podrá usar una pantalla al 10% de negro general para lograr un efecto sólo de fondo o sello de agua.

En las tres formas de agrupaciones la tipografía deberá de ir en plasta negra en cualquiera de ellas.







3.12 TIPOGRAFIA PARA EL SLOGAN DE LA PRIMERA REUNION NACIONAL DE CAPACITACION 1989

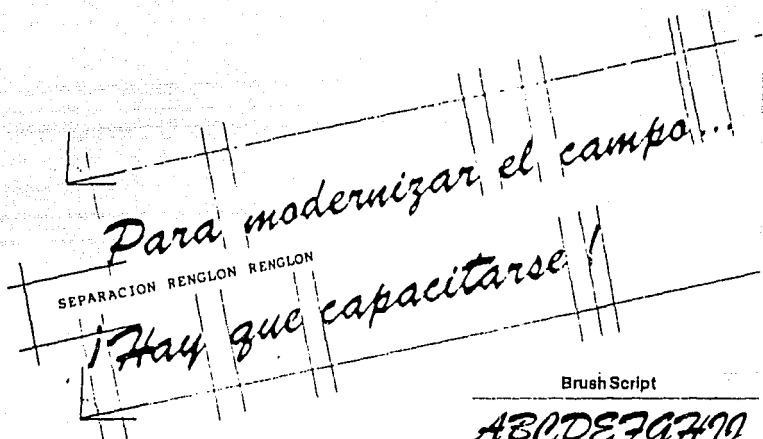
Cuando se realiza una reunión en la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, la Dirección que se encarga de organizarla (en este caso la Dirección de Capacitación y Desarrollo), tiene que buscar una frase que vaya de acuerdo con lo que se va a tratar, pero de manera breve, a fin que sea un slogan atractivo tanto visualmente como en su contenido. Por ende el slogan deberá ser construido pensando en el objetivo principal de la reunión.

En el departamento de CAMDE se realizaron varios slogans de los cuales quedó el siguiente:

Para modernizar el campo. . . .
¡Hay que capacitarse!

"Hay medios de comunicación ajenos a la impresión que pueden condicionar los reflejos de nuestros lectores. Los hombres comunes se sienten cada vez menos inclinados a leer textos; están para observar imágenes y leer encabezados cortos, agudos"

(Según John Lewis en "Principios Básicos de Tipografía", pág. 70).



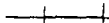
PROPORCIONES DE REFERENCIA



AL.TURA MAYUSCULA: UNIDAD



AL.TURAMINUSCULA: 1/2 UNIDAD



INCLINACION DE LA COLOCACION



TIPOGRAFIA 67'-68'

Brush Script

ABCDEFGHIJKLMN
 OPQRSTUVWXYZ
 a b c d e f g h i j k l m n o p
 q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5
 6 7 8 9 0 & B L \$? ! () , ;

Brush Script ATF

Ea1 Ea1 Ea1 Ea1

222 218 218 209
 80pt 80pt 80pt 80pt
 20 1/2" 20 1/2" 20 1/2" 20 1/2"

3.12.1 Integración de la Tipografía al Slogan

Para la integración de la tipografía al slogan se manejará una inclinación de aproximadamente de 67o a 68o sobre un eje horizontal.

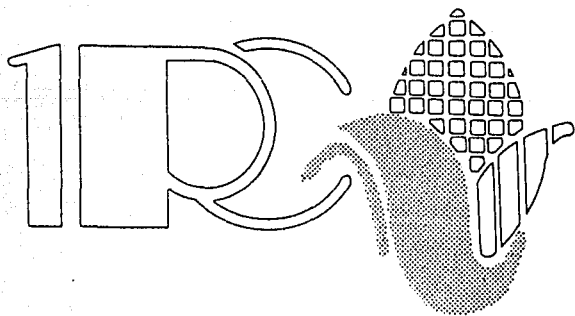
Se manejarán dos renglones: en el primero se iniciará con mayúscula para continuar con minúscula hasta terminar con puntos suspensivos, en el segundo renglón se manejará el signo de admiración e iniciará la primera palabra con mayúscula y a continuación con minúscula, terminando con signo de admiración.

La construcción del slogan se llevará a cabo de la siguiente manera:

Se tomará como medida universal (unidad) la altura de la tipografía en mayúscula, la separación entre palabra será la altura de la tipografía en minúscula y corresponde a 1/2 unidad, el espacio que quedará libre entre el primer renglón y el segundo renglón deberá ser de 1 1/2 unidad. Al inicio de cada renglón deberá de iniciarse de la izquierda hacia la derecha.

Estos lineamientos se deberán manejar en la integración para tener uniformidad constante.

*Para modernizar el campo...
¡Hay que capacitarse!*



CAPITULO IV

APLICACIONES

4.1 INVITACION

4.2 HOJA CARTA

4.3 PERSONIFICADORES

4.4 SAFETE

4.5 FOLDER

4.6 MEMORIA

4.7 RECONOCIMIENTO

4.8 CARTEL

APLICACIONES

En este capítulo se hablará de las aplicaciones de la imagen diseñada para la Primera Reunión Nacional de Capacitación 1989.

En este diseño se realizaron una serie de aplicaciones para identificar a esta reunión. En estas aplicaciones será parte fundamental la integración de varios elementos importantes.

IMAGEN GRAFICA: la cual podrá utilizar la tipografía elaborada para ésta o sin ella, se sugiere que se aplique el color, se integra el logotipo de la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos con su tipografía anexa y se utilizará en color o negro según se elija.

El logotipo de la Dirección de Capacitación y Desarrollo (CADYDE), se podrá integrar a las aplicaciones, se utilizará

No Hay Hoja

107
5

de preferencia el color negro.

El slogan "Para modernizar el campo... ¡Hay que capacitarse!", se integrará y el color para utilizarse será el verde 368 C Pantone, y verde 368 C Pantone Pantalla al 40%, en su defecto negro.

En la utilización de un texto no especificado, se utilizará alguna de las tipografías de la familia Univers 45, 55, 65, 75, 46, 56, 66, 76 ó 58.

Hay que aclarar que las aplicaciones no están hechas por la misma persona, sino que, una vez elegida la imagen gráfica, se repartió el trabajo al equipo de CAMIDE donde se trabajó por separado debido a la premura del tiempo.

4.1 INVITACION

21.5 x 28 cms.

Hacer doblez por línea punteada.

Cartulina lino vellum

Tres tintas: Verde 368 © Pantone
Verde 368 © Pantone pantalla al
40%
Amarillo Pantone Yellow ©
Negro Pantone Black ©.

Offset



*Para modernizar el campo...
¡Hay que capacitarse!*



SECRETARIA DE AGRICULTURA
Y RECURSOS HIDRAULICOS



Invitación



Primera Reunión Nacional de Capacitación
TLAXCALA MEXICO

1969.

110

4.2 HOJA CARTA

21.5 x 28 cms.

Papel Bond 90 grs.

Tres tintas: Verde 368 © Pantone
Verde 368 © Pantone pantalla al
40%
Amarillo Pantone Yellow ©
Negro Pantone Black ©

Offset



I^{ra} Primera Reunión Nacional de Capacitación 1989

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL
1989

4.3 PERSONIFICADORES

15.5 x 21.5 cms. Pieza para doblar y pegar

Cartulina bristol

Tres tintas: Verde 368 C Pantone
Verde 368 C Pantone pantalla al
40%
Amarillo Pantone Yellow C
Negro Pantone Black C

Offset

+

+



INEGI



COPPE

+



INR

+

114

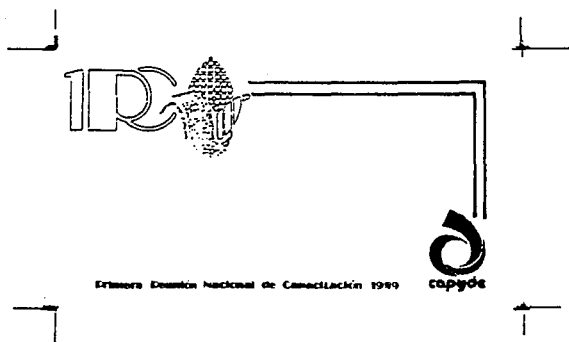
4.4 SAFETE

9 x 6.5 cms.

Cartulina bristol

Tres tintas: Verde 368 © Pantone
Verde 368 © Pantone pantalla al
40%
Amarillo Pantone Yellow ©
Negro Pantone Black ©

Offset



4.5 FOLDER

46 x 35 cms.

Hacer doblez por línea punteada

Calar cuerpo de maíz zona remarcada

Cartulina couché brillante 1 cara

Tres tintas: Verde 368 © Pantone
Verde 368 © Pantone pantalla al
40%
Amarillo Pantone Yellow ©
Negro Pantone Black ©

Offset



SECRETARÍA DE AGRICULTURA
Y RECURSOS HIDRÁULICOS

SARH

*Para modernizar el campo...
¡Hay que capacitarse!*



Primer Reunión Nacional de Capacitación 1989

4.6 MEMORIA

21.5 x 28 cms. Portada

Cartulina couché brillante 1 cara

Tres tintas: Verde 368 © Pantone
Verde 368 © Pantone pantalla al
40%
Amarillo Pantone Yellow ©
Negro Pantone Black ©

Offset

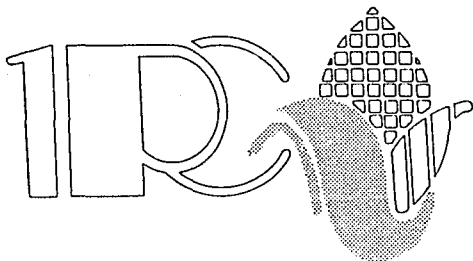


SECRETARIA DE AGRICULTURA
Y RECURSOS HIDRAULICOS



*Para modernizar el campo...
¡Hay que capacitarse!*

MEMORIA



Primera Reunión Nacional de Capacitación 1989

TLAXCALA MEXICO

NOVIEMBRE 22-23-24

119

4.7 RECONOCIMIENTO

41 x 27.5 cms.

Cartulina pergamino

Tres tintas: Verde 368 © Pantone
Verde 368 © Pantone pantalla al
40%
Amarillo Pantone Yellow ©
Negro Pantone Black ©

Serigrafía



SECRETARIA DE AGRICULTURA Y RECURSOS HIDRAULICOS



*Por su valiosa participación como
conferencista en la Primera Reunión Nacional
de Capacitación 1989*

Otorga el presente

RECONOCIMIENTO

a

121

EL C OFICIAL MAYOR DE LA S A R H

Primera Reunión Nacional de Capacitación 1989

Lic Jorge Aguilera Noriega

4.8 CARTEL

32 x 45 cms.

Cartulina bristol

Tres tintas: Verde 368 © Pantone
Verde 368 © Pantone pantalla al
40%
Amarillo Pantone Yellow ©
Negro Pantone Black ©

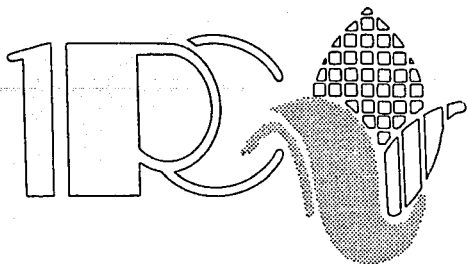
Offset



SECRETARIA DE AGRICULTURA
Y RECURSOS HIDRAULICOS



*Para modernizar el campo...
¡Hay que capacitarse!*



Primera Reunión Nacional de Capacitación 1989

TLAXCALA MEXICO

NOVIEMBRE 22-23-24

123

124

CONCLUSIONES

Si marcar equivale a poner de manifiesto una identidad de propiedad y autoría con fines pragmáticos de información o de comunicación, comprende que las organizaciones sociales, que son por naturaleza y estructuralmente complejas, discontinuas y que funden su unidad interna en los sistemas exclusivamente de relaciones, las empresas e instituciones de toda clase: ideológicas, culturales, industriales, comerciales, etc., utilicen marcas o distintivos gráficos para simbolizar su unidad, su unicidad, externamente y que éstos lleguen a convertirse en referentes que alcanzan un lugar en la memoria social y con valores de cambio (garantía de autenticidad, de seguridad, de origen), de status.

En ese aspecto, la imagen gráfica logró su objetivo pues unificó a un grupo de personas de diferentes partes de la República Mexicana, aunque por otro lado, hay que reconocer que hubo ciertos problemas para su realización; en cuanto a la

elección de la imagen gráfica, se ignoran los criterios que las autoridades siguieron para dicha elección. Otro problema que se tuvo fue con el material, pues el encargado de distribuirlo, nos manda por ejemplo, la cartulina bristol cortada a 32 x 45 cms., cuando se le pidió de 50 x 70 cms. Por otro lado la falta de tiempo para su realización, impidió que el equipo de diseño se retroalimentara y cada quien aplicó la imagen gráfica, en distintas formas y lugares, provocando cierto desorden visual.

De cualquier forma, fue una experiencia muy enriquecedora, ya que la imagen gráfica diseñada cumplió con todos y cada uno de los requisitos indispensables y necesarios para ser la imagen que dio distintivo a la Primera Reunión Nacional de Capacitación 1989, la cual tuvo su sede en la Ciudad de Tlaxcala, con la cual se identificaron sus participantes.

BIBLIOGRAFIA

ARCHIVO GENERAL DE LA NACION. *Antiguas Representaciones del Matz*, 1a. edición, México, 1982.

CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS. *Concordada bajo la Dirección de Ignacio Orihuela*, Edit. Harla, 1a. edición, México, 1987.

COSTA, Joan. *Imagen Global*. Edit. Ceac, 2a. edición Barcelona, España, 1989.

COSTA, Joan. *Señalética*. Edit. Ceac. Barcelona, España, 1987.

CHAVEZ, Norberto. *La imagen Corporativa* Edit. G.

Gili, 3a. edición, Barcelona, España, 1988.

DONDIS, D. A. *La sintaxis de la imagen*. Edit. G.
Gili, 8va. edición, Barcelona, España, 1990.

HAYTEN, Peter J. *El Color en Publicidad Artes Gráficas*.
Edit. Leda, 1a. edición, Barcelona, España, 1978.

LAINS, John. *Haga Usted Mismo su Diseño Gráfico*. Edit.
Hermann Blume, Madrid, España, 1992.

LEY ORGANICA DE LA ADMINISTRACION
PUBLICA FEDERAL. *Leyes y Códigos de México*.
Edit. Porrúa, 25ava. edición. México, 1991.

LEWIS, John. *Principios Básicos de Tipografía*. Edit.
Trillas, 3a. reimpresión. México, 1991.

MURPHY, John. *Como Diseñar Marcas y Logotipos*.
Edit. Bosch, 3a. edición. Madrid, España, 1984.

SALINAS De Gortari, Carlos. *El Reto*. Edit. Diana,

México, 1988.

SARTRE, Jean Paul. *Lo Imaginario*. Edit. Posada.
Buenos Aires, Argentina, 1971.

VICTOROFF, David. *La Publicidad y la Imagen*. Edit.
G. Gili, 5a. edición, Barcelona, España, 1980.

WONG, Wucius. *Principios del Diseño en Color*. Edit.
G. Gili, Barcelona, España, 1980.