

878531
3
2ej

UNIVERSIDAD NUEVO MUNDO

ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO
CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO



ELEMENTOS DE LOS SELLOS DEL ANTIGUO MEXICO,
APLICADOS A UNA SEÑALIZACION CONTEMPORANEA
PARA EL PARQUE ESTADO DE MEXICO NAUCALLI.

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO
P R E S E N T A:

BEATRIZ GARCIA OLAVARRIETA

DIRECTOR DE TESIS: LIC. D.G. LILIA BETANZOS HERNANDEZ

MEXICO, D.F.

1993

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



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.

REUNION
FASCINANTE
DE SIGNOS
Y SEÑALES
ANIMADOS
POR EL
SALUDABLE
PROPOSITO
DE COMPONER
DESCOMPONIENDO
LA REALIDAD.

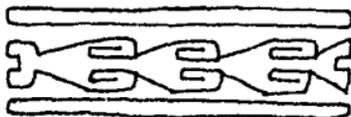
(Anónimo)

INDICE

Introducción

I Antecedentes

- | | | |
|-------|---|----|
| 1.1 | Parque Estado de México Naucalli. | 2 |
| 1.1.1 | Metas y objetivos de Naucalli. | 3 |
| 1.1.2 | Aspectos legales de Naucalli. | 4 |
| 1.1.3 | Antecedentes de otros parques y áreas culturales. | 9 |
| 1.2 | Servicios y eventos que ofrece el Parque al público. | 12 |
| 1.2.1 | Actividades del público dentro del parque. | 13 |
| 1.2.2 | Análisis cualitativo y cuantitativo del público en el parque. | 13 |



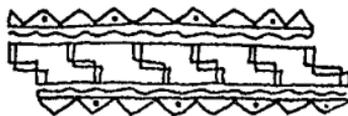
II Problemática Parque-usuario.

- | | | |
|-----|--|----|
| 2.1 | Problemática del parque. | 15 |
| 2.2 | Problemática del usuario. | 15 |
| 2.3 | Confrontación Parque-usuario. | 16 |
| 2.4 | Características de una imagen adecuada. (Hipótesis). | 16 |

III Antecedentes gráficos históricos.

- | | | |
|-------|--|----|
| 3.1 | El fenómeno del arte en el marco de la sociedad y la cultura. | 18 |
| 3.2 | Significado Naucalli. | 21 |
| 3.3 | Los "sellos" o "pintaderas" del antiguo México. | |
| 3.3.1 | Antecedentes | 22 |
| 3.3.2 | Función de los "sellos" y formas de reproducción. | 23 |
| 3.3.3 | Sus formas y tamaños. | 25 |
| 3.3.4 | Distribución geográfica. | 26 |
| 3.3.5 | Ejemplos de "sellos" y selección de "sellos" para el proyecto. | 27 |
| 3.4 | Estelas Mayas. | 35 |



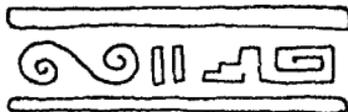


IV Estilos de lenguaje visual.

- | | | |
|-----|--|----|
| 4.1 | El estilo del arte. | 39 |
| 4.2 | Los recursos gráficos en la creación de un estilo. | 41 |

V Desarrollo de una identidad corporativa.

- | | | |
|-------|---------------------------------------|----|
| 5.1 | Imagen, forma y percepción. | 44 |
| 5.1.1 | Simetría. | 52 |
| 5.1.2 | Tipografía. | 57 |
| 5.1.3 | Color. | 63 |
| 5.1.4 | El signo y la señal. | 67 |
| 5.1.5 | Instalación de señales al aire libre. | 75 |
| 5.2 | Identidad Corporativa. | 81 |
| 5.3 | Manual de Imagen Corporativa. | 84 |
| 5.3.1 | Contenido del Manual. | 85 |



VI Desarrollo del proyecto.

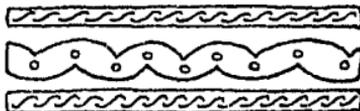
- | | | |
|-------|--|-----|
| 6.1. | Desarrollo de diseño. | 90 |
| 6.1.1 | Estructuras de soporte para la señalización. | 102 |
| 5.2. | Costos y presupuesto. | 104 |

VII Conclusiones y justificación.

106

Bibliografía.

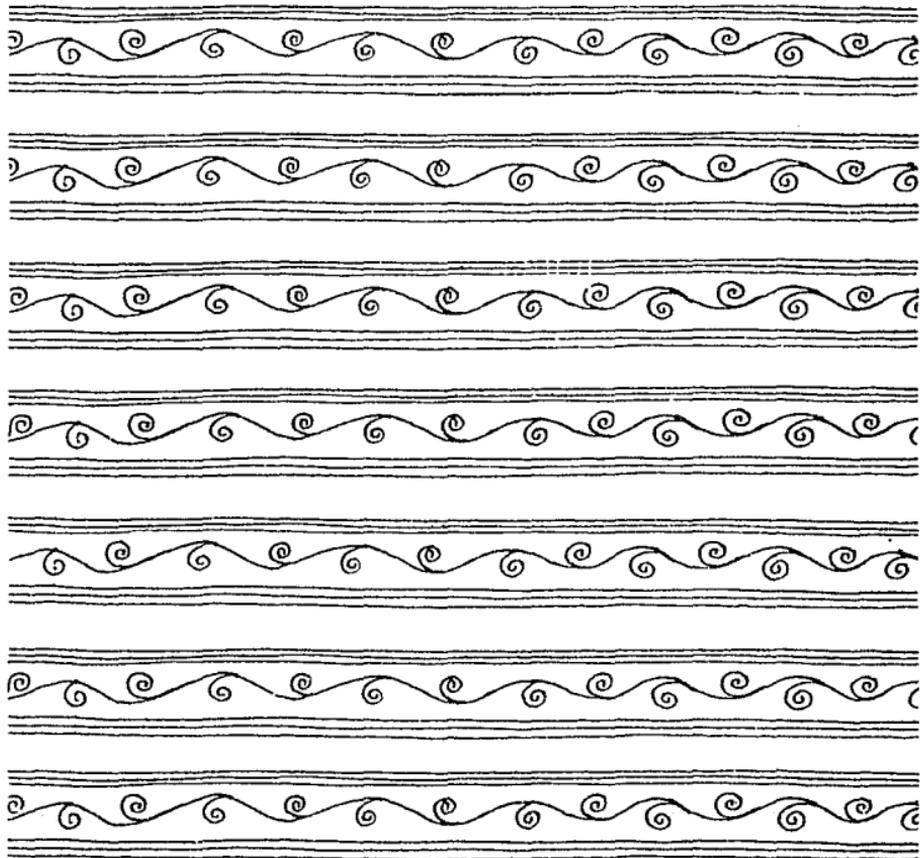
117



Anexo

"Manual de Imagen Corporativa (señalización)
para el Parque Estado de México-Naucalli"

INTRODUCCION



Introducción

El objetivo de este proyecto es, crearle al Parque Estado de México-Naucalli una imagen y señalización en la que se aprecien tanto los espacios culturales como las áreas recreativas.

El Parque Estado de México Naucalli, se encuentra situado en el noroeste del área Metropolitana en naucalpan de Juárez, entre Blvd. Manuel Avila Camacho y Av. Lomas Verdes en Boulevares, a la altura de las torres de Satélite; cuenta con una área de aproximadamente cuarenta y tres hectáreas, integradas en áreas verdes, gimnasios al aire libre, foros para conciertos, viveros, salas de exposición, así como espacios culturales y talleres entre otras actividades.

Creado por decreto del Estado en 1979, poniéndolo en servicio dos años después todavía como parte del Parque Metropolitano de Naucalpan. Poco después en 1982 se le da el nombre de Parque Estado de México-Naucalli, siendo el Lic. Alfredo Del Mazo, entonces gobernador del Estado de México. Se han creado diferentes programas que impulsan tanto las actividades culturales dentro del parque como las recreativas, siendo estas últimas las que mas éxito han alcanzado.

Trabajar para una entidad gubernamental implica diferentes limitaciones, el presupuesto suele ser la primera y mas importante. Existen factores que se deben de mantener como una identidad del mismo parque ya que estan relacionados con otros elementos del Estado que de ninguna manera se pueden modificar. Este es el caso del nombre del parque "NAUCALLI" que significa entre cuatro casas, el mismo significado que tiene el nombre del municipio: NAUCALPAN.

Así aunque esto nos parezca una limitante lo podemos aprovechar como un apoyo en el estilo gráfico de nuestro proyecto, definiendo así que se trata de un espacio mexicano y para los mexicanos.

Por desgracia las actividades culturales no alcanzan el éxito que se merecen, la falta de promoción y desinterés de los visitantes y habitantes de Naucalpan no ayuda. Sin embargo esto no ha menguado el interés de los directivos en seguir teniendo completo el calendario de actividades culturales, con conciertos, exposiciones, obras y talleres tanto en aulas como al aire libre. Siendo tantas las actividades y tan variadas no alcanzaria ningun presupuesto para hacer promociones semanales.

Es por eso que si se logra dar al Parque una imagen que se encuentre al alcance y a la vista del público en donde la cultura de forma dinámica pase a ser parte del espacio recreativo, entonces en el visitante se creará una conciencia que busque además de diversión cultura.

Naucalli carece de una señalización adecuada, el manejar en cada una de las entradas un cuadro informativo de lo que el área alberga, sería de mucha



utilidad, ya que hay quienes no conocen los beneficios que el parque ofrece a sus visitantes, así como guiarlos ordenada y rápidamente hacia la actividad que seleccionen.

Para el desarrollo de este proyecto nos vamos a apoyar en encuestas y entrevistas al público, en análisis cualitativos y cuantitativos, del visitante y el público en general. Así como en investigaciones de campo en áreas recreativas y espacios culturales que ofrezcan servicios similares. Para poder estandarizar el tipo de información que se deba manejar tanto para un espectador modelo como para uno empírico.

La fase de diseño va a definir todas las necesidades gráficas que tiene el parque, dentro de la identidad corporativa se van a desarrollar como primordiales: logotipo, imagen, símbolo, monograma, letra y señalización todo esto dentro de un manual de aplicación; como adicional aprovecharlo para la realización de folletos, carteles y volantes de promoción.

La época en la que vivimos sometidos a un tensión constante con fuertes efectos de contaminación, nos impulsa a buscar áreas verdes en las cuales podamos reducir dicha tensión y ayudarnos aun mejor desarrollo físico y mental, y es exactamente este Parque una oportunidad de esparcimiento cultural y recreación dentro de la misma ciudad. Por eso es importante impulsar sus actividades, ya que cada vez es mas necesario en todos los niveles socioeconómicos, un nivel mas alto de cultura y mejoría física, desarrollando así la personalidad del individuo de una manera positiva.

Así mismo es importante crear una imagen agradable, para que el público en general se sienta atraído a buscar cultura dentro de un ambiente tan acogedor; que se borre ese mito de que la cultura es aburrida, que al contrario sea parte de su recreación en el Parque, al mismo tiempo de su esparcimiento físico.



I ANTECEDENTES



1.1. Parque Estado de México Naucalli.

Actualmente el parque carece de una imagen adecuada, lo único que lo identifica claramente es que es un espacio del gobierno, administrado y desarrollado por el gobierno mismo, y esto a veces no es eficiente.

Esto se debe principalmente a que Naucalli no tiene una identidad, ni homogeneidad; carece de un estilo definido en todo el parque, ya que a medida de que han ido pasando los diferentes gobernadores, presidentes municipales y directivos del parque, le van agregando lo que les va gustando o "necesitando" sin respetar el concepto inicial, ni seguir un estilo definido de construcción.

Y no solo en el plano arquitectónico, de las construcciones, también sino en el área de juegos infantiles todo es un parche de los más variados juegos.

Lo que produce que el público no logre identificar al parque con algo en especial.

Otra deficiencia muy importante en el parque es el estado de las instalaciones, que no se hicieron para que funcionaran en condiciones óptimas, por alta demanda.

Al renovarlos y hacerlos de mejor calidad, reutilizarían mucho más atractivos al público y se aprovecharían al 100%, esto a su vez mejoraría los servicios y los trabajadores los podrían mantener mejor.

El tener unas buenas instalaciones representa grandes ventajas para el parque: se podría en algunas áreas cobrar lo que ayudaría a su mantención, sin objeción de los usuarios.

Así mismo se podrían presentar espectáculos de mejor calidad, que pueda lucir con las instalaciones adecuadas.

El Parque depende de una administración municipal que como en la mayoría de estas oficinas, se carece de buen personal, que se interese en el desarrollo y superación de su área de trabajo. Al contrario, la mayoría de los empleados carecen de interés y mucho menos iniciativa propia para realizar mejor su trabajo y ofrecer un servicio mejor al público.

Por ejemplo algunas personas que desatienden su obligación de averiguar semanalmente las actividades que se dan en otras áreas del Parque, y cuando el público se acerca a preguntar sobre algún evento, no saben dar información y los mandan a otra parte a que pregunten y así salen del paso. Esto bloquea el ánimo del visitante, y es probable que ya no averigüe y por lo tanto no regrese, ya que no se siente satisfecho con el servicio.

Esto produce conclusiones previas a la visita al Parque, el público desconfía de que pueda obtener buenos servicios, ya que al ser una dependencia del gobierno, significa que sus servicios van a ser burocráticos, y desgraciadamente hay muchas personas que no confían para nada en estos lugares, ya sea por que han tenido experiencias desagradables o negativas en otras instituciones o por que piensa que nadie va a estar trabajando correctamente.

El Parque ofrece actualmente una imagen gráfica pobre, que genera desconfianza en su administración donde la gente no se siente atraída y acogida amablemente para orientarla hacia su esparcimiento.(1)

(1) Entrevista. Ing. Carlos González Escamilla, director del Parque Estado de México Naucalli, 19-Oct-92.



1.1.1 Metas y objetivos del Parque Naucalli.

Los objetivos del Parque son:

- * propiciar el espacio y llevar a cabo las acciones, cuya finalidad conlleve al desarrollo integral del hombre y sus más profundas manifestaciones.
- * fortalecer la conciencia de los naucalpenses hacia sus raíces y su identidad nacional y de región.
- * orientar a nuestros conciudadanos a una manera más sana y productiva de utilizar su tiempo libre.
- * optimizar el uso del área para la generación de una zona ampliamente forestada que mejore las condiciones ecológicas de la región.
- * sembrar conciencia en la ciudadanía de participación y cooperación para obtener y mantener nuestros bienes comunes.

Las metas del parque son:

- * rehabilitar las instalaciones para el cumplimiento de nuestros objetivos.
- * reordenar y reglamentar el uso exclusivo de cada una de las áreas para su mejor funcionamiento.
- * optimizar los servicios para dar una mejor atención al público usuario.
- * hacer una más amplia difusión de las actividades que se desarrollan en el parque para lograr una mayor participación de la comunidad en cada una de ellas.
- * Obtener los recursos necesarios de carácter financiero de fuentes internas y externas para dejar de representar una carga presupuestal importante para el H.Ayuntamiento.
- * Implementar todos los programas con la participación y opinión de la comunidad. (2)

(2) Análisis de las características de Naucalli. Estudio realizado por la gerencia del Parque en 1991.



1.1.2. Aspectos legales del Parque Naucalli.

Publicado en la "Gaceta del Gobierno" periódico oficial del gobierno constitucional del Estado de México; Toluca de Lerdo, México, Sábado 9 de octubre de 1982; tomo CXXXIV, número 44.

"Es de interés social segregar del parque "Metropolitano de Naucalpan" (integrado por once fracciones con una extensión total de 1'570,731.91 m2.) las fracciones A) y B), para constituir un nuevo parque que se denominará "PARQUE ESTADO DE MEXICO-NAUCALLI", en ese municipio con una superficie de 532,395.01 m2."

Origina la creación de este parque la posibilidad de que se puedan plantar árboles de las variedades apropiada para que se convierta en un lugar de recreación y difusión cultural para los habitantes de su zona de influencia y personas que lo visiten y construir en el mismo las instalaciones recreativas y deportivas pertinentes para propiciar con todo ello no solamente el mejoramiento del ambiente sino el esparcimiento físico y mental de la comunidad.

DECRETO DE CONSTITUCION DEL "PARQUE ESTADO DE MEXICO-NAUCALLI"

1° Se modifica el punto segundo del decreto por el cual se crea el Parque Estatal denominado "PARQUE METROPOLITANO DE NAUCALPAN" respecto a la extensión del mismo que abarcará solamente los 9 polígonos que se detallan en las tablas perimetrales y el plano respectivo, quedando excluidas por consiguiente las fracciones señaladas como A) y B).

2° Se crea el nuevo Parque Estatal que se denominará "PARQUE ESTADO DE MEXICO-NAUCALLI" ubicado en el municipio de Naucalpan de Juárez de la entidad federativa.

3° El parque tendrá una extensión aproximada de 532,395.01 m2., integrada por dos polígonos de acuerdo con el plano correspondiente y con los linderos que se detallan en las tablas perimetrales que forman parte de este decreto y que constituyen las fracciones A) y B), anteriormente señaladas.

4° Las causas de utilidad pública que justifican la creación de este nuevo Parque, son entre otras de interés colectivo, la forestación y reforestación, mejoramiento del ambiente, recreación, deporte, cultura, esparcimiento, actividades artísticas, bienestar social y otras similares.

5° El uso del "PARQUE ESTADO DE MEXICO-NAUCALLI" será el establecimiento de áreas arboladas; de recreo para los habitantes de su zona de influencia y visitantes en general; instalaciones deportivas, recreativas, juegos infantiles, culturales y artísticas que se requieran.



6° El órgano público descentralizado, de carácter estatal, denominado FONDO PARA ACTIVIDADES SOCIALES Y CULTURALES DEL ESTADO DE MEXICO, tendrá bajo su cuidado la administración y dirección del parque, así como la explotación y concesionamiento de las instalaciones del mismo y la comisión estatal de parques naturales y de la fauna; y las autoridades municipales respectivas, la coadyuvancia en la conservación, mantenimiento, control y vigilancia del mismo.

7° Las dependencias del poder ejecutivo en la esfera de sus atribuciones y competencia, brindarán el auxilio y la colaboración necesaria para que se cumpla con los objetivos de este decreto.

8° El diverso decreto por el que se crea "Parque Metropolitano de Naucalpan" queda subsistente en todas sus partes en cuanto no se oponga al presente.

9° Inscribase al presente decreto en el registro público de la propiedad y d'se la publicidad que la ley ordena.

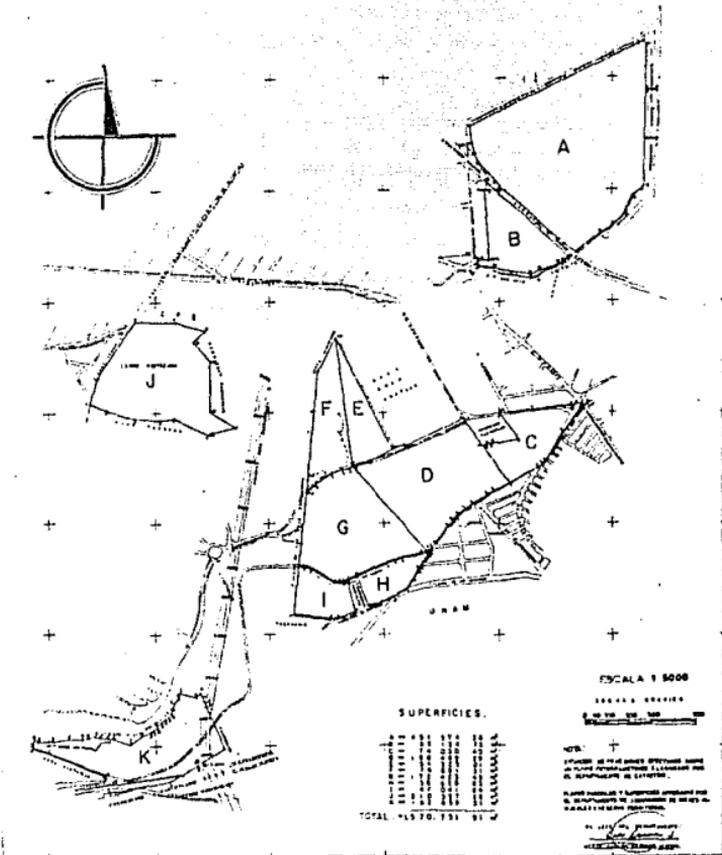
10° Este decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en la Gaceta del Gobierno del Estado de México.

Dado en el palacio del Poder Ejecutivo, en la ciudad de Toluca capital del Estado de México, a los veinticuatro días del mes de Septiembre de mil novecientos ochenta y dos.

atentamente
SUFRAGIO EFECTIVO NO REELECCION
El gobernador constitucional del Estado.
Lic. Alfredo del Mazo G.

El secretario del gobierno.
Lic. Leopoldo Velasco M.(3)

(3) "Gaceta del Gobierno", Periódico Oficial, Constitucional del Estado de México, Toluca de Lerdo, México. Sábado 9 de Octubre de 1982. Tomo CXXXIV, número 44.



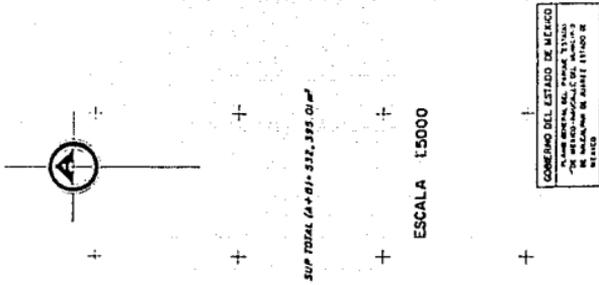
A PROBO
GOBERNADOR CONSTITUCIONAL DEL
ESTADO DE MÉXICO

DR. JUAN JIMÉNEZ CANTU

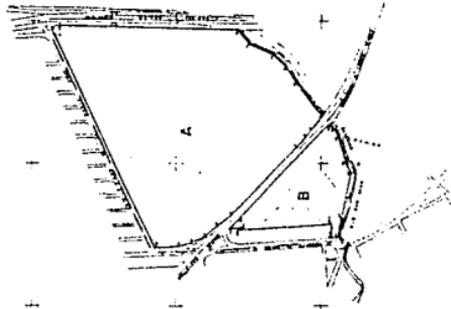
EL SECRETARIO GENERAL
[Signature]
CP. JUAN MONROY PÉREZ

ESTADO DE MÉXICO
SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESQUERÍA
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO, ESTADÍSTICA Y CATASTRO
ESTADO DE MÉXICO

[Signature]
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO, ESTADÍSTICA Y CATASTRO



GOBIERNO DEL ESTADO DE MEXICO
 SECRETARÍA DE GOBIERNO
 SECRETARÍA DE FOMENTO Y OBRAS PÚBLICAS
 SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESQUERÍA
 SECRETARÍA DE ENERGÍA Y ENERGÍA ELÉCTRICA
 SECRETARÍA DE SALUD Y ASISTENCIA SOCIAL
 SECRETARÍA DE TURISMO Y CULTURA
 SECRETARÍA DE TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL
 SECRETARÍA DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES
 SECRETARÍA DE ECONOMÍA
 SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
 SECRETARÍA DE FERIA Y EXPOSICIONES
 SECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO
 SECRETARÍA DE JUSTICIA Y FALSA FIDELES
 SECRETARÍA DE PLANEACIÓN Y ECONOMÍA
 SECRETARÍA DE POLÍTICA EXTERNA
 SECRETARÍA DE PROMOCIÓN Y TURISMO
 SECRETARÍA DE REFORMA AGROPECUARIA Y RURAL
 SECRETARÍA DE SERVICIOS CONSUMIDORES
 SECRETARÍA DE VIVIENDA Y OBRAS PÚBLICAS
 SECRETARÍA DE YACIMIENTOS CULTURALES



APROBO
 EL SECRETARIO DE GOBIERNO
 GOBERNADOR CONSTITUCIONAL DEL
 ESTADO DE MEXICO

LIC ALFREDO DEL MAZO G
 LIC LEOPOLDO VELAZCO MENDOZA



1.1.3 Antecedentes de otros parques y áreas culturales, en cuanto a su señalización e imagen, se incluye también Naucalli.

Se tomaron para analizar: Parque deportivo y recreativo Azcapotzalco.
Parque recreativo y área deportiva Chapultepec.
Área recreativa, deportiva y cultural Centro Cívico Satélite
Parque recreativo y presa El Llano.
Parque Naucalli.

En el parque de Azcapotzalco, los resultados de la investigación fueron los siguientes: este parque carece de señalización, es decir no tiene letreros que indiquen ni salida, ni entrada, baños, canchas, etc. al punto de que tampoco tiene el nombre puesto, ya que esto se da por entendido, por que es donde empieza la delegación.

Al preguntarle a la gente que opinaba de esto, coincidieron en que no era muy necesario, ya que como el parque casi no tiene árboles uno alcanza a ver claramente las zonas y las canchas, así que no se perdían.

La situación en Chapultepec no fue muy diferente, ya que aquí las señales solo se encuentran en las orillas de los caminos para coches, es decir tampoco cuenta con señalamientos de basura, baños etc. estos letreros cuando los hay se encuentran encima del bote o en la pared del baño. Más sin embargo un punto que me parece muy importante resaltar es que en los señalamientos que se encuentran en los postes, se aprovechan muy bien, ya que se utilizan por los dos lados.

El formato de las señales es de 50x50 aprox., y sobre una flecha roja que indica la dirección del lo que se señala; la tipografía es negra y va acompañada en algunos casos de imagen como es el caso de el de los juegos mecánicos, pero esto no es suficiente, por que si estas lejos del área de los juegos no hay letreros que te indiquen. Esta señalización está manejada por la delegación Miguel Hidalgo y el representativo de la misma se encuentra al pie de cada señal.

Existen otras señales que llevan a los restaurantes y estas son manejadas por particulares y están dispersas en todo el bosque así que con esas no hay pérdida; además que utilizan un diseño bastante bueno, ya que la flecha de dirección es parte del mismo letrero, se convierte en una extensión muy armoniosa.

En otra área del bosque que es el zoológico la señalización es mejor manejada aunque no quiero decir con esto que este bien hecha; pero en fin, utilizan una especie de trínche en la entrada el cual tiene varios letreros de lámina de 50x50 cm. aprox. donde te señalan las diferentes cosas que puedes ver y te indican la dirección que debes tomar.

Esto me parece muy bueno, ya que concretizas gran parte de la información en las entradas y la gente no se pierde; así mismo es menos costoso que manejar muchas señales dispersas.

El área del Centro Cívico Satélite, también carece de señalización y esto les resulta muy incómodo, ya que siempre hay que ir a preguntar a las oficinas centrales donde queda cada cosa. Y aunque se trata de una área pequeña, ofrece



muy variados servicios, desde conciertos hasta canchas de fut-bol. Tampoco tiene un logotipo en su entrada, simplemente maneja una tipografía resaltada en su fachada principal.

En el parque recreativo y presa El Llano que se encuentra a 20 min. de Villa del Carbón aunque parezca increíble si tienen señalización dentro del parque y aunque es mínima, ayuda al visitante a orientarse. Siendo un lugar de dependencia del gobierno tampoco tiene logotipo, el nombre se encuentra en la entrada en un letrero de lámina, pintado donde se leen las clásicas leyendas que ponen los gobiernos.

Sus señales consisten en unos letrero de fierro, aluminio, de unos 45x45cm. aprox. pintados con una pintura especial para intemperies, manejan el fondo azul, y ponen sus elementos en blanco; existen dos tipos de señales, una para indicar donde estan los baños, y otra para las areas donde se debe de acampar y estas estan numeradas.

Por último la visita al parque Naucalli no resulto muy diferente a las anteriores, aunque el parque cuenta con una marquesina de tipo espectacular, ahí solo pudimos encontrar el nombre puesto con una tipografía simple, y sin manejar logotipo ni nada especial. La señalización también es muy pobre, existe una pista para correr que es la que cuenta con más señalización, se trata de una flechas de aluminio puestas en el piso donde se indica la ruta y los kilómetros. Los espacios culturales no tienen ninguna señalización. Solamente se encontró una señal de tipo gráfico, se trataba de una lámina de 70x70cm. puesta en un pequeño poste, donde había un dibujo, imitando a un hombre haciendo ejercicio, y con la misma tipografía del nombre del parque se leía "gimnasio al aire libre", pero no tenía flecha que indicará dirección, así que daba igual, porque en lugar de ser señalización se volvía información.

Se le pregunto a los visitantes si se les hacía cómodo el parque así, sin señales, a lo que la mayoría respondió que no, porque siendo una área tan grande y con tantos árboles, no podías identificar a donde querías ir. A parte de que si se pusiera una indicación en la entrada de todo lo que incluye el parque, indicando las direcciones, la gente aprovecharía todas las cosas, no que hay gente que ni siquiera sabe que el parque también ofrece eventos culturales.

Para concluir, creo que se descubrieron, varias cosas interesantes:

- 1) que nadie se a preocupado por crear una señalización, y esto se puede deber a que son dependencias gubernamentales, y nunca tienen presupuesto para estas cosas.
- 2) que para que el público lo aproveche debe identificar desde la entrada que es lo que ofrece el parque.
- 3) que no existe vandalismo en esta área, según los policías, nadie se va a robar una señal, de lámina.
- 4) que se debe de ser concreto para evitar la dispersión de la señal.



5) que de entrada se debe manejar una imagen completa de lo que alberga ese parque, como es el caso de Chapultepec y Naucalli que tienen espacios culturales y mucha gente ni los conoce.(4)

(4) Investigación de campo Realizada por Beatriz García Olavarieta, septiembre 1992.



1.2 Servicios y eventos que ofrece el Parque al público.

Los servicios que ofrece el Parque son:

- * pista de patinaje.
- * foro Felipe Villanueva.
- * invernadero.
- * gimnasio abierto.
- * cafetería.
- * campo arco y flecha.
- * pista para correr.
- * triciclista.
- * ciclista.
- * juegos infantiles.
- * fuente.
- * Agora (librería, galería, club de ajedrez, tienda de artesanías, restaurant, foro.)
- * Casa de Cultura (foro, talleres y cafetería).

El Parque clasifica estos servicios en diferentes eventos que son:

Deportivos

- * pista de patinaje
- * pista de correr
- * ciclista
- * triciclista
- * arco y flecha
- * gimnasio abierto

Recreación

- * eventos artísticos
- * juegos infantiles
- * juegos preescolares
- * Invernadero
- * Vivero
- * competencias deportivas
- * ajedrez

Culturales

- * librería
 - * discoteca
 - * galerías
 - * foros
 - * Jardín del arte
 - * conferencias
 - * exposiciones
- (5)

(5) Folleto DIF Estado de México. Parque Naucail, expedido durante el gob. del Lic. Alfredo del Mazo.

1.2.1. Actividades del público dentro del Parque.

Para conocer las actividades del público dentro del parque, se llevo a cabo una encuesta en 1991, por parte de la dirección del parque de la cual se obtuvieron los siguientes resultados:

Objetivos de asistencia:

| * act. específica | * por distracción o descanso | * act. deportivas culturales | * talleres y eventos |
|-------------------|------------------------------|---------------------------------|-------------------------|
| 22 % | 46% | 31 % | 1 % |

Se entiende por actividades específicas que saben previamente a que van al parque.

1.2.2. Análisis cualitativo y cuantitativo del público asistente al parque.

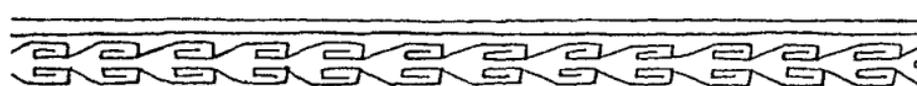
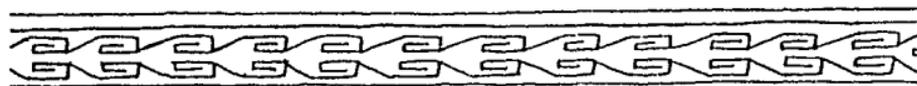
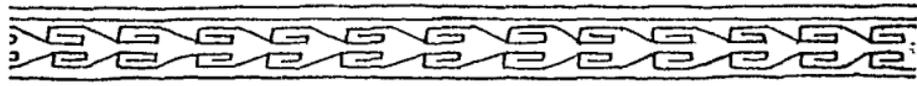
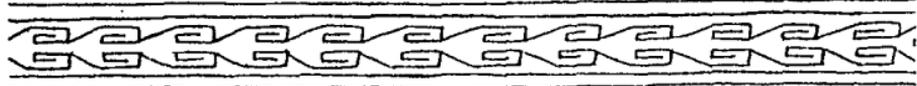
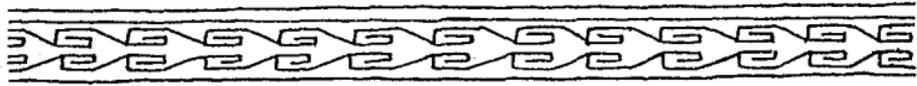
Para conocer los resultados de este análisis se llevo a cabo una encuesta en 1991 por parte de los directivos del parque; los resultados que se obtuvieron son los siguientes:

Análisis de datos personales del público asistente al parque:

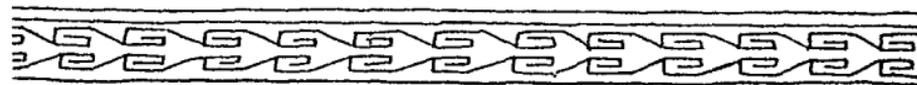
| * sexo | | * residentes | | * edades | | * | |
|-----------|-----|--------------|--------|--------------|--------------|---|-------|
| profesión | | Naucałpan | Otros | + de 30 años | - de 30 años | P | E |
| F | M | | | | | | |
| A | O.S | | | | | | |
| 50% | 50% | 32.5 % | 67.5 % | 74 % | 26 % | | 39.5% |
| 34.5% | 17% | 9% | | | | | |

Nota: P (profesionistas), E (estudiantes), A (amas de casa) y O.S (obreros y secretarías).(6)

(6) Análisis de las características del público que visita Naucałli. Encuesta realizada por la administración de Naucałli en 1991.



II PROBLEMATICA PARQUE. USUARIO





2.1 Problemática del Parque (cliente).

- 1) No difunde adecuadamente sus actividades en medios de comunicación ej: periódicos locales.
- 2) Las actividades que ofrecen en el parque carecen de una promoción atractiva.
- 3) Carece de una imagen gráfica que atraiga al público
- 4) Falta de señalización.
- 5) Necesita carteles de motivación al visitante de conciencia cívica.
- 6) Falta de promoción del reglamento.
- 7) El público no conserva bien las instalaciones, si algo está descompuesto no participan para mejorarlo.
- 8) La vigilancia no es muy confiable, en lugar de ofrecer seguridad y prevención de infracciones al reglamento, ejerce acciones punitivas y caen en posible corrupción.(7)

2.2. Problemática del usuario.

- 1) Falta de señalización.
- 2) Insuficiencia en las instalaciones, falata de limpieza, sobre todo en las instalacines sanitarias.
- 3) Falta de seguridad, no se confía en la vigilancia.
- 4) Falta de información de las actividades.
- 5) No se ofrecen actividades para todas las edades, los jóvenes no encuentran actividades organizadas para ellos.
- 6) Falta de promoción atractiva de las actividades.
- 7) Los pocos servicios que se cobran resultan caros.
- 8) Servicios públicos malos, fugas de agua, falta de iluminación etc.
- 9) No presenta una imagen atractiva ni unificada en las areas de concesión.(8)

(7) Ibid (1), 6 de Noviembre de 1992.

(8) Entrevista, al público asistente al Parque, Octubre 1992, realizada por Beatriz García Olaverrieta.



2.3. Confrontación de la problemática Parque-usuario, para conocer las que tienen solución gráfica.

- 1) No tiene una imagen gráfica agradable, que lo represente.
- 2) Información del reglamento (por medio de carteles).
- 3) Falta de señalización.
- 4) Necesita carteles de motivación al visitante.
- 5) Falta de una presentación atractiva de lo que ofrece el parque (ej. trenesito).
- 6) Información de las actividades futuras.
- 7) Carece de una imagen unificada debido a las concesiones.

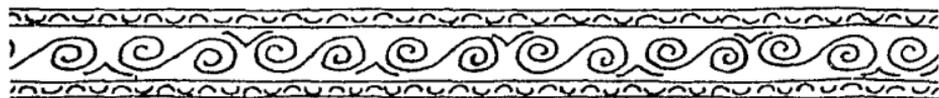
2.4. Características de una imagen adecuada.

Naucalli necesita una imagen con la cual el público se sienta atraído, identificado, que sienta que es parte del parque. Esta debe de ser muy especial, ya que debe de respetar su carácter nacional, pero manejado de una forma muy contemporánea, que pueda reflejar procesos históricos (desde en precolonial hasta el contemporáneo) en una síntesis llena de vida.

Los colores juegan un papel muy importante, ya que los representativos mexicanos (ej. rosa mexicano) son una herramienta indispensable para esta imagen.

Se debe de borrar la imagen negra o gris de una acción gubernamental, la gente debe de pensar que se trata de una entidad con buena imagen, que tiene los cuidados de una empresa privada, para que confíe en los servicios que se le ofrecen; esto produciría una nueva curiosidad en el público por ir a descubrir un lugar excelente para la recreación y cultura.(9)

(9) Ibid (1)



III ANTECEDENTES GRAFICOS HISTORICOS



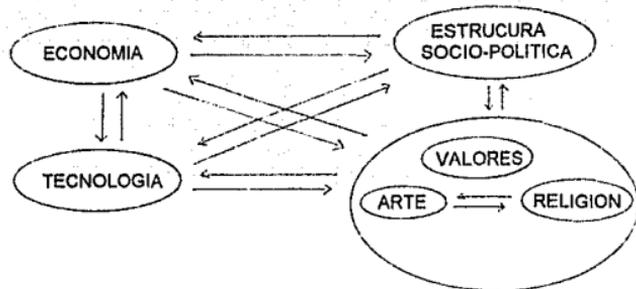


3.1. El fenómeno del arte en el marco de la sociedad y la cultura.

La cultura es un producto social que, de algún modo, sirve al hombre para su adaptación al medio. Teniendo en cuenta su ordenación interna, el arte debería situarse en el nivel superestructural de la cultura; en aquel que se halla por encima de todos los demás -económico, tecnológico, social, etc.-, aunque su relación con todos esos niveles o aspectos sea constante y aún muy importante, se puede decir que de acuerdo con una visión jerárquica de los diferentes componentes de la cultura, la posición del arte sería [superior] en el sentido de que es el resultado o el producto de las condiciones puestas por la tecnología, la economía, la estructura social, política, etc. Desde ese punto de vista, las artes en cualquier punto o lugar, en cuanto reflejan valores culturales, desarrollan lo que podría ser llamado la *imagen valorativa* que la cultura tiene de sí misma. Esta imagen puede llegar a ser objetiva, de manera que representa un reforzamiento simbólico de los valores que refleja. (Uno de los mejores ejemplos de esto es la catedral medieval: en su arquitectura y decoración están representados -de manera simbólica y con preciso realismo- todos los aspectos esenciales de sus principales áreas de conocimiento: la historia, los dogmas, habiendo sitio incluso para pequeñas bromas grotescas.) (Sieber, 1981, pág. 205).

Sin embargo desde un punto de vista sistemático, la posición del fenómeno artístico, no siendo central, tampoco sería jerárquicamente superior, sino que guardaría como vemos en el esquema adjunto, una posición relativa, en lo que su potencial capacidad de interrelación es muy notable.

Considerando un sistema con cuatro atributos, estos serían: el tecnológico, el económico, el social y el ideológico. El atributo o subsistema ideológico, debe ser contemplado a su vez como un sistema cuyos componentes principales serían: arte, religión y valores. Teniendo eso en cuenta, el conjunto de relaciones reales o posibles a establecer entre el fenómeno artístico y los demás aspectos de la cultura- lo que no está representado en el esquema- señalaría nexos concretos con cada uno de los puntos señalados en el gráfico, es decir: con el mundo de la tecnología, de la economía, de la sociedad, de la religión y de otros valores de la cultura.



En realidad tales relaciones teóricas, dan resultados muy diversos a la hora de establecerlas u observarlas en la realidad.

En relación con el problema de los estilos artísticos que se derivan de sociedades igualitarias y jerarquizadas, puede apuntarse provisionalmente que las primeras parecen orientarse hacia estilos más bien sencillos y en los que los motivos se repiten con frecuencia, mientras las segundas crean estilos más complejos, en los que los motivos suelen no repetirse. (Kavolis, 1968, pág. 65).

Después de varios análisis se se llegó a la conclusión de que las sociedades jerárquicas se inclinaban por estilos artísticos caracterizados por el empleo de cierto número de elementos disímiles en diseños asimétricos, pocos espacios irrelevantes y figuras enmarcadas. Así pues estas tendencias reflejan la percepción subconsciente de un alto grado de diferenciación social, así como la capacidad de quienes ocupan la más alta jerarquía para ejercer control total sobre la esfera de acción y límites interpersonales muy definidos que determinan las distancias sociales (Kavolis, 1968, pág. 64). Por el contrario en sociedades relativamente o muy igualitarias, el estilo artístico concide al parecer, en elementos muy sencillos que se repiten casi siempre con el principio de la simetría, y que, sin embargo, deja numerosos espacios vacíos o irrelevantes. Kavolis (supone) que estas características reflejan una percepción subconsciente de la compartida igualdad de un pueblo menudo, de la incapacidad de los hombres situados en la cima para ejercer el control total de las barreras sociales imprecisas.

Aunque como veremos, el peso y la importancia de los factores económicos son de enorme significación en la relación con el arte, sin embargo los que atañen a la ideología religiosa o a los sistemas políticos, al menos en las dimensiones que acabamos de señalar, son sin duda de una mayor influencia en el desenvolvimiento y configuración de los estilos artísticos.

Aunque todos los factores de relación que hemos indicado en el gráfico 1 son importantes y afectan la configuración del fenómeno artístico de manera sustancial, quizás es la sociedad la que más pesa a la hora de tratar de entender,



de manera profunda, los mecanismos por los que se desenvuelve el arte, y a pesar de que los principios generales aplicados a la explicación y conexión de tipos de arte con tipos de estructura social no han sido investigados en forma sistemática) comienzan a establecerse tales principios, por lo que cabe esperar un desarrollo notable de cara al futuro para este tipo de estudios.

Kavolis, quien posiblemente es quien ha profundizado más en este campo, distingue cinco clases de evidencias que relacionan clase social y estilo artístico:

- 1) los estilos característicos de los periodos de dominación, de lucha por el predominio o de decadencia de una clase dada.
- 2) los estilos de las obras de arte de las cuales se sabe fueron encargadas, compradas o adoradas por el público de determinada clase, o creadas para ellos, en la medida de que estos estilos difieren de los preferidos por alguna otra clase perteneciente al mismo ambiente socio-histórico.
- 3) los estilos elaborados por artistas creadores, provenientes de determinadas clases siempre que no hubiesen trabajado para públicos de diferente composición de clase o no se hubiesen esforzado a conciencia para expresar la perspectiva de una clase social diferente a la propia.
- 4) los estilos usados por artistas creadores, que de suyo se identifican específicamente, en la esfera cultural o política, con determinada clase social, la suya propia u otra cualquiera.
- 5) las preferencias artísticas, demostradas en forma experimental, de los consumidores de arte, reales o potenciales, que se difieren entre sí por su *status* social o su identificación de clase.

En cualquier caso, el factor relativamente objetivo que relaciona clase social y estilo artístico [es la proyección estilística de las disposiciones de la fantasía -es decir, las tendencias a imponer cierta estructura a las experiencias de la imaginación- que distingue a cada clase social...[y] que permite expresar motivaciones subconscientes, proceso que en el caso de la expresión artística puede ser factor de adaptación de la personalidad al mismo tiempo que útil para el sistema social.]

Es evidente en cualquier caso, que el artista, en su papel de creador, está determinado por una clase o grupo social, a la que representa, por toda la sociedad si se trata de una de carácter igualitario, lo cual no puede ser interpretado como un procedimiento tentador para [ir a buscar la significación del arte fuera de las obras; por ejemplo en la literatura, en la vida social o religiosa de la época; fundándose en el postulado de una coherencia de la cultura* (Zemer, 1979, pág. 199). Con independencia del matiz interpretativo que se quiera dar, es evidente que las explicaciones de la obra artística buscadas o encontradas en otras artes o en otros sectores del complejo sociocultural al que pertenecen, son un procedimiento absolutamente lícito, ya que es precisamente el ensimismamiento en la propia obra artística lo que ha conducido a los propios historiadores del arte a un callejón sin salida. (10)

(10) ALCINA FRANCH, José. "Arte y Antropología". Ed. Alianza Forma, Madrid 1983.



3.2 Significado Naucalli.

La palabra NAUCALLI proviene de la lengua Náhuatl, donde NAHUI significa 4 (cuatro) y CALLI significa casa, así es que nos queda "cuatro casas"; más con el paso del tiempo se le han ido dando varias interpretaciones, aunque se mantiene claramente la esencia del 4:

- entre cuatro casas
- entre cuatro barrios

Y son estas las más importantes, lo que continúa es el análisis del número 4 que en la mayoría de las culturas se considera como mágico o místico, y esto se debe a que:

- son 4 las estaciones del año
- son 4 puntos cardinales
- son 4 extremidades y en medio el corazón.
- son 4 elementos, aire, agua, tierra y fuego.

Así que se interpreta como el centro de algo muy importante, lo que mantiene la unión en algo, y todo esto envuelto de cierto misticismo.

3.3. Los sellos o "pintaderas" del antiguo México.

3.3.1. Antecedentes.

En el antiguo México, los sellos eran generalmente creados de barro, y modelados a mano. Ya que la demanda pidió la introducción de la técnica de hacer un molde del sello para así poderlo reproducir muchas veces.

La flexibilidad del barro al trabajarlo a determinada temperatura fue la utilizada para este propósito. Se ha llegado a reconocer una parte de arena de composición semejante al cuarzo. La mezcla se hacía cerniéndola en el piso y amasándola con las manos, agregando agua paulatinamente, estaba lista cuando se separaba del piso, a veces esto ocurría hasta que empezaba la fermentación. Finalmente el material estaba listo para moldearlo a mano o con un molde. Posteriormente era cocinado en unos hornos primitivos, que se calentaban con madera; un procedimiento muy parecido al que se utiliza en la creación de las modernas vajillas o alfarería:

Y aunque como hemos mencionado generalmente eran de barro, se han encontrado algunos hechos de otros materiales, como acero provenientes de Yucatán, otros de cobre provenientes de Pátzcuaro, y otros más hechos de hueso provenientes de Xochimilco. Es evidente que el acero no era el favorito de los materiales: Probablemente hayan existido de oro y plata más no se han encontrado, o puede ser que con el paso del tiempo se hallan ido deshaciendo. Los de madera y hueso son pocos los que han sobrevivido al paso del tiempo. Es esto lo que puede explicar que la mayoría de los que existen sean de barro.

Los diseños geométricos son comunes en los antiguos sellos, en contraste con caracteres abstractos. La aparente explicación de la creación de estos rasgos es que eran diseños fáciles de hacer. Seguían diseños de la naturaleza, plantas, flores, animales y figuras humanas combinadas finalmente con diseños geométricos. Los motivos naturalistas empiezan muy simplificados aparecen como símbolos convencionales.(11) (12)

(11) ENCISO, Jorge. "Design Motifs of Ancient México". Ed. Dover. Publications, Inc. New York, 1953.

(12) Ibid (10)



3.3.2. Función de los "sellos" y formas de reproducción.

La función de los sellos en el antiguo México, era la de imprimir diferentes diseños, mediante materias colorantes diversas, ya fuera sobre tejidos, "papel", sobre la piel humana, sobre la alfarería o cualquier superficie; estos sellos en conjunto formaban los códices:

Referente a la impresión sobre la piel humana, tenemos muestras de algunos cronistas, pero especialmente de Fray Diego de Landa, quien refiriéndose a los mayas dice que [[untaban cierto ladrillo de xabón que tenían labrado galanas labores]], con lo cual se identifica la pieza que conocemos como "sellos" o "pintaderas" y el grabado de diseños para la decoración corporal, ya que [[con aquel se untaban los pechos y bacos y espaldas]]. De las mujeres dice el mismo Landa que [[...labrábábnse el cuerpo de la cintura arriba salvo los pechos por los criar de labores mas delicadas y hermosas de los hombres]] (Landa 1928, 1 págs. 216-217).

Lo que se dice de los mayas es aplicable a todas las culturas de Mesoamérica, área en la que el instrumento es prácticamente universal: Por extensión podríamos aplicar esa explicación a otras regiones de la propia América o del Viejo Mundo. En el caso de las culturas mesoamericanas, los diseños presentan un estilo relativamente homogéneo. Es evidente que el sentido de estos diseños debe ser diferente del que les dieron otros pueblos de cultura más sencilla y de organización tribal.

Motolinía confirmando la opinión de Landa sobre los mayas, nos dice que [[... se pintaban para el baile y la guerra]] (Motolinía 1858 pág. 53). Motolinía se refiere a los indios del centro de México, donde sabemos que la guerra tenía un carácter sagrado y ese mismo sentido es el que hay que atribuirle al término [[baile]]. Esa explicación y la interpretación de la mayor parte de los diseños de los "sellos", nos permiten comprobar, cual era la función de las pinturas corporales realizadas mediante la impresión de los diseños de los sellos: su valor sagrado es innegable.

El adorno corporal, por lo tanto, no tiene una función estética en el sentido literal de la palabra, sino que sería un adorno con función religiosa: tanto en el caso de las pinturas explícitamente destinadas a los guerreros como las que solo pudiesen usar los sacerdotes en sus danzas y rituales.

Existen numerosas pinturas pintadas en murales como los de Santa Rita y en códices como el Vaticano 3773, así como algunas esculturas por ejemplo el adolescente del Tamulín y otras, llevan claramente impresos diseños de sellos, con esto podemos calibrar hasta que punto los diseños de estos eran importantes desde el punto de vista del mundo sacralizado de los aztecas y otros pueblos del centro de México e incluso de algunas otras regiones como la de la cultura huasteca.



De ahí que muchos de los diseños de los "sellos" o "pintadēras" representen divinidades, o símbolos relacionados con las divinidades. Por ejemplo de Quetzalcoatl, o símbolos de él como el avo, la rodela o el xonecuilli de Quetzalcoatl; Huilitlopchtli; Tlaloc; Xochiquetzal; Xochipilli; Xiuhcouatl; Chicomecoatl; dios del Pulque; Mictlantecuhlli, o los cráneos o conchas del mismo dios; Tecziztli; Tonatiuh; Ollin o movimientos solares; Ilhuil etc.(13)

Este proceso de estampado o impresión era frecuentemente utilizado como hemos mencionado en la decoración de alfarería. Estos sellos eran aplicados en la superficie de la "vajilla" cuando el barro todavía estaba flexible, el resultado era una decoración en relieve; la alfarería de San Antonio en Cuemavaca es un excelente ejemplo del uso de esta técnica hoy en día. Algunas veces los sellos eran utilizados como moldes para hacer toda la "vajilla" con este decorado.

Piel, ropa o papel, eran impresos aplicando previamente tinta al sello. Los indios estaban muy familiarizados con gran variedad de vegetales y minerales que les servían de tintes. Unos de los más comunes utilizados eran: ahumar el pino hasta que quedara negro, como tierra negra; Ocotl, Tiayacac, o carbón de pino, con tierra blanca o cal; Tizatlali y yeso. Chimaltzatl para el blanco; Achiolt, cochinilla, Nochistli y la savia de Escuahuilt, el árbol de la sangra para el rojo; Tecozahuil, tierra amarilla, y la savia de argemone, la espinosa amapola y el Zacatlascall un parásito de ciertos árboles tropicales para el amarillo; índigo para el azul; índigo mezclado con blanco y alumbre de turquesa para otro tono de azul. Los colores eran hechos en el suelo y mezclados con aceite de "chia" argemone mexicano o alumbre de Tlalxocotl.

Después de la conquista sus usos se restringieron a imprimir en alfarería, ropa de confección popular y en diversos lugares como identificación.(14)

(13) Ibid (10)

(14) Ibid (11)



3.3.3 Formas y tamaños.

Los sellos pueden presentar dos formas o modelos diferentes: por una parte tenemos las "planas" que consisten en un mango y una tabla o bloque plano de perfil variado en una de cuyas superficies se halla grabado un diseño cualquiera, que es el que sirve para imprimir; otro tipo son los "cilíndricos" consistentes en un cilindro hueco o sólido, a manera de rodillo, en cuya superficie se haya grabado el diseño en relieve, que es lo que va a servir para imprimir.

La forma es lo que indicaba su uso: las lisas eran utilizadas para estampar superficies llanas, las cilíndricas para cóncavas o convexas.

Los sellos cilíndricos tenían un surco a lo largo formando un hueco en el que se graba el diseño. Su ingenio fue lo que les permitió crear así muchas reproducciones del sello rotándolo encima de la superficie donde querían que apareciera. Estos tenían unas ranuras a la orilla del cilindro para rotarlos con dos dedos. Otros tenían una especie de alargamientos como rodillo de pastelero para girarlo con las dos manos.

Los tamaños variaban de acuerdo a la superficie o el espacio que iba a ser decorado, los más pequeños eran de aproximadamente un centímetro cuadrado; los más grandes cilíndricos especialmente medían 23 centímetros de largo, y provienen de Tlatilco.

Los patrones para imprimir eran rectangulares, circulares, elípticos, triangulares o irregulares, dependiendo del tipo de uso ornamental.

Los impresos que se hacían con cilindros tenían dos líneas paralelas en todo el rededor que les servían como márgenes para imprimir cinturones y fajas.(15)

(15) *ibid* (11)



3.3.4. Distribución geográfica.

Como es sabido los sellos se utilizaban en las antiguas culturas Mediterráneas. Sin embargo no existe una evidencia importante que sugiera que vienen del Antiguo Mundo. Investigaciones han demostrado que los sellos en el Nuevo Mundo han sido utilizados desde los tiempos más remotos. Tlahico, Los Remedios, La Venta etc. ofrecen una evidencia elocuente de esta afirmación. Los sellos aparecen entre los mayas aunque raramente en el antiguo imperio. Se han encontrado en Teotihuacan y Monte Alban. Fueron muy populares entre los Olmecas, Teotihuacanos, Totonacas y Nahuas.

Como se sabe los sellos eran artículos que se llegaban a comerciar, es por eso que los lugares donde fueron encontrados no son necesariamente sus lugares de origen.

En México fueron encontrados principalmente en el estado de Guerrero y en el área del Golfo de México, también en las tierras bajas del pacífico en el Istmo de Tehuantepec, en la península de Yucatán y en el sur de México.

En los Estados Unidos de Norteamérica se han descubierto en Indiana, Illinois, Arizona, Ohio, Michigan, Nuevo México y Florida.

En las Antillas y Puerto Rico entre los indios Taino, en Centroamérica, en Colombia entre los indios Quimbaya en el oeste del río Cauca, muestras de este lugar fueron hechas de acero y hojas de oro; en Ecuador y Brasil en las orillas del río Negro se utilizaban los sellos de madera; en el norte de Trujillo en Perú los grabados en calabazas se utilizaban como sellos. (16)

(16) *Ibid* (11)



3.3.5. Ejemplos de sellos y selección de los que se van a utilizar en el desarrollo del proyecto.

- 1) Tazón de Alfarería de San Miguel Amantla, D.F. La decoración se hizo a base de sellos. Publicado por la Escuela Americana-Internacional de Arqueología y Etnología, México 1911-1912.
- 2) Fragmento del códice Chalchihuitzin Vazquez, de San Salvador Zampango, Tlaxcala. Del museo Americano de Historia Natural de Nueva York. La decoración que se ve en los brazos de la figura fué hecha con sellos.
- 3) Sello de barro plano proveniente del Estado de Veracruz.
- 4) Sello de barro plano proveniente del Estado de Michoacán.
- 5) Sello convexo proveniente de la ciudad de México.
- 6) Sello cilíndrico proveniente del Estado de Veracruz.
- 7) Sello de hueso proveniente de Xochimilco, D.F.
(17) (18)

(17) *ibid* (11)

(18) ENCISO, Jorge. "design From Pre-Columbian México". Ed. Dover. Publications Inc. New York, 1971.



1



2



3



4



5



6



7



SELLOS REFERENTES A LA FAUNA

Sellos planos que muestran algunas variaciones de la serpiente azul "Xonecuilli". Todos fueron encontrados en el valle de México.

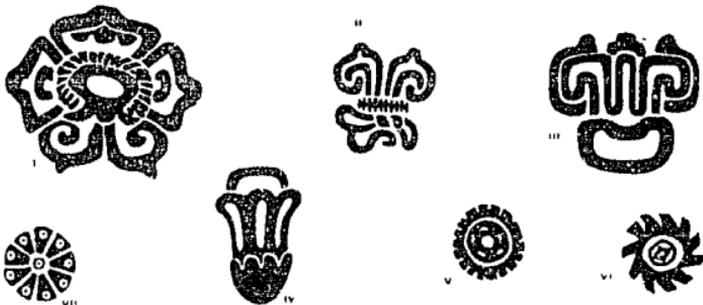


Sellos también planos que representan las conchas de mar en cortes transversales puede ser que parte de estos diseños, sean la base del diseño de "Quetzalcoatl". Fueron encontrados en la ciudad de México y en el área de Chalco.



SELLOS REFERENTES A LA FLORA

Sellos planos que representan a la flor "Xochitl". El I, el III y el VI provienen del estado de México. El II, IV y VII, fueron encontrados en Azcapotzalco, D.F. y el V proviene de Guerrero.



De sellos cilíndricos tenemos estas dos representaciones de flores; los dos fueron encontrados en Los Remedios, México, El II no se encuentra completo.



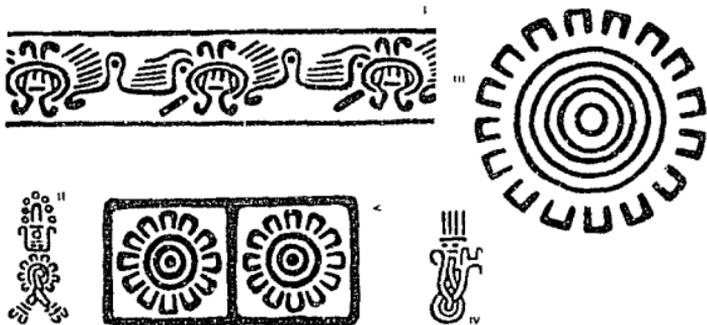
Varias flores fueron utilizadas como modelos para sellos. El I proviene de Ocotlán, Oaxaca y se encuentra actualmente en el Museo Nacional de México. El II, III y V provienen de la ciudad de México; y el IV es de Texcoco, México.



Estos sellos planos representan flores que no son indentificadas. El I es de Chalco; El II y el IV fueron encontrados en Texcoco. El III y el VII son de la ciudad de México. El V es de Xico. Y el VI proviene de Colima.



Sellos planos en donde fueron utilizadas las flores como modelos. El I, III y V provienen de la ciudad de México. El II y IV fueron encontrados en Guerrero.

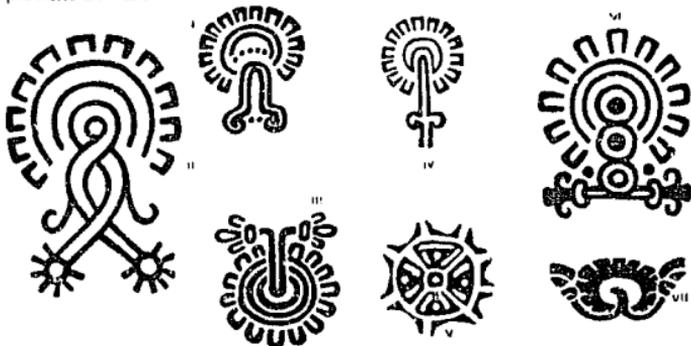


El I es un sello cilíndrico que proviene de Guerrero fué utilizado para su diseño la flor Xochitli. El II es un sello plano proveniente de Veracruz y esta decorado también a base de diseños florales. El III es un sello plano encontrado en Veracruz se utilizaba en la decoración de lo referente al maíz. El IV es un sellos plano floral y proviene de la ciudad de México.

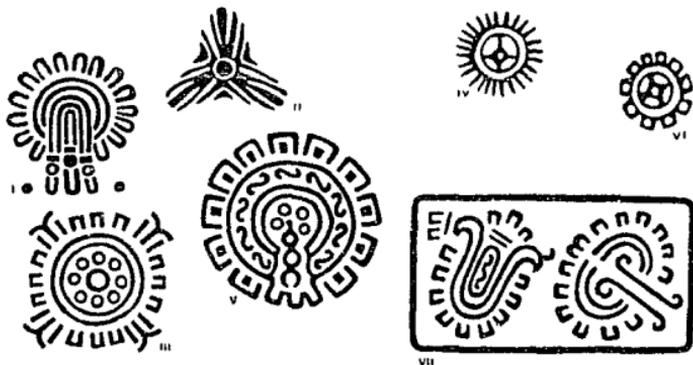


SELLOS DE FORMAS NATURALES

Sellos planos de diferentes diseños de flores. El I proviene de Texcoco, México. El II, III, IV y VI de la ciudad de México. El V fué encontrado en Tlatilco. Y el VII proviene de Oaxaca.



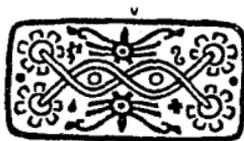
Sellos planos que igualmente representan flores. El I el III y el IV provienen de la ciudad de México. El II fué encontrado en Culhuacan, México. El V es de Chiahuzingo, Puebla. El VI y el VII provienen de Texcoco.





SELLOS DE FORMAS ARTIFICIALES

Sellos planos, decorados con símbolos que representan a un dios llamado Cinco Flores "Macuilxochitl", están combinados con pequeñas conchas, mariposas etc. Todos provienen del Estado de México.





3.4 ESTELAS

Las estelas son producto de la civilización maya, y se trata de esculturas de una sola piedra, tallada y grabada, todas ellas de forma vertical. Se grababan principalmente fechas y acontecimientos históricos importantes. La primera impresión cronológica maya la recibimos de las estelas de piedra de principios del siglo IV, cuando los jeroglíficos son ya un instrumento perfecto y complicado para medir el tiempo. No se han podido encontrar sus principios, lo que puede indicar que los primeros tanteos se hicieron en madera o en algún otro material no perecedero. Los instrumentos de los escultores mayas, eran principalmente de piedra, aunque posiblemente utilizaron también mazos de madera..

La civilización maya se divide en:

- 1) Preclásica aproximadamente 1500 ac. hasta 317 dc.
- 2) Clásica aproximadamente 317 dc. hasta 889 dc.
- 3) Postclásica aproximadamente 889 dc. hasta 1697 dc.

La Época Clásica en la región maya central puede dividirse en 2 periodos principales: Antiguo y Moderno. Puede considerarse que el Período Antiguo comenzó poco antes de la fecha maya contemporánea más antigua, aprox. 8.14.0.0.0., el año 317 de nuestra era, y terminó en 9.8.0.0.0. (593 dc.). Este período de casi tres siglos vio la expansión de las estelas fechadas al estilo maya, acompañadas por el techado en forma de bóveda de piedras saledizas, de la región de origen en el Petén casi hasta su máxima extensión. Aunque la arquitectura muestra mejoras y un refinamiento constante a través de este período, las esculturas de las estelas no se pueden caracterizar de igual manera.

La práctica de levantar estelas fechadas según el ejemplo maya, se expandió gradualmente a partir de la región del Petén y al menos en el Valle del Usumacinta al oeste, fue acompañada por el uso de construcciones de bóveda salediza. En Copán en el extremo sudeste del área maya, el levantamiento de estelas, la arquitectura de fina mampostería y la fabricación de cerámica policroma, parecen haber llegado simultáneamente; llevas seguramente por sacerdotes dedicados al culto religioso que se practica en la época Clásica.

Los mayas poseen una homogeneidad muy marcada en su escritura, calendario, arquitectura y arte dentro de una extensa área que abarcó, en la Época Clásica, cerca de 259,000 km² un territorio mayor que el ocupado por cualquier cultura en su etapa clásica.

El monumento más grande y más antiguo de piedra o estela, que se conoce hasta hoy es la Estela 9 de Uaxactún, que tiene la fecha maya 8.14.10.13.15 (año 328 de la era cristiana) o sea 7 años menos que la fecha de la placa de Leyden que indudablemente fue efectuada en la vecina ciudad de Tikal a solo 18 km al sur de Uaxactún.



Tanto la placa de Leyden como la estela 9 de Uuxactún, además de presentar las 2 fechas contemporáneas más antiguas, tienen en común otra característica significativa. Las fechas calendáricas que presentan, muestran la complicada estructura que es norma para todas las inscripciones mayas de la Epoca Clásica, parece ser que los sacerdotes mayas desarrollaban su singular escritura jeroglífica con el objeto de poner de manifiesto su sistema cronológico concebido en aquella época.

Uuxactún llama particularmente la atención del arqueólogo por 5 razones:

- 1) Posee la estela más antigua que se conoce en el territorio maya: la Estela 9 que data de 8.14.10.13.15, como ya hemos mencionada, además encierra 10 de las 13 estelas que se conocen fechadas en el Baktún 8, hacia el final del cual comenzaron los mayas a erigir monumentos de piedra.
- 2) Las más bellas vasijas de barro policromas.
- 3) Tipos arquitectónicos y fases de la cerámica que sirven de comparación en todo el territorio maya.
- 4) Tiene el primer observatorio astronómico de la Epoca Clásica.
- 5) La hermosa pintura mural de la Epoca Clásica.

De las 10 Estelas que posee a parte de la Estela 9, 4 están fechadas con seguridad y las otras 6 bastante aproximadas; de acuerdo a sus características de estilo datan de 337-435 dc.

Las figuras humanas grabadas en el frente de estos monumentos son de pobre proporción, y han sido crudamente ejecutadas. Se presentan generalmente de perfil parcial izquierdo, aunque ocasionalmente hay alguna de perfil parcial derecho, los pies uno tras otro, tocando con los dedos del más próximo (izquierdo) y el talón del pie más distante (derecho); los brazos y el torso están representados enteramente de frente y la cabeza de perfil, ya sea derecho o izquierdo. Está postura incómoda y casi imposible físicamente, es típica de todas las esculturas mayas más antiguas que se conocen.

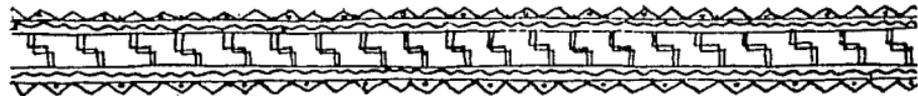
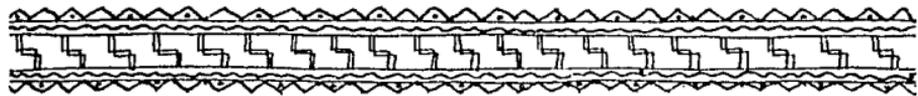
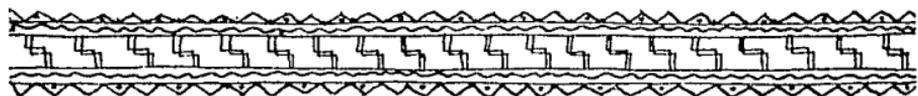
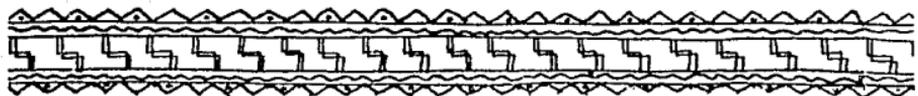


Hacia el año de 761 dc., se erigieron magníficas estelas en la ciudad de Palenque. En 790 dc. el culto de las estelas alcanzó su mayor expansión. Diecinueve ciudades erigieron monumentos indicadores de período para comenzar este final de Katún: en el Petén; Piedras Negras en el valle del Usumacinta, Copán y Quiriguá en el sudeste; Toniná, Santa Elena, Poco Uinic y Chinkultic en las tierras altas del sudoeste de Chiapas y Etzná en la mitad norte de Península de Yucatán. (Katún: período de 7200 días).

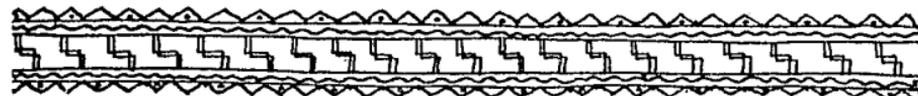
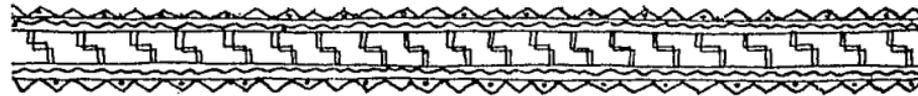
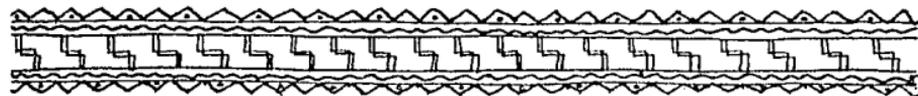
En 889 se erigió una estela dedicada al último Katún de la Epoca Clásica. No es concebible que las ciudades del área maya central hayan sido abandonadas inmediatamente después de que cada una había erigido su última estela.

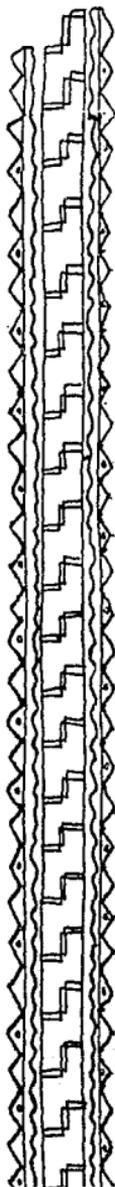
(19)

(19) SYLVANUS G. Morley. "La civilización Maya". Fondo de Cultura Económica, México, 9ª reimp. 1992.



IV ESTILOS DE LENGUAJE VISUAL



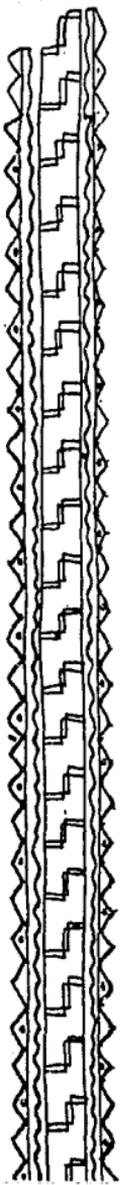


IV ESTILOS DE LENGUAJE VISUAL

La relación que existe entre el diseñador, y los objetos es precisamente la de ordenar información de manera que el receptor le sea de fácil lectura y rápida comprensión; la cual debe ser interpretada correctamente y se basará para ello en los códigos. Del paso del discurso hablado a la página impresa se pierden expresiones y gestos que ayudan a comprender el mensaje, el diseñador se encargará de manejar formas y rasgos de expresión visual para solventar las pérdidas. El fin será lograr una composición unificada y significativa valiéndose de recursos como el balance, o el contraste, etc. el medio de transmisión influirá en los resultados del mensaje.

Cualquier elemento de diseño, combina elementos tanto prácticos como estéticos; por ej. en un avión los elementos de reconocimiento prácticos tienen una importancia primordial y las consideraciones estéticas son secundarias; en una obra de arte abstracta, los elementos prácticos tienen una importancia limitada, ya que no se espera que funcione en ningún sentido práctico. Los diseños tienen que llevar a cabo una obra real y deben adecuarse a esa finalidad incluyendo también elementos importantes de buen gusto. (20)

(20) BETANZOS, Lilia. "Apuntes curso de Diseño Gráfico 7º sem. septiembre 1992.



4.1 El estilo del arte.

El estilo es lo que manifiesta el carácter totalista de una cultura, constituye el signo visible de su unidad [al tiempo que] refleja o proyecta la "forma interior" del pensamiento y el sentimiento colectivo. (Shapiro, 1962 pág. 8).

Pero para poder entender lo que es estilo; es importante destacar ciertos aspectos y definirlos como son: diseño, rasgo, manera o modo de hacer, secuencia, ritmo, armonía, expresión y/o emoción. Así pues estos "son" los componentes del estilo y se pueden dividir a su vez en:

- a) componentes formales (diseño y rasgo).
- b) manera o modo de hacer.
- c) ordenación espacial (secuencia, ritmo y armonía).
- d) cualidades (expresión y/o emoción).

Diseño: es el trazo, delineación o dibujo de un motivo o tema concreto.

Sin duda uno de los componentes que da mayor carácter a la obra de arte; por ejemplo la representación de un caballo cuán distinto es el resultado si comparamos los caballos prehistóricos de la cueva de Lascaux con los caballos de las metopas del Partenón, con los de un biombo chino o con los de una pintura seca de los indios navajos.

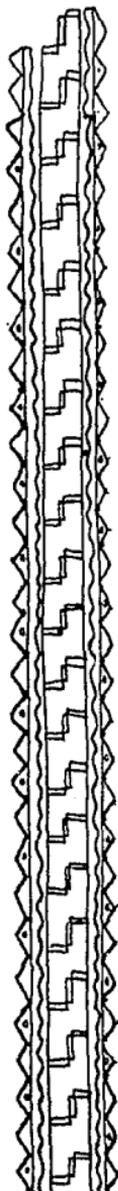
El tema o motivo es el mismo, mientras el diseño es en cada caso es tan diferente entre sí como son semejantes si comparamos distintos ejemplares de cada clase o grupo.

Rasgo: es el resultado del trazo de un diseño o la parte de un diseño, tanto si esa parte es esencial como si no lo es.

Es decir puede ser un aspecto remarcado o un detalle de un determinado diseño. Los arqueólogos están acostumbrados a tratar con rasgos. Un rasgo puede ser el ojo llamado [grano de café], que apareciendo en numerosas culturas, viene a describir con precisión el [resultado del trazo de un diseño]. Muchas veces el rasgo implica una manera o modo de hacer, ya que viene a ser el resultado material de esa manera de hacer. La manera de usar los pinceles dará como resultado una pincelada que es un rasgo del pintor, o de la pintura.

Manera de hacer: es el modo de hacer un diseño que representa un motivo o tema completo.

Esta tiene que ver fundamentalmente con el [oficio]; es ahí donde se ve la habilidad del artesano o del artista; el como se maneja el cincel o la gubia se aprecia luego por como quedó la obra una vez concluida; esa habilidad es un factor independiente del tipo de arte que se está contemplando: hay obras bien y mal hechas en pinturas al óleo del siglo XIX europeo y en escultura en jade de la cultura olmeca, en la pintura naïf de los anturarios católicos actuales y en la escultura de los postes totémicos Kwakiutl.



Secuencia: es la sucesión repetida o variada, rítmica o no, de uno o varios diseños en una composición gráfica.

Esto se refiere no solo a la sucesión seriada, repetida o variada de uno o varios diseños, de manera rítmica o no, sino a la colocación con otros criterios, especialmente de carácter simétrico, pero no necesariamente tiene que ser de ese carácter. Una secuencia seriada sería una cenefa, por ejemplo: una secuencia simétrica a su vez podría tener una simetría central, o un eje de simetría etc. En realidad todo tipo de geometrías o de formas geométricas, exactas o inexactas, caben dentro del concepto de secuencia.

Ritmo: Es el orden en la presentación o en la colocación de los diseños en una composición gráfica; tiene una estrecha relación con secuencia, con la simetría y con las figuras geométricas exactas e inexactas, pero el orden de presentación de los diseños también puede ser aritmético.

Armonía: es la proporción y equilibri entre unos diseños y otros, de manera que su relación sea acorde.

Viene a presentar el equilibrio interior de la composición y de las figuras complejas; puede referirse al ordenamiento de las masas en un óleo, o a las proporciones de las partes en una escultura unipersonal; representa el orden interno, mental, que el artista a representado en su obra.

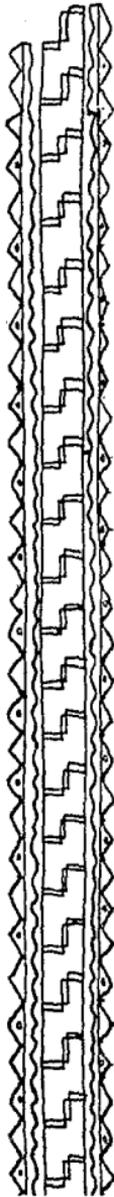
Expresión y emoción: la 1ª es la "dicción" clara de lo que se pretende o se tiene como finalidad; la 2ª es aquella que mueve el ánimo del espectador a la obra.

Estas cualidades son las más difíciles de definir y enmarcar, pero quizás son también las de mayor peso específico en la determinación del estilo. Una obra de arte es expresiva cuando dice lo que el artista consciente o inconscientemente ha querido decir; a través de la cual se pueden descubrir los más profundos mecanismos de la cultura a la que pertenecen artista y obra de arte.

La emoción, por último es el hábito humano que el artista puede transmitirnos a través del estilo y que tendrá que ver fundamentalmente con los fines para los que la obra de arte haya sido destinada: en ocasiones será la pura emoción de la belleza, pero en otras el artista querrá provocar en su espectador el terror cósmico, como el caso de las esculturas aztecas: la Cuatlicue o la Coyolxauhqui del Templo Mayor.

Es claro sin embargo, que en las culturas o civilizaciones más complejas no existe un único estilo, sino que conviven una serie diversa de estilos. Su existencia, al igual que los tipos, está regida por leyes estadísticas de mayor o menor popularidad, pero en cualquier caso apuntan a una realidad de carácter histórico ineludible: la que rige los procesos de cambio y continuidad. De acuerdo con tales principios hay estilos que cambian o desaparecen, mientras otros perduran. (21)

(21) *Ibid* (10)



4.2 Los recursos gráficos en la creación de un estilo.

Un diseñador trabaja con normas prácticas basadas en el entrenamiento, el conocimiento, el análisis, la experiencia, la investigación y la intuición, sigue procesos lógicos y prácticos, los recursos prácticos pueden ser:

Equilibrio: es el equilibrio no solo de un cuerpo en el espacio, sino que establece un centro de gravedad entre todas las partes de un campo, donde todas las fuerzas están en igualdad de oposición. Existen varios tipos:

*Axial *Radial *Oculto *Simétrico

Es importante que un diseñador tenga equilibrio y coherencia, que la mirada sea conducida con naturalidad por el diseño de un modo controlado, y el efecto general sea agradable, que la acción no sea confinada en una área determinada, sino que este dispuesta de un modo equilibrado.

Fondo y Figura: toda experiencia visual se articula espontáneamente en forma de "fondo y figura". El "fondo" carece de contornos acusados, aparece como envolvente, por lo general pasa desapercibido. La "figura" tiene forma y contornos definidos aparece encerrada en sí misma, es más llamativa. El "fondo" es más grande que la figura y más simple. La "figura" se percibe por contraste en el campo visual.

Tanto la figura como el fondo tienen forma, una es positiva y la otra es negativa; se pueden realizar esquemas reversibles de fondo y figura dándoles el mismo valor a una y a otra.

Movimiento: implica dos ideas, cambio y tiempo, es la sugerencia que se logra en un orden plástico, debido a la aplicación de la organización de determinados elementos formales o lineales y el campo que los contiene, a través del cual las figuras son atraídas o repulsadas, provocando la sugerencia de movimiento. Existen varios tipos:

*Centrífugo *Descriptivo *Diagonal *Fisionómico *Ilusorio
*Estroboscópico

Proporción: relación en magnitud, cantidad o grado de un elemento, con otro marcado por una recurrencia regular. Existen varios tipos:

*Proporción Aurea *Serie de Fibonacci *Razones numéricas simples etc.

Ritmo: es un movimiento virtual, (de existencia aparente no real) ordenado, provocado a través de la percepción de acentos e intervalos, establece un orden de conjunto temporal; el ordenamiento rítmico, establece una relación de movimiento sugerido entre las partes de la unidad plástica. Existen varios tipos:

*Progresivo *Regresivo *Intrínseco *Cíclico *Percusivo *Continuo

Simetría: la forma de equilibrio más fácil, es obvia y pobre en variedad, surge de la acumulación de dos o más cuerpos iguales, en relación de una parte con otra y con el todo, repetición regular de motivos, en circunstancias similares, iguales, parecidas o afines. Clasificación:



*Ortosimétricos: puntiformes y rectos

*Kirtosimétricos: planos y curvos

Existen varios tipos:

*Isométrica *Horneométrica *Catamétrica

Superposiciones:

*Rotación *Abatimiento *Reflexión especular *Extensión y sus combinaciones

Textura: elemento visual que tiene estrecha relación con la cualidad táctil de una superficie que proviene de nuestra experiencia.

Color: la elección de colores demuestra también la necesidad de equilibrar una moda con valores estéticos más duraderos; teniendo en cuenta el efecto psicológico.

Ornamentos: pueden ser los recuadros; consideraciones similares se aplican a otros elementos de diseño en la rta. hay pocas líneas y ángulos rectos, al utilizarse estos se están haciendo afirmaciones sobre el producto, el servicio o la empresa, un ángulo regular indica precisión y estructura y un ángulo curvo es más relajado.

Moda: todos sabemos que aquello que está de moda en un momento determinado, puede resultar muy anticuado pocos años después, es mejor hacer un trabajo más intemporal. Por otra parte las identidades equilibradas coherentes y bien trabajadas, pueden ser actualizadas, modificadas, invertidas o cambiadas a otras maneras sin destruir su integridad. (22)

(22) Ibid (20)



5.1 Imagen, forma y percepción.

IMAGEN

La *imagen* es un soporte de la comunicación visual, que materializa un fragmento del mundo perceptivo (entorno visual), susceptible de subsistir a través del tiempo y que constituye una de las componentes principales de los mass media; es una concretización material de una serie de formas más o menos reconocibles. La imagen puede ser descriptiva de una situación, un objeto o una serie de situaciones. es una representación lo más natural posible, que capte o cree captar el ojo humano. El fenómeno de la seriación de imágenes, del desarrollo iconográfico, forma una mentalidad nueva en el terreno de la comunicación visual.

Toda *imagen* es caracterizada por:

- su grado de figuración, correspondiente a la idea de representación por la imagen de los objetos o seres conocidos intuitivamente por nuestros ojos en el mundo exterior, foto, escultura, etc...
- su grado de iconicidad, correspondiente al grado de realismo de una imagen con respecto al objeto que representa: la esquematización es el proceso del espíritu, por el que se deduce a partir del mensaje una imagen (la representación del objeto), correspondiente a los caracteres objetivos de la percepción visual.

Existen otras dimensiones propias del mundo de las imágenes:

- 1.- su complejidad: grado de complejidad creciente; esquema-ícono.
- 2.- su carácter histórico: Napoleón como emblema.
- 3.- imágenes en color o blanco y negro.
- 4.- su calidad técnica: imágenes buenas y malas, desde el punto de vista de su "nitidez", su posibilidad de "reproducción", de su "contraste", la vivacidad de sus colores, etc.
- 5.- el formato de la imagen: variación en cuanto al campo que ocupa en el espacio visual X. (23)

Tipos de imágenes:

- el dibujo con trazos
- el dibujo sombreado
- el dibujo con colores
- la fotografía, testimonio no retocado (documento de autenticidad)
- la fotografía reconstruida (técnicas de emergencia, utilización de computadoras)
- la fotografía sobrecargada retocar con pluma
- la falsificación fotográfica, "perseguir" con una fotografía una segunda intención

(23) Ibid (22)



- la colección, integración de un hecho o de un concepto a partir de la multiplicidad de imágenes parciales (serie de mapas o de vistas)
- el diagrama, recoge aspectos no realistas, como el corte de un objeto, no se sobrecarga de información innecesaria, excelente cuando se trata de explicar conceptos (24)

La *imagen* busca según los casos, volverse lo más realista posible, erigirse como sustituto de la cosa que representa, o por el contrario, esquematizar lo real y así facilitar las etapas para su comprensión.

La *imagen* depende en gran medida del tipo de audiencia; por ejemplo un artesano considera probablemente que una ilustración dibujada o pintada esta más acorde con su trabajo tradicional que una fotografía.

(24) MOLES, Abraham A. "La imagen: comunicación funcional". Sigma, México 1991.



FORMA

La *forma* es el sentido de la imagen; " es la energía activa que en su esfuerzo por colmar el anhelo de la materia, la impulsa desde su interior y origina seres plenamente constituidos en unidad.

La *forma* resiste a la deformación, a la perturbación, tiene una especie de fuerza de impregnación de la conciencia del espectador. Ella es quien va a organizar el movimiento de los ojos que buscan el descubrir un sentido en la imagen, y a medida que la forma se hace más fuerte el movimiento se vuelve estereotipado.

Las propiedades visuales de la *forma* son:

1.- *el contorno*: principal característica distintiva de las formas, el fruto de la específica configuración de las superficies y aristas de las formas.



2.- *el tamaño*: las dimensiones verdaderas de la forma son longitud, ancho y profundidad; su escala esta determinada por su tamaño en relación al de otras formas del mismo contexto.



3.- *el color*: es el matiz, la intensidad y el valor de tono que posee la superficie de una forma.



4.- *la textura*: característica superficial de una forma, afecta tanto a las cualidades táctiles como a las reflexiones de la luz.



(25)



PSICOLOGIA DE LA FORMA

Posición en el espacio de una *forma* o *imagen*:

- hacia la derecha transmite futuro o camino hacia adelante.
- hacia la izquierda se refiere a volver al pasado o recordar algo.
- hacia arriba transmite fantasía o intelectualidad.
- hacia abajo realidad.
- atrás y adelante produce lojanía o cercanía.
- centrada realidad y equilibrio.
- la cercanía con márgenes y límites da la sensación de inseguridad, necesidad de un soporte.

Tamaño de la *forma* en cuanto a su referencia con el entorno.

- grande corre el riesgo de que invada, pero puede imponer.
- pequeño puede resultar insignificante.
- mediano produce seguridad y confiabilidad.

Trazo de la *forma* referente al grado de energía.

- delgado fuera de la realidad, poca energía y mucha paz.
- grueso fuerza, mucha energía, necesidad de seguridad.
- discontinuos poca seguridad y poca energía.

Forma de la línea.

- rectas agresividad, impone, grandeza.
- curvas sensibilidad, emotividad, pasión y un poco de hipocresía también.

Formas demasiado largas.

- verticales elegancia, sofisticación, tienden a la fantasía.
- horizontales elegancia, sofisticación, tienden a la realidad. (26)

Muchos detalles: rebuscado, metódico, poco práctico, orden, meticulosidad, poco creativo y tradicionalista.

Pocos detalles: con líneas rectas elegancia, armonía, practicidad, seguridad, sinceridad y claridad.

El movimiento se produce con inclinaciones de los trazos, da mayor idea de capacidad, inteligencia y actividad.

Simétricas: apegamiento a la realidad con bases firmes.

Asimétrico: alejamiento de la realidad y creatividad.

(26) BEAUMONT, Michael. Type and Color". Ed. Hermann Blume, Madrid 1988.



LEYES DE LA TEORIA DE LA FORMA (VISUAL)

- 1) El todo es diferente a la suma de sus partes.
- 2) Una forma es percibida como un todo, independientemente de las partes que la constituyen.
- 3) Ley Dialéctica: toda forma se desprende de un fondo al que se opone. Es la mirada quién decide si "X" elemento del campo visual pertenece a la forma o al fondo.
- 4) Ley del Contraste: una forma es tanto mejor percibida, en la medida en que el contraste entre la forma y el fondo sea más grande.
- 5) Ley de Cierre: una superficie cerrada resulta más estable que una superficie abierta y sin límites. Hay que mencionar que los triángulos, cuadriláteros y círculos producen un efecto de cerramiento, aún cuando no están unidas sus líneas.
- 6) Ley de Complección: si un contorno no está completamente cerrado, el espíritu tiende a cerrar este contorno, incluyendo allí los elementos que son más fáciles de incluir en la forma.
- 7) Noción de Pregnancia: la pregnancia es la cualidad que caracteriza la fuerza de la forma, que es la dictadura que la forma ejerce sobre el movimiento de los ojos.
- 8) Principio de Invarianza Topológica: una forma resiste a la deformación que se le aplica, y lo hace de manera tanto mejor cuando su pregnancia sea mayor.
- 9) Principio de Enmascaramiento: una forma resiste a las perturbaciones (ruido, elementos parásitos) a los que esta sometida. Esta resistencia será mayor si la pregnancia de la imagen es más grande.
- 10) Principio de Birkhoff: una forma será tanto más pregnante, cuanto mayor sea el número de ejes que posee.
- 11) Principio de Proximidad: los elementos del campo perceptivo que están aislados, tienden a ser considerados como grupos o formas secundarias de la forma principal. Así pues los elementos más cercanos en el plano gráfico tienden a relacionarse ante nuestros ojos.
- 12) Principio de Memoria: las formas son tanto mejor percibidas por un organismo cuanto mayor sea el número de veces que hayan sido presentadas a ese mismo organismo en el pasado.
- 13) Principio de Jerarquización: una forma compleja será tanto más pregnante cuanto que la percepción está mejor orientada de lo principal a lo accesorio; es decir, que sus partes estén mejor jerarquizadas.

(27)

(27) *ibid* (24)



PERCEPCION

Según la psicología experimental, el origen de la percepción se halla en la sensación. Se ha definido la percepción como una sensación acompañada de conciencia y se ha llegado a la conclusión de que nunca se perciben sensaciones aisladas, sino una multiplicidad de ellas que son ordenadas por los factores "innatos" (estructuras nerviosas matricias) y los "adquiridos" (aprendizaje, condicionamientos culturales y sociales etc.) que forman las imágenes, las cuales son así mismos símbolos de una forma superior de conocimiento de los conceptos. (Psicología de la Gestalt)

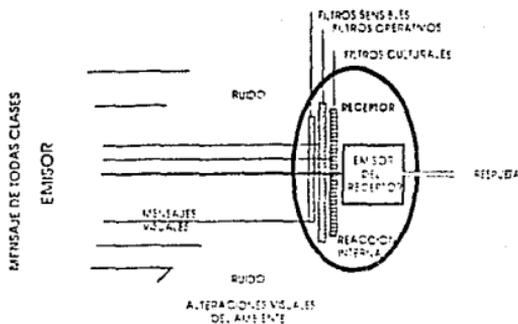
Así pues, percibir significa, entre otras cosas, captar los "universales", las cosas que están denominadas y en correspondencia con las palabras como unidades de nuestro pensamiento: una silla por ej: es un objeto con 4 patas, un respaldo y una parte plana, culturalmente familiar, información elemental de conciencia. Pero requiere de un cierto tiempo de aprendizaje, de educación, para adquirir estos "universales", además implica un esfuerzo del ser con el mundo para establecer esta relación. Por ej: acertamos a construir una imagen parcial del objeto a partir de sus propiedades: 4 patas, una superficie plana y un respaldo, produciendo muy variados resultados... Y esto es muy importante, ya que nos lleva a comprender que diferentes culturas conciben de diferente manera un mismo objeto. (28)

Todas las escuelas están de acuerdo en describir la percepción como una actividad del individuo, los mensajes del mundo exterior no son recibidos positivamente, si no elaborados por un proceso sensorial y mental complejo. (29)

(28) ROSS, Raymond S. "Persuasión, comunicación y relaciones interpersonales". Ed. Trillas, México 1978.

(29) ALVA MARTINEZ, Ernesto; SCHARA ICKOWICZ, Sara. "El color en la Arquitectura". Promotor COMEX, Lito Process S.A de C.V. México 1992.

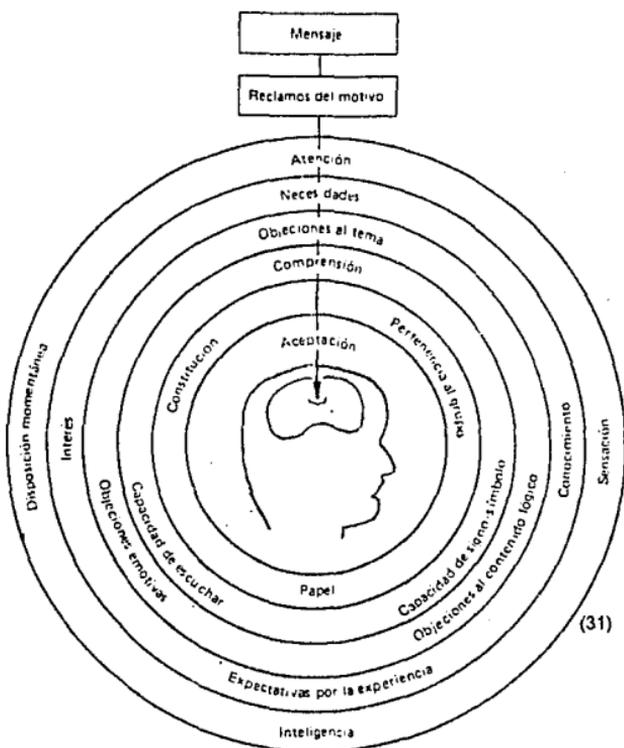
FILTROS Y BARRERAS DE PERCEPCION DEL MENSAJE



(30)

(30) MUNARI, Bruno, "Diseño y comunicación visual, contribución a una metodología didáctica". Ed. G.G. Barcelona 1965.

FILTROS Y BARRERAS DE PERCEPCION DEL MENSAJE



(31) Ibid (28)



5.1.1 Simetría

La *simetría* indica la posición que ocupan las partes de un todo entre sí y con el espacio que las rodea. Esta dada por la relación de una parte con otro y de las partes con el todo. Su expresión manifiesta se encuentra en la repetición regular de motivos y circunstancias similares o iguales, parecidas o afines. La *simetría* provee la base natural para un ordenamiento sistemático de la variedad de todas las formas. (32)

La *simetría* se determina apartir de una muestra elemental, que es el agrupamiento más pequeño de motivos (figuras).

Para evidenciar la *simetría* se utilizan *operaciones de superposición*, esto quiere decir que las cosas, cuya simetría se quiere analizar se superponen consigo mismas, mediante convenientes cambios de posición.

Los cuerpos geométricos se clasifican según los órganos de simetría, que pueden ser puniformes, rectos y planos (ortosimétricos) o curvos (kirtosimétricos).

Simetría Isométrica: los motivos no son distinguibles entre sí y su disposición se repite uniformemente.



Simetría homeométrica: los motivos son semejantes entre sí (por ejemplo igual forma y diferente tamaño) y aumentan o se repiten en sucesión monótona, de manera tal que un motivo se modifica con respecto al siguiente en tamaño, posición o situación, según una ley cualquiera. El conjunto esta definido por la variación del motivo y la variación de su repetición.



Simetría Catamétrica: los motivos no tiene igual tamaño y forma; pero están vinculados entre sí por una relación común, o sus formas continúan siendo análogas y su sucesión está vinculada por una ley. Ej. la sucesión de polígonos regulares referidos a la circunferencia y ordenados según el número de vértices.



(32) K:L: WOLF, D. Kuhn. "Forma y Simetría". Ed. Universitaria de Buenos Aires, argentina 1959.



OPERACIONES DE SUPERPOSICIÓN Y SU COMPOSICIÓN

- 1) *Identidad (I)*: es la representación invariada del objeto sobre sí mismo. /
- 2) *Traslación (t)*: es un corrimiento simple en línea recta.
- 3) *Rotación (r)*: es el giro del cuerpo alrededor de un eje, el eje de rotación. R
- 4) *Reflexión especular (s)*: es un retrato bilateral en el que invierten los lados. Puede efectuarse según ejes o planos S del cuerpo considerado (el ojo humano tiene mayor percepción en posición vertical).
- 5) *Extensión (e)*: es una variación o multiplicación monótona del motivo, desde un punto singular o punto de extensión E en el cual el motivo permanece semejante a sí mismo.

Existen otras simetrías compuestas que se dan de la combinación de las básicas:

- 6) *Movimiento Helicoidal (tr)*: o rotación traslatoria; es el acoplamiento de rotación y traslación y de una operación independiente, que como la reflexión traslatoria, siempre está unida a la traslación pura.
- 7) *Reflexión traslatoria (ts)*: es el acoplamiento de traslación y reflexión especular a lo largo de un eje de reflexión traslatoria TS.
- 8) *Reflexión rotatoria (rs)*: es el acoplamiento de rotación y reflexión especular.
- 9) *Extensión traslatoria (te)*: es un acoplamiento de traslación con extensión y se produce a lo largo de un eje de extensión TE.
- 10) *Extensión rotatoria (re)*: es el acoplamiento de rotación y extensión alrededor del punto de extensión rotatoria RE.
- 11) *Extensión refleja (se)*: es el acoplamiento de reflexión especular extensión.
- 12) *Extensión helicoidal (tre)*: es el acoplamiento de traslación, rotación y extensión a lo largo del eje de extensión helicoidal TRE.
- 13) *Extensión reflejo-traslatoria (tse)*: es el acoplamiento de traslación, reflexión especular y extensión a lo largo del eje de extensión reflejo-traslatoria TSE.
- 14) *Extensión reflejo-rotatoria (rse)*: es el acoplamiento de reflexión especular y extensión a lo largo del órgano de extensión reflejo-rotatoria RSE.



OPERACION DE SUPERPOSICION

CARACTERISTICA

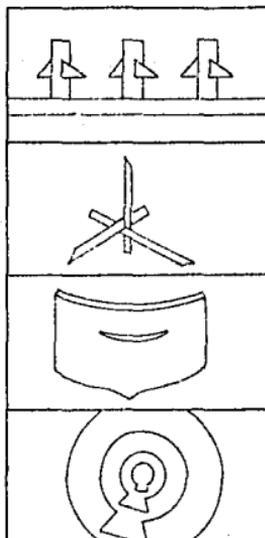
2) *Traslación* (t)

3) *Rotación* (r)

4) *Reflexión especular* (s)

5) *Extensión* (e)

EJEMPLO



OPERACION DE SUPERPOSICION DEL EJEMPLO

t

r

s

e



ESTRUCTURAS Y FORMAS DE SIMETRÍA

La estructura, por regla general impone un orden y predetermina las relaciones internas de las formas de un diseño. La estructura puede ser formal, semiformal o informal. Puede ser activa o inactiva. También puede ser visible o invisible.

* **Formal** : se compone de líneas estructurales que aparecen construidas de manera rígida, matemática. Las líneas estructurales habrán de guiar la formación completa del diseño. El espacio queda dividido en una cantidad de subdivisiones, igual o rítmicamente y las formas quedan organizadas con una fuerte sensación de regularidad.

Los diversos tipos de la estructura formal son la repetición, la gradación y la radiación.

* **Semiformal**: es habitualmente bastante regular, pero existe la ligera irregularidad. Puede componerse o no de líneas estructurales que determinan las disposiciones de los módulos,

* **Informal**: carece normalmente de líneas estructurales; su organización es generalmente libre e indefinida.

* **Inactiva**: sus líneas estructurales son puramente conceptuales. Son construidas en un diseño para guiar la ubicación de formas o de módulos, pero nunca interfieren con sus figuras ni dividen el espacio en zonas distintas, donde pueden ser introducidas las variaciones de color.

* **Activa**: se compone de líneas estructurales, que son a sí mismo conceptuales. Sin embargo las líneas estructurales activas pueden dividir el espacio en subdivisiones individuales, que interactúan de varias maneras con los módulos que contienen:

a) las subdivisiones estructurales aportan una completa independencia especial para los módulos. Cada módulo existe aislado, como si tuviera su propia y pequeña referencia a un marco. Puede tener un fondo de color diferente al de sus módulos vecinos. Se pueden introducir eficazmente formas positivas y negativas.

b) dentro de la subdivisión estructural, cada módulo puede ser trasladado para asumir posiciones exéntricas. Pueden incluso deslizarse más allá de la zona definida por la subdivisión estructural. Cuando esto ocurre puede cortarse la porción del módulo que queda fuera de los límites, tal como esto quedan claramente marcados por las líneas estructurales inactivas.

c) cuando el módulo penetra en el dominio de una subdivisión estructural adyacente, puede considerarse esta situación como el encuentro de dos formas y puede procederse como se desee a la penetración, la unión, la sustracción o la intersección.



d) el espacio aislado por un módulo en una subdivisión estructural puede ser reunido con cualquier módulo o subdivisión estructural vecina.

* Invisible: las líneas estructurales son conceptuales, incluso si cercenan un fragmento de un módulo. Tales líneas son activas pero son líneas invisibles, de un grosor mensurable.

* Visible: esto significa que las líneas estructurales existen como líneas reales y visibles, de un grosor deseado. Tales líneas deben ser tratadas como una clase especial de módulo, ya que poseen todos los elementos visuales y pueden interactuar como los módulos y con el espacio contenido por cada una de las subdivisiones estructurales. Las líneas estructurales visibles pueden ser positivas y negativas y pueden ser combinadas en el mismo diseño. (33)

(33) WONG, Wucius. "Fundamentos del diseño bi y tri-dimensional". Ed. G.G. España 1989.



5.1.2 Tipografía

Para hablar de "tipografía", es necesario entender primero el concepto de *tipo*: es el término general, usado para designar todos los variados estilos de letras existentes en tipografía.

TIPOGRAFIA es el arte o diseño general y aspecto del material impreso usando tipos. (Alan Swan, Como diseñar retículas)

En diseño, existe una variedad casi infinita en lo que a tipos se refiere. Y es que desde hace siglos, han sido creados, al principio se trataba de letras moldeadas a mano partiendo de las letras romanas y llegando así hasta las fundiciones manufacturadas de tipos de impresión que forman colecciones de alfabetos junto con números y algunos otros elementos de escritura de un mismo estilo.

La evolución ha sido muy grande, ya que al principio las letras se tallaban en madera, después se utilizaron los tipos metálicos, y a la fecha se manejan archivos computerizados, lo que se conoce como fotocomposición, ya que se presenta en fino papel fotográfico o en cualquier hoja de papel para impresión.

El *tipo* es muy importante en la creación de un diseño, ya que por sí mismo, expresa mensajes, así que debe de estar bien definido lo que se desea transmitir por medio del diseño, en el momento de la elección del tipo.

Por ejemplo si se trata de un producto que deba parecer antiguo, el tipo que se debe utilizar debe producir una idea nostálgica para crear un vínculo con el pasado y proyectar a su vez una imagen clásica; y si al contrario se aplicara un tipo moderno, se produciría un rompimiento de imagen y el mensaje sería confuso; así mismo si el tipo moderno se aplicará a un proyecto tecnológico o contemporáneo el mensaje volverá a ser adecuado y congruente; ya que logra proyectar una imagen profesional y controlada, desprovista de fantasías. (34)

El tiempo que tenga un tipo diseñado, no es determinante en su funcionalidad, lo mismo sirve un tipo creado por Gutenberg que el más reciente producto de un concurso en el último año, por que es la naturaleza del proyecto la que va a definir el adecuado. Muchas veces los tipos viejos reviven y se convierten en imágenes cotidianas y populares, con el mismo éxito de un tipo recién creado que pertenezca a la corriente artística actual. Simplemente hay que tener cuidado con la combinación de tipos muy variados, ya que cada uno expresa un mensaje definido.

El manejo de la tipografía aunque parece simple resulta muy complejo, ya que las letras o tipos, fueron creados para representar sonidos, sin embargo estos no siempre tienen semejanza con lo que suponen representar.

(34) MARCH, Marion. "Tipografía Creativa". Ed. Gustavo Gilli, Barcelona 1989.



Así pues, las palabras que originalmente eran sonidos se transforman en símbolos sobre papel con un poder inherente para ayudar a expresar y perpetuar los pensamientos. Estas palabras que ya transmiten información por sí mismas dispuestas en un orden determinado comunican ideas complejas.

Sin embargo el transformar las letras de su forma tradicional a alguna más atractiva siempre debe de tener presente que la legibilidad es lo más importante, comprobando una vez más que lo importante no es lo que se dice, sino la manera en que se dice, sin descartar que la lectura debe de ser fácil, rápida y clara.

Hay ciertos factores que condicionan la legibilidad en un rótulo o texto:

- 1.- características de los tipos (clasificación).
- 2.- el tamaño de la letra o medida del tipo.
- 3.- el espacio de la letra e interlineado.
- 4.- formato, composición y disposición del texto.
- 5.- la tipografía y el color. (35)

Características y clasificación de los tipos:

como ya hemos mencionado cada tipo transmite mensajes en un tono determinado. "Así pues, se supone que los tipos de palo seco dan un aire de eficiencia técnica, capaz de reflejar la actuación y los éxitos de una empresa; sin embargo analizando las diferencias entre los distintos caracteres podemos decidir si eso es necesariamente cierto, sin embargo si se le da un tratamiento gráfico personal a un tipo determinado, se puede modificar su carácter". (Marion March, *Tipografía Creativa*).

Los tipos se clasifican en fuentes y familias:

Las *fuentes* se refieren a los caracteres de la misma clase en un mismo tamaño, habitualmente incluye mayúsculas o caja alta, caja baja, cifras y signos de puntuación.

Las *familias* es un grupo en el cual todos sus componentes responden a un determinado diseño tipográfico. Cada familia tiene diferentes variaciones como: cursiva, bold, negrita, media, delgada, condensada y espaciada.

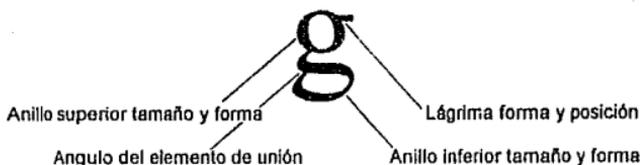
Existen 4 diferentes familias: románica, egipcia, san serif o palo seco y script.

Algunos conceptos importantes en características de tipos son:

- san serif: sin patines
- condensada: designa tipos de ojo estrecho y alargado
- versales: letras mayúsculas de las fuentes de tipos
- versalitas: letras mayúsculas o versales más pequeñas de una misma fuente
- ligaduras: dos o más letras unidas a otras en una sola pieza
- cuerpos: medida del tipo desde el límite inferior descendente hasta el superior de la parte ascendente.

(35) BORJA RUY SANCHES, Ana Lilia. "Proyecto de señalización para el centro recreativo Universo Feliz" Tesis Universidad Iberoamericana, México 1980.

Análisis de los diferentes elementos del tipo:



Dentro de las características de los tipos, también se encuentran los trazos a mano. Estos garabatos, trazos a mano o trazos libres tiene un carácter muy especial, pueden producir intimidad, calidez o utilizarse para desmitificar determinados temas o aportar información al alcance de todos. La escritura a mano se asocia con la preocupación por personas, acontecimientos o problemas y puede utilizarse cuando este objetivo es primordial. En el extremo opuesto, los trazos nerviosos, las rúbricas enérgicas o los simples garabatos pueden proyectar fuertes emociones; basta con observar la capacidad de impacto de los grafiti.

Aunque existen muchas posibilidades de que los tipos o palabras, adquieran cualidades, la *construcción* y *destrucción* son dos buenas formas de ejemplificación.

Construcción consiste en añadir algo al tipo o al grupo de letras ya sea con subrayados o recuadros, que suman importancia al mensaje; la ornamentación lo vuelve mas atractivo, mientras que las pantallas cambian el énfasis etc.

Destrucción supone desgarrar las letras o palabras y reagruparlas con fragmentos faltantes o hacerlos desaparecer o difuminarlos.

El tamaño de la letra o medida del tipo:

elegir el cuerpo adecuado es muy importante, ya que uno GRANDE grita, mientras que uno pequeño susurre. Los cambios de cuerpo en el tipo resultan muy funcionales cuando se trata de resaltar títulos y/o reducir importancia a los textos secundarios.

La unidad utilizada para medir el tipo se denomina *punto*:

- es equivalente a 1/72 de pulgada

La unidad de medida tipográfica igual a doce puntos, se denomina *pica*:

- pertenece al sistema británico (44.217 mm), también se le conoce como *cíbero*.

El puntaje más adecuado para un texto corrido común, es de 10-12 y el mínimo es de 6 puntos, este último más utilizado en pies de página, notas y aplicaciones similares.



Cuando se trata de tipografía para señalización, es conveniente seguir los parámetros que marca la siguiente tabla, creada para Helvética.

| <i>distancia del observador a las letras</i> | <i>altura mínima razonable de las letras</i> |
|--|--|
| <i>(metros)</i> | <i>(centímetros)</i> |
| 10 | 2.5 |
| 20 | 5 |
| 30 | 7.5 |
| 40 | 10.5 |
| 60 | 15 |
| 80 | 20 |

(36)

El espacio de la letra e interlineado:

el espacio se considera de dos maneras, el espacio que ocupa la letra misma y el espacio creado dentro y alrededor de ella. Así pues una palabra o una letra aisladas, rodeadas por mucho espacio, ganarán fuerza, mientras que el apilamiento tenderá a hacer que las palabras compitan entre sí, aunque esto es válido si es este el efecto buscado.

El ojo humano tiene tendencia a ampliar todos los calores horizontales y registrar de modo más débil los verticales. La visión exige ciertas rectificaciones de diseño de las letras por eso es necesario conocer los problemas que plantean las ilusiones ópticas.

El *interlineado*, corresponde a la medida del espacio entre un renglón y otro, o entre tipo y tipo de forma vertical, se mide en puntos, y es recomendable utilizar un punto más que el utilizado en el tamaño del tipo, para producir mejor legibilidad; esto es en lo que se refiere a textos continuos. En diseños más libres, el interlineado puede variar lo que sea, según la proporción que busque el diseño.

Formato, composición y disposición del texto:

la elección del *formato*, es decir de la forma o el tamaño donde figurarán los caracteres o ilustraciones, puede utilizarse también para reforzar o aclarar el mensaje.

(36) LAING, John, et al. "Haga Ud. mismo su Diseño Gráfico". Ed. Hermann Blume, España 1988.



Los *formatos* largos y estrechos, difieren del los cortos y anchos del mismo modo que las personas de distinta talla producen impresiones diferentes, y la colocación de los tipos en un formato determinado puede modificar por completo su carácter. El texto puede colocarse de muchas maneras, produciendo efectos diferentes, ya sea al centro de una página de gran tamaño o si se sitúa en el ángulo superior izquierdo o bien si se bordean los cuatro cantos..., el tipo puede colocarse vertical, horizontal, o en disposición irregular.... Los efectos que estas variantes producen, se pueden apreciar en el punto (5.1) referente a psicología de la forma.

La *composición* es un elemento muy importante ya que expresa decorativamente una sensación.

Cuando el diseño incluye una gran cantidad de texto, es conveniente ordenarlo dentro de un marco (relicua) rígido; sin embargo deben de evitarse aquellas ideas demasiado simétricas en donde todo se vuelve predecible y aburrido.

Aspectos importantes en la *composición*, son el equilibrio del color dentro del área de diseño y la profundidad que puede lograrse, dando al diseño una sensación de 3ª dimensión.

Como hemos visto la *disposición del texto* es muy importante, sin embargo, al tratarse de títulos, rótulos, encabezados o etiquetas la creatividad puede actuar "libremente", pueden ir centrados, justificados a la derecha o a la izquierda, adquirir una forma peculiar o gracias a la nueva tecnología distorsionarse con letras especiales haciéndolas encajar en una forma controlada.

La tipografía y el color:

"la tipografía y el color pueden cooperar para transmitir una emoción, una atmósfera... e incluso una sensación del pasado" (Marion March, Tipografía Creativa).

Los signos tipográficos negros impresos sobre papel blanco cautivan activan y regularizan la luz. El valor impreso engendra su contravalor, y los dos juntos determinan la forma general. Lo no impreso no es por lo tanto un vacío indefinido, sino un elemento esencial de lo impreso.

El empleo del *color* en los caracteres de los anuncios, puede ser eficaz, pero hay que tener en cuenta que la legibilidad puede disminuir si el fondo y/o el espacio circundante están también coloreados puesto que pueden competir con el tipo; esto llega a producir problemas en textos que exigen una gran legibilidad.



Combinaciones más legibles en color de letras y color de fondo:

| <i>letras</i> | <i>fondos</i> |
|--------------------|---------------|
| negro | amarillo |
| amarillo | negro |
| verde | blanco |
| rojo | blanco |
| negro | blanco |
| blanco | azul |
| azul | amarillo |
| azul | blanco |
| blanco | negro |
| verde | amarillo |
| y el menos legible | |
| naranja | azul |

(37)

(37) *ibid* (34)



5.1.3 Color

Es importante comprender que cualquier proyecto es susceptible a la aplicación del color. El color legido va a producir una influencia primordial en el modo de comunicar una idea, por eso hay que tener en cuenta que no todos los colores son apropiados para un determinado diseño.

En los años recientes, se han mezclado colores brillantes y naturales, vemos con frecuencia una obra de arte azul brillante, amarillo y rojo; este concepto se refleja en tiendas y estilos de vida modernos.

"yo tendería a asociar los colores brillantes, con estilos de vida modernos y con las tendencias modernas de comunicación de masas, mientras que los colores más oscuros, como los verdes oscuros, los avinados y el azul marino, son útiles para aludir a la sofisticación y la calidad" (Alan Swan).

Los efectos psicológicos del color son de diferentes tipos, ya que se pueden clasificar en: directos o primarios que hacen que un ambiente, un objeto o una imagen parezcan tristes o alegres, ligeros o pesados, calientes o fríos y los indirectos o secundarios que tienen su origen en relaciones subjetivas, nacidas bajo el efecto del color; dentro de este grupo tenemos ciertas percepciones psicológicas que se pueden dar en casos muy específicos dependiendo del estado de ánimo de un individuo o una sociedad.

CARACTER PSICOLOGICO DE LOS COLORES

El color, independientemente del impacto que de habitualmente, es la sensación originada en la acción de las radiaciones cromáticas en los cuerpos o en las sustancias reflejantes, sobre los receptores fisiológicos y los centros cerebrales de la visión. (38)

Más que la forma el color se relaciona íntimamente con la emotividad, cuando a un grupo de personas, se le expone visualmente a una serie de formas diferentes (◆ □ ●) en diferentes colores (rojo, amarillo, azul) recordarán más el color que la forma. La impresión que causa el color es inmediata y no se necesita pensar o discutir el proceso. Habiendo dado lugar a una respuesta inmediata ¿que sentimientos, estados de ánimo o motivaciones evocan los colores del espectro?: hay una infina variedad de reacciones, haciendo que el color sea un factor de vital importancia en el diseño. (39)

(38) KUPPERS, Harald. "Fundamentos de la teoría de los colores". Ed. G.G. S.A. Barcelona 1982.

(39) HICKETHIER, Alfred. "El cubo de los colores". Ed. Bouret, Paris 1962.



NEGRO símbolo de desesperación y muerte, su carácter es impenetrable y compacto, es un silencio externo, sin ningún futuro, es la expresión de una unidad rígida sin ninguna peculiaridad. Cuando es brillante, confiere una impresión de distinción, nobleza y elegancia.

ASOCIACIONES POSITIVAS poder, satisfacción, noche, solemnidad y humildad

ASOCIACIONES NEGATIVAS desesperación, mal, muerte, enfermedad, negación, noche

BLANCO sugiere pureza, lo inaccesible, lo inexplicable, debido a su ausencia de carácter crea una impresión de vacío e infinito, tiene el efecto de un absoluto silencio lleno de posibilidades.

ASOCIACIONES POSITIVAS día, inocencia, pureza, perfección, rediva,

sabiduría, verdad, paz

ASOCIACIONES NEGATIVAS frío, vacío, espectral, fantasmal

GRIS tiene un carácter anónimo, no está lleno de posibilidades como el blanco, ni es pasivo como el negro, es un símbolo de indecisión y falta de energía.

gris pálido refleja ancianidad, mientras más oscuro se ve, evoca miedo monotonía y depresión.

Se asocia con la neutralización, egoísmo, depresión, indiferencia, miedo.

ROJO fuerza, vivacidad, virilidad, masculinidad, dinamismo, es brutal, exalta, se impone sin discreción, da impresión de dignidad, manifiesta poder inmenso, pasión, es un color cálido, atrae nuestra mirada siempre.

Cada tono de rojo tiene su propio significado psicológico:

escarlata sereno, tradicional, riqueza, poder, símbolo de gran dignidad.

rojo medio confunde y aturde, activo, movimiento, fuerza y deseos pasionales.

cereza sensualidad

rojo claro fuerza, animación, energía, alegría, triunfo, imaginación.

rojo oscuro profundo y problemático

rosa dulce, suave, romántico, carece de vitalidad, es la imagen de la femeneidad y

afecto, sugiere gentileza e intimidad.

CAFE da la impresión de compacto y gran utilidad es el color más realista de todos, su efecto no es vulgar ni brutal, significa salud y cotidianidad, mientras más oscuro asume los atributos del negro.

ASOCIACIONES POSITIVAS la tierra

ASOCIACIONES NEGATIVAS la pobreza

ANARANJADO más que el rojo expresa radiación y comunicación, es cálido y tiene el carácter de un fuego. Es receptivo, cálido y de carácter íntimo.

ASOCIACIONES POSITIVAS hospitalidad, benevolencia, orgullo, ambición,

sabiduría

ASOCIACIONES NEGATIVAS maledvolencia, satán y fuego.



AZUL profundidad y relajamiento. Es preferido por los adultos y expresa madurez. Es callado pero no tanto como el verde. Mientras más claro es, es menos impactante su carácter es más indiferente y vacío. Es un color frío.

ASOCIACIONES POSITIVAS azul claro, connota día, mar en calma, devoción, inocencia,

verdad, constancia, justicia, caridad y frío.

ASOCIACIONES NEGATIVAS azul oscuro, connota noche, mar turbulento, duda.

VERDE es el color más callado de todos, no expresa ni alegría, ni tristeza o pasión; se relaciona con la esperanza; si se le agrega amarillo le da fuerza y un carácter soleado, si predomina el azul, se vuelve serio y pensativo. Va íntimamente ligado con la naturaleza.

ASOCIACIONES POSITIVAS vegetación, naturaleza, simpatía, esperanza, vida prosperidad,

frusca y sabiduría.

ASOCIACIONES NEGATIVAS envidia, celos, desgracia, locura.

AMARILLO es el color más luminoso de todos y el más brillante, es joven, vivaz y extrovertido. Es un color cálido.

ASOCIACIONES POSITIVAS sol, luz, iluminación, imaginación, magnánimo, intuitivo, alegre

intelectual, divinidad, riqueza, sabiduría.

ASOCIACIONES NEGATIVAS cobardía, duda, melancolía, amor impuro.

MORADO nos evoca la meditación y los pensamientos místicos, es triste, melancólico y lleno de dignidad. Mientras más se aproxima al lila es más mágico que místico, ya que el lila evoca memorias de una niñez, sus sueños y fantasías.

ASOCIACIONES POSITIVAS poder, espiritualidad, nobleza, lealtad, paciencia, humanidad,

nostalgia y recuerdos.

ASOCIACIONES NEGATIVAS sublimación, martirio, luto, resignación, penitencia, vanidad.

Los tonos **PASTEL** poseen las características de los tonos de donde derivan, pero más suaves, representan intimidad, afecto, todo lo que a uno le gustaría contemplar en silencio. (40)

(40) Ibid (26)



LA ARMONIA DEL COLOR

Determina que grupos de colores producen combinaciones en la que todos su valores se juntan agradablemente entre sí.

Las armonías monocromáticas, se forman por los diferentes valores de un color. La armonía de análogos, se forma de dos o más colores que estén contiguos en el círculo cromático. Se recomienda utilizarlo en un solo sentido. La armonía de contrastes, se logra con las combinaciones de colores opuestos al círculo cromático.

En todas las armonías de color debe de actuar un color dominante, un color tónico y un color de mediación. Como dominante se considera el color de mayor extensión en el esquema, el color tónico es la nota complementaria del dominante, y el color de mediación, es la transición entre el dominante y el tónico y se utiliza para atenuar la oposición entre ambos colores. (41)

El color, por cuanto que tiene propiedades culturales y asociativas, desempeña un papel importante en la creación de una imagen corporativa por la que muchos clientes desean ser identificados.

Un esquema de color que se grabe en la memoria y que sea identificable, es uno de los modos más rápidos de atraer hacia esa imagen corporativa la atención del público que podrá reconocerla inmediatamente, incluso en medio de la cantidad de colores que lo asaltan.

Así pues, el color puede utilizarse para atraer la atención de determinados grupos de personas, contribuyendo a crear una imagen del producto más atractivo para jóvenes o viejos, para habitantes de la ciudad o del campo o para personas de diferentes niveles de ingresos o diferentes orígenes étnicos.

Se pueden utilizar los colores, para interconectar bloques de información similares, ya sean palabras, ya símbolos (la codificación mediante el color es una herramienta especialmente útil en la información pública, pudiendo convertirse en un lenguaje por derecho propio, legible para personas de lenguas distintas).

(41) Ibid (38)

5.1.4 El signo y la señal.

SIGNO

El signo es estudiado tanto por la semiología, como por la semiótica, sin embargo desde distintos puntos de vista.

* Saussure destaca la función social del signo (semiología). Es el estudio del significado, enseñanza de señales y mensajes que forman signos a partir de la unidad de significado y significante, hace referencia al contenido externo y visible del término.

* Pierce la función lógica del signo (semiótica). Para él, el signo es un elemento originador de relaciones.

Estos dos aspectos están estrechamente vinculados y en la actualidad los dos términos denominan una misma disciplina.

La función del signo (según Jakobson en "La Semiología" de Pierre Guiraud) consiste en comunicar ideas por medio de mensajes. Esta operación, implica un objeto, una cosa de la que se habla o referente, signos y por lo tanto un código, un medio de transmisión y evidentemente un emisor y un receptor.

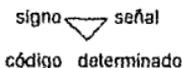
*Esquema de la comunicación.



(42)

El emisor: es quien emite (transmite) el mensaje, es quien lo produce, este mensaje tiene un código y un referente.

El código: es la regla que asocia uno o más elementos del sistema sintáctico, con uno o más elementos del sistema semántico y/o del sistema respuesta comportamiento. Así pues es una convención particular o universal de que un signo significa algo.



El referente: es el objeto del que se habla se utiliza como vehículo de transmisión del mensaje. Cosa de la que se habla.

(42) GUIRAUD, Pierre. "La semiología". Ed. Siglo XXI, México 1991.



El emisor: es quién envía el mensaje, para poder hacer una comunicación adecuada debe como cer los códigos del receptor.

El receptor: es el que recibe el mensaje, y debe de manejar los mismos códigos que el emisor.

Todo signo implica dos términos: significado y significante, a los que hay que agregar un modo de significación

*significante: imagen que, se capta por los sentidos (sensorial). La materia le es necesaria. Es lo objetivo de la imagen. Es el plano de la expresión. Es lo denotativo, en diseño gráfico es lo que vemos.

*significado: imagen conceptual. Es la representación psíquica de la cosa, es lo subjetivo de la imagen, es el plano del contenido. Lo connotativo lo que interpretamos y sentimos al ver una imagen. (43)

Cuando se investiga el signo en relación con el objeto al que se refiere se originan tres subdivisiones:

1) Icono: es aquel signo que se origina a imagen del objeto e indica una cualidad o propiedad y que por tanto tiene ciertas características comunes a él al representarlo o imitarlo, es un signo universal. Son iconos por ejemplo: dibujos, modelos, esquemas, fotos, etc. se comprenden y se perciben inmediatamente, existen diferentes grados de iconicidad, que van desde un holograma, hasta la máxima abstracción de un objeto.

2) Índice: es aquel signo que representa la relación directa, causal y real con la función del objeto y su circunstancia, que indica directamente hacia su objeto, que lo señala, ej: la manecilla de un reloj, un indicador de caminos, una flecha, un síntoma etc. Como el índice guarda una relación real con su objeto, este es determinado, singular y dependiente del lugar y del tiempo.

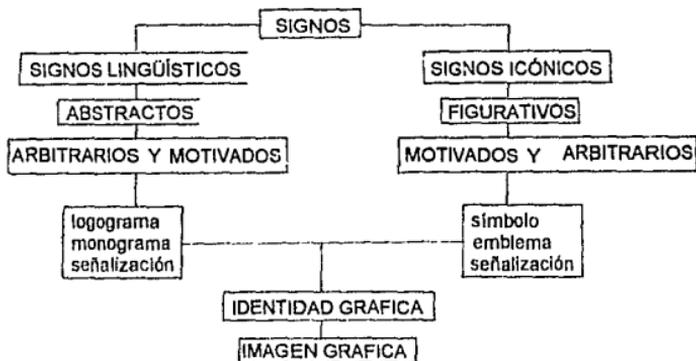
3) Símbolo: es quei signo que representa al objeto independientemente de las características externas o materiales.

Es un elemento de comunicación y de construcción de mensajes que retiene una parte de la realidad de los objetos o actos que representa, tiene como fin, representar, recordar una cosa concreta o abstracta; es ante todo un vehículo de comunicación, son sistemas de representación con un índice muy bajo de iconicidad, pero nunca nulo, puesto que reflejan siempre un objeto, puede ser perceptible a la evocación de valores vinculados a ellos y bloquear cualquier explicación racional, ej, el símbolo de la paz (la paloma).

(43) Ibid (42)



El diseñador para comunicarse visualmente se expresa a través de dos signos principalmente:



Los signos lingüísticos: son toda palabra o conjunto de palabras que transmiten una información precisa a través de su lectura. Las palabras poseen una mayor capacidad semántica, ya que por medio de ellas es posible referirse a todas las cosas, designándolas. Lo que se puede mostrar con imágenes también se puede designar con palabras; pero no todo lo que se puede nombrar, puede representarse con imágenes icónicas.

Los signos icónicos: son los que tienen la aptitud de representar las cosas que vemos, y guardan cierta semejanza con ellos, (como ya lo hemos explicado) pero sus dimensiones formales, o sus extensiones y variaciones son muy amplias, por lo cual, "representar" posee diferentes grados de analogía, sus límites son el hiperrealismo en un extremo y el esquematismo en el otro extremo.

Al reproducir, algunas condiciones de la percepción del objeto representado, selecciona los estímulos que permiten construir una estructura perceptiva, que fundada en códigos de experiencia adquirida tenga el mismo significado que el de la experiencia real denotada por el signo icónico. (44)

DENOTACION Y CONNOTACION

Denotación es referirse a la lectura directa que hacemos del mensaje, a una determinada expresión le hacemos corresponder un determinado significado. Es decir hablamos de denotación en un sentido directo. La denotación está constituida por el significado concebido objetivamente.

(44) *Ibid* (20)

Relación entre la expresión y el contenido:

E r C

significante significado

proceso de denotación

Connotación, se puede considerar como una segunda lectura, no se da si no hay una primera denotación. Las connotaciones expresan valores subjetivos atribuidos al signo, debido a su forma y a su función.

E r C

⏟

E r C

ej. cadena de denotaciones provocadas, resultado de una denotación, expresiones con sus contenidos.

Ej. un uniforme denota una grado y una función, connota el prestigio, la autoridad que le son atribuidos.

* Las ciencias son denotativas, y las artes connotativas.*

FUNCIONES DE COMUNICACION DEL SIGNO (Jakobson)

- 1) Referencial: base de toda comunicación, no hay comunicación si no hay referente, es la descripción de las cualidades y/o características del objeto del mensaje.
- 2) Afectiva: relaciones entre el mensaje y el emiso, provocando afecto directo en el receptor, va enfocado a la afectividad del receptor, no a la razón como el anterior, codifica el objeto del mensaje. "El mejor" "Yo lo máximo" etc.
- 3) Connotativa o Conmitiva: define las relaciones entre el mensaje y el receptor, nos impulsa a realizar un cambio de conducta, convenciéndonos de que nos conviene hacerlo. "Entra, mira, compra, concéelo etc."
- 4) Estéltica: relación del mensaje consigo mismo. El mensaje deja de ser instrumento de la comunicación, para convertirse en su objeto. La sátira y la literatura crean mensajes-objetos, cuadros, películas etc. Su objetivo principal es el de goce estético.
- 5) Fática: tiene por objeto afirmar, detener o mantener la comunicación. Pretende llamar la atención para que el receptor se detenga a analizar el mensaje. "Psst, oye, X, etc."



6) **Metalingüística:** definir el sentido de los signos que corren el riesgo de no ser comprendidos por el receptor. La palabra no tiene un sentido único, si no que va más allá del lenguaje. Aclara el mensaje cuando se utilizan imágenes que tienen más de un sentido.

SEÑAL

Señalética

"La señalética parte de la ciencia de la comunicación visual y estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos; al mismo tiempo organiza y regula estas relaciones"

Así pues la Señalética se aplica al servicio de los individuos, a su orientación, en un espacio o lugar determinado, para la mejor y más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones.

Para que la señalética sea funcional, se requiere de la instantaneidad informativa y la universalidad, que a su vez dan lugar a un SISTEMA DE SEÑALES *visuales o mensajes espaciales de comportamiento*, para comprender mejor estos, daremos las siguientes definiciones:

Sistema: es un todo orgánico, o conjunto de partes coordinadas entre sí según las leyes precisas que serán establecidas funcionalmente por medio de un programa.

Señal: estímulos breves que inciden en la sensación inmediata (acceso a la percepción).

Visuales: ya que la visión es el órgano receptor, registra instantáneamente configuraciones globales, la comunicación visual es además discreta y silenciosa (1) lo cual constituye un factor importante del medio señalético.

Mensajes: o contenidos informativos, se comportan en las señales como elementos cognoscitivos que producen la respuesta a mi necesidad de orientación como receptor usuario.

Espaciales: ya que los sistemas de señales-mensaje, no solo implican la superficie material que los soporta, sino que se incorporan al entorno, como el cartel, pero a diferencia de este se sitúa estratégicamente en el espacio, en los puntos precisos de incidencia de una circunstancia previsible, prevista por la señalética que sería dilemática para el usuario, o que podría inducirse a error.

Comportamentales: por que en la misma medida que la señalética orienta, también propicia, propone, determina comportamientos de los individuos, acciones, actos: por lo tanto difiere de otros modos de la comunicación que desencadenan procesos de persuasión, procesos reflexivos o acciones que son expresadas por medio de mensajes por parte del receptor para él, la señalética conlleva procesos dinámicos de componente de la energética o motriz.



Una vez comprendidos estos puntos, podemos definir a la Señalética como el sistema instantáneo e inequívoco de información por medio de señales visuales o mensajes espaciales de comportamiento.

El sistema de mensajes señaléticos no se impone, no pretende persuadir, convencer, inducir o influir en las decisiones de acción de los individuos. Sirve a estos para orientarse, esto es, para que cada uno se oriente a sí mismo en función de sus motivaciones, sus intereses, sus necesidades particulares.

SEÑAL

Para la realización o elaboración de señales, se debe plantear el mensaje, lo más directamente posible y crear una forma que vaya de acuerdo con su mejor expresión. Desde el punto de vista estético, se debe buscar la integración de los elementos gráficos dentro del contexto visual de su ambiente.

Los señalamientos comunican mensajes de uso, importancia, urgencia, restricciones, información etc. que son más rápidos y efectivos. En los señalamientos, los símbolos juegan un papel importante, ya que se usan para sustituir a palabras orases descriptivas, así como también sobrepasan el reconocimiento visual y los problemas de identificación. Existen signos y símbolos en cualquier lugar y para todo tipo de cosas, los usan los productos en general, el tránsito se controla por medio de ellos, y lo más importante las barreras de lenguaje son superadas por ellos.

Los logogramas o pictogramas simbólicos representacionales son muy valiosos, aún si su imagen es obsoleta, deben de ser comprensibles sin necesidad de una enseñanza previa. Tienen ventajas por su legibilidad y su velocidad de identificación y lectura. Se prestan para la comunicación internacional.

Por otra parte los mensajes señaléticos no siempre son expresables por figuras pictográficas.

Por ejemplo: es más inmediato y sencillo comprender la figura de un cigarro humeante tachado, que leer la inscripción "prohibido fumar"; así pues es también más eficaz porque es más explícito escribir con una tipografía clara "director" que obstinarse en dibujar combinaciones complicadas que siempre serán ambiguas y que por otra parte, requerirían una educación especial para ser comprendidas.

Por lo tanto la pictografía señalética puede llegar a necesitar la incorporación de textos, no para repetir lo mismo que la imagen ya muestra, sino para comunicar con palabras lo que es incommunicable con pictogramas. Si bien en muchos casos la información escrita es insustituible, la tendencia será de intentar la información por pictogramas pero siempre que se pueda asegurar la comprensibilidad del mensaje. Ello sin embargo, no siempre es posible y es por eso que la premisa textual tiene una importancia práctica que no se puede reducir a criterios estrictos, sino a exigencias informacionales.



Los pictogramas se diferencian inequívocamente entre sí por su reconocibilidad a distancia.

Así pues podemos definir al Pictograma como: Un sistema de escritura, en que los elementos son representaciones sumamente simplificadas, aunque perfectamente reconocibles de los objetos en cuestión. Se diferencia del símbolo por que pretende representar solo el elemento natural simplificándolo; son muy similares a los ideogramas, aunque los signos que emplean poseen un grado de mayor iconicidad y son menos abstractos. (45)

(45) Ibid (20)



5.1.5. Análisis de las necesidades para la instalación de señales al aire libre.

1) Permanencia: cualquier señal debe fabricarse con materiales más resistentes que los abusuales en diseño gráfico. Por ejemplo: no puede ser de papel aunque solo vaya a durar un día (salvo que se pegué a un muro o un cartón, que proporcione en conjunto la resistencia necesaria). En cualquier caso cuanto más tiempo tenga que durar la señal, tanto más resistente deberá ser en material que la constituya.

2) Situación: naturalmente si la señal va a instalarse al aire libre, tanto ella misma como el soporte que le sirva de apoyo, tiene que construirse con un material resistente a los factores ambientales. Si se instala en un interior, las exigencias no son tan rigurosas, aunque hay que tener en cuenta algunas circunstancias especiales; por ejemplo, si la señal va destinada a un invernadero, no podrá construirse con materiales sensibles a valores altos de temperatura y humedad.

3) Instalación: hay varias formas de sujetar una señal libre: para elevarla a cierta altura, se sujeta a un poste clavado en el suelo; cuando se trate de una señal permanente conviene cimentar el poste con hormigón.

La construcción de una señal instalada sobre una estructura fija, admite dos enfoques básicos. El 1º construir la señal directamente en un muro, es caro y laborioso, pero tiene la ventaja de permanencia. La señal se sujeta a una puerta, a un poste o a cualquier otro soporte de madera con pernos o tirafondos.

4) Número de ejemplares: la rotulación con plantilla es uno de los métodos más baratos, rápidos y eficaces. A partir de 5 ejemplares, la serigrafía representa una técnica económica que ahorra tiempo y material.

5) Materiales para exteriores:

a) esmaltado vítreo, sobre plancha de acero o cobre: es un material muy atractivo que se fabrica en gran diversidad de colores y acabados. La necesidad de cocción lo encarece.

b) aluminio: con motivos y letras confeccionadas en plástico adhesivo, resulta caro.

c) Formica, sobre madera: como el aluminio, esta también acepta letras plásticas adhesivas pero resulta mucho más barato.

d) Contrachapado: se debe utilizar contrachapado marino impermeable y protegido con dos capas de barniz (el mejor es la laca de melamina, pero también resulta eficaz el corriente de poliuretano). Este es el método más barato de los descritos.

(46)

(46) Ibid (36)



Todo proyecto de señalamiento se puede dividir en tres fases: dirección, información e identificación.

Los señalamientos comunican mensajes de uso, importancia o urgencia que no serían tan efectivos al ser comunicados por otros medios. En un programa de señalamientos los símbolos se usan para substituir palabras y frases descriptivas o para sobrepasar el reconocimiento visual y problemas de identificación.

Los signos deben ser actuales para verse frosos y causar un fuerte impacto.

"Tabla de distancias (creada para helvética)"

| -distancia del observador a las letras- letras(x)- (metros) | -altura mínima razonable de las (centímetros) |
|---|--|
| 10 | 2.5 |
| 20 | 5 |
| 30 | 7.5 |
| 40 | 10 |
| 60 | 15 |
| 80 | 20 |



ELEMENTOS QUE ALTERAN EL MATERIAL DE SEÑALAMIENTO

La variedad de materiales básicos para uso de señales al aire libre es limitado debido a que el material puede ser dañado por:

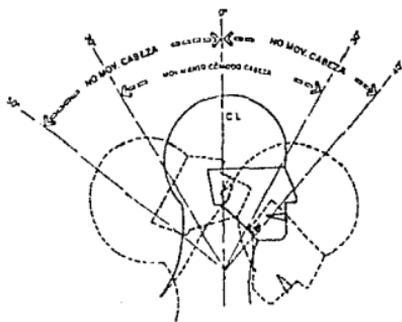
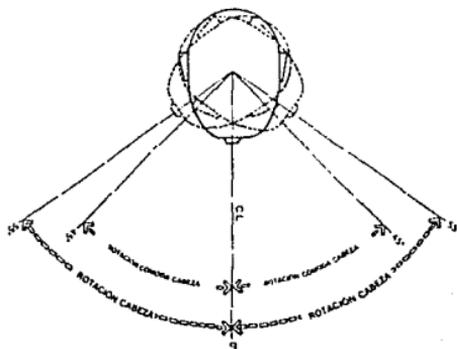
- 1) Aire, viento, humo, smog.
- 2) Agua, lluvia, rocío, humedad.
- 3) Fuego y clima, radiación solar, temperaturas extremas.

Hay que tener en cuenta algunas circunstancias específicas del lugar, entre ellas los diferentes tipos de usuario dividido aquí en tres grupos:

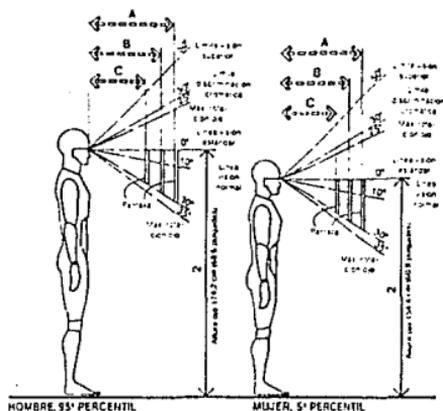
- 1) **Usuario comunicación:** la persona que tiene contacto visual con el señalamiento, con el fin específico de dirigirse de un punto a otro.
- 2) **Usuario operativo:** la persona que tiene contacto físico con el señalamiento, con el fin específico de operarlo, armarlo, manipularlo, para hacerle un cambio o darle mantenimiento.
- 3) **Usuario vandalismo:** la persona que tiene contacto físico con el señalamiento con el fin de destruirlo.

ASPECTOS ANTROPOMETRICOS QUE INFLUYEN EN LA INSTALACION DE SEÑALES.

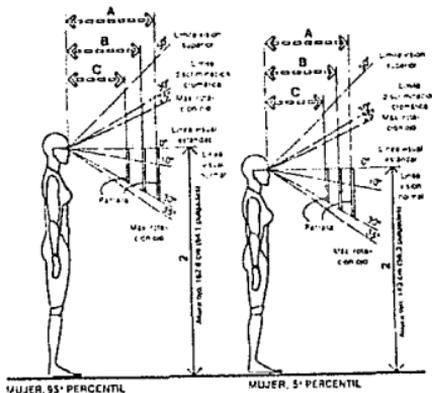
Movimiento de la cabeza en el plano horizontal y en el vertical.



Observador de pie, hombre/ Módulo de comunicación visual.



Observador de pie, mujer/ Módulo de comunicación visual.





5.2 Identidad Corporativa

Cada organización o empresa, posee una filosofía interna, que maneja, tanto para tratar con sus empleados como con sus clientes, esta filosofía esta compuesta de los objetivos y metas de la empresa y es lo que la diferencia de las demás.

Con esto crea una "Identidad Corporativa", que le ayuda a motivar a sus empleados, para que así los resultados de promoción sean un éxito.

Sin embargo para que todo esto suceda, es necesario crear una "Imagen" que represente lo que esta empresa es, tanto internamente como externamente,

Una "Imagen" que unifique que unifique todos sus elementos, desde su decoración interna, hasta los medios de comunicación con el exterior. A esto se le denomina "Imagen Corporativa".

Así pues, la función de la "Imagen Corporativa" es muy importante, ya que según Eugene Rossel (en su Manual de Imagen Corporativa) "la Imagen Corporativa, debe de distinguir el producto, la empresa o el servicio; así mismo diferenciarlo de otros similares y hacerlo de un modo apropiado y atractivo, comunicar información acerca del origen, el valor, la calidad original, representar potencialmente haberes valiosos, constituir una propiedad legal importante".

Aunque existen diversas razones por las cuales se debe crear una Imagen Corporativa, nos vamos a centrar en lo que concierne a este proyecto. Se trata de una empresa (Parque Naucalli) que cuenta con muchos servicios y muy variados, que necesitan tanto ser identificados individualmente, más conservar siempre los rasgos de que son parte de una unidad. Es decir deben de ser claras las interrelaciones entre las partes y el todo y cada una demostrar su importancia relativa.

Los estilos de imagenes corporativas son muy variados, ya que es válido manejar cualquier tipo de representación gráfica, siempre y cuando cumpla con los objetivos del proyecto, es decir se pueden utilizar representaciones gráficas del hombre (fotografías) o elementos completamente abstractos, con las mismas posibilidades de éxito.

Analizar los diferentes tipos de imagenes corporativas, nos amplía el panorama para hacer la aplicación adecuada.

Ya que dentro de la Imagen Corporativa se utilizan diferentes elementos gráficos, como son:

- * símbolo: es una imagen que representa una idea...
- * logotipo: conjunto de letras o palabras trabajadas o no, que se utilizan como imagen...
- * monograma: consta del menor número posible de letras...
- * logograma: combinación entre símbolo y logotipo...
- * identidad gráfica: combinación de uno o varios de los elementos anteriores para lograr la identificación de la empresa o persona.
- * imagen gráfica: se refiere a las aplicaciones gráficas en diversos medios de comunicación y promoción en público. (47)

(47) Ibid (36)



Por ejemplo:

Con nombre "Kellogg's"

Con nombre y símbolos "Mc. Donald's"



Iniciales "IBM"

Nombre e íconos "Coca-Cola"



Asociativos "Sheill Oil"



Alusivos "Phillips"



Abstractos "Mercedes Benz"



Para que la realización de la Imagen corporativa sea un éxito, debe de alcanzar los siguientes objetivos según Eugene Rossell:

- 1) aumento de la reconocibilidad
- 2) aumento de la recordabilidad
- 3) aumento de la confianza de los empleados
- 4) ahorro de costos mediante la estandarización
- 5) una presencia más dominante en el mercado
- 6) mayor confianza entre las fuentes de financiación
- 7) aumento del conocimiento del público

(48)

Así pues, lo primero que debemos hacer, es un análisis con el cliente, de todos los factores que influyen en el proyecto y la forma de diseño que se va a utilizar para darte solución. Dentro de los factores que influyen, se encuentran: desarrollo histórico de la empresa, filosofía corporativa, organización y estructura legal, posición en el mercado en relación con la competencia, la actitud de los empleados, de los clientes y público en general, en caso de tratarse de un producto las estrategias de mercado presentes y futuras.

(48) ROSELL, Eugene, et al. "Manual de Imagen Corporativa" Ed. Gustavo Gili, Barcelona 1991.



Una vez realizado este análisis se especifican los objetivos y criterios propios del proyecto. Los objetivos y el trabajo a desarrollar deben de ser numerados en orden de prioridad, para tener definidos los parámetros del proyecto; es importante si existen restricciones de diseño o de tipo legal determinarlas a esta altura del proyecto.

Concluidas las especificaciones, el concepto debe de ser lo bastante claro, para poder crear los primeros elementos de diseño como *símbolo, logotipo y colores*. Que deberán tener flexibilidad, para las diferentes aplicaciones y adaptaciones de los elementos representativos de la empresa, esto ya incluye papelería, medios de transporte, uniformes, promocionales, señalización y todo aquello que haya quedado incluido en las especificaciones de trabajo; esto es muy variable ya que cada empresa tiene necesidades y servicios diferentes. (49)

Para que el desarrollo de diseño sea lo más efectivo posible se debe de contar con toda la información tanto de materiales de producción, como conceptual, lo que conduce a ahorros sustanciales en la eliminación de errores y reducción del tiempo de desarrollo.

Así pues se procede a crear un Manual de Imagen Corporativa, en el que estarán señaladas las bases del diseño que lleva la empresa, los elementos gráficos creados, así como todas sus posibles variaciones y aplicaciones, se especifican los colores y las formas de impresión así como las especificaciones para los sistemas de señales tanto internas como externas. (50)

Es necesario siempre mantener la comunicación entre el proyectista y el cliente, ya que el proceso de ejecución que consiste en introducir y poner en práctica el proyecto, es largo y complejo.

(49) FRUTIGER, Adrian "Signo, símbolos, marcas y señales". Ed. Gustavo Gili, Barcelona 1981.

(50) AEROMEXICO, "Manual de Imagen corporativa". Ed. Aerovías de México S.A. de C.V., México.



5.3. Manual de Imagen Corporativa.

La cultura interna de la empresa, determina el desarrollo del programa para el Manual de Identidad Corporativa. Se deben considerar los siguientes aspectos:

- empresa privada u organismo estatal.
- gestión centralizada o descentralizada
- productos o servicios.
- mercado nacional y/o internacional.

Ya que unas tiene necesidades y limitaciones muy estrictas.

Todas las actividades de la empresa deben acomodarse a sus objetivos; lo mismo pasa para las estrategias de comunicaciones internas y externas de la empresa ya que así se hace un puente entre los objetivos de la empresa y los del Manual.

Es necesario que los objetivos de la empresa se entiendan claramente antes de que se emprenda ninguna actividad en el desarrollo del Manual.

El propósito del Manual es informar acerca de los principales aspectos que conforman la identidad gráfica y facilitar la aplicación del diseño de la imagen creada de manera consistente a través de largos lapsos de tiempo y en toda la cobertura geográfica que abarca la empresa. (51)

Debido a que cada manual posee características sumamente diferentes, es papel del diseñador el de observar cual es la manera más adecuada para exponer el contenido total del Manual y satisfacer las necesidades propias de la empresa, o bien de las personas que posean el manual durante la realización de un programa de imagen corporativa.

Consta de dos partes: una informativa e ilustrativa sobre los aspectos más relevantes de la imagen corporativa, y otra práctica, con las guías, técnicas y originales para reproducción inmediata de las formas más frecuentemente usadas en este sistema (imagen creada).

Se debe apegar a las normas establecidas cualquier otro diseño que se realice y en caso de existir alguna razón que lo imposibilite se consultará al Departamento de Imagen Corporativa.

(51) Ibid (48)



5.3.1. Contenido del Manual

Después de haber analizado varios manuales de empresas muy importantes y de haber investigado numerosas fuentes, se ha logrado armar un listado de los elementos indispensables que debe de contener un manual para su eficaz funcionamiento, más cabe añadir que hay muchísimos más elementos que se pueden incluir, esto depende de las necesidades que cada empresa represente, pero regularmente tiene estos puntos:

- * Carta del director de la empresa.
- * Introducción.
- * Índice:
- * Símbolo.
- * Logotipo.
- * Logosímbolo.
- * Color/es.
- * Composición cromática.
- * Tamaños mínimos
- * Construcción símbolo.
- * Construcción logotipo.
- * Construcción logosímbolo.
- * Tipografía corporativa.
- * La razón social.
- * Papelería
 - papel de escribir
 - sobres
 - tarjeta de presentación
 - formas administrativas(esta lista se puede agrandar de acuerdo a las necesidades de la empresa)
- * Señalamientos.
- * Varios.
- * Publicidad.
- * Sección práctica. (52)

En cada uno de estos puntos se maneja la imagen real de lo que se propone, así como sus limitaciones, posibilidades y justificaciones tanto técnicas como psicológicas.

(52) MERCADO DEL C, Fernando. "Conceptos básicos para la realización de manuales de Identidad Corporativa". Universidad Iberoamericana, México 1975.



A continuación se presenta un desglose de los puntos antes señalados y la manera en que se deben de trabajar:

1) Carta del director de la empresa: esta carta sirve para que el personal de la empresa sea informado de inmediato de las razones que condujeron al cambio, o creación de la imagen, así como la filosofía y políticas nuevas a seguir; esto produce un contacto directo entre el empleado y el director tiene muy buen efecto psicológico.

2) Introducción: sirve para ir relacionando al usuario con la nueva imagen y sepa al mismo tiempo como debe de utilizar el manual, que sepa desde el principio que es lo que le ofrece este manual para que pueda aprovecharlo satisfactoriamente, cumpliendo con los objetivos y limitaciones tanto del mismo como de la empresa.

3) Índice: se debe exponer lo mejor posible en una forma totalmente desglosada el contenido del manual; tanto por secciones si es que existen, como por partes internas que lo integran especificando en cada hoja el elemento diseñado.

4) Símbolo: se debe reproducir completo y dar una explicación psicológica de la porque de su creación, así como la justificación del mismo.

5) Logotipo: se debe de reproducir completo y dar una explicación psicológica del porque de su creación, así como la justificación del mismo.

6) Logosímbolo: es la unión del símbolo y el logotipo, se debe presentar en todas sus opciones y con las justificaciones pertinentes.

7) Color: siendo el uso del color un componente esencial en la marca, se deben describir las combinaciones de colores (en caso de que las haya). El color/es base. Se define los usos que tendrá cada color en los elementos de diseño, Y muy importante se dan los tonos con referencia a Pantone o algún otro código universal, como puede ser por porcentaje en los cuatro colores base que son: cyan, amarillo, magenta y negro.

Se presentan unas buenas plastas de color como muestras.

8) Composición cromática: esto es cuando la aplicación va a ser variada se deben de presentar las opciones de manera real, acompañadas de su justificación para uso.

9) Tamaños mínimos: este punto resulta muy importante ya que muchas veces depende del tamaño es éxito del mensaje; aquí se presentan los tamaños mínimos en que pueden ser reproducidos tanto el símbolo, como el logotipo, y el logosímbolo sin perder su claridad.

10) Construcción del símbolo: se presenta el símbolo en un tamaño cómodo para el formato que se maneje y se realiza la construcción del los trazos principales



para su reproducción, esto es para que pueda ser reproducido fielmente. La proporción general se da en base a una X (unidad).

11) Construcción logotipo: se presenta de la misma manera que la construcción del símbolo.

12) Construcción del logosímbolo: se presenta de la misma manera que a la construcción del símbolo y logotipo, presentando todas sus variaciones.

13) Tipografía: se presenta el tipo de letra que se va a utilizar con su debida justificación; así como los tamaños y características específicas, función que va a tener.

Se define también el interlineado y separación entre letra y letra.

14) Razón Social: aunque no es muy frecuente el manejo gráfico de la razón social, se debe de presentar de forma real e ir acompañada de sus limitantes y justificación.

15) Papelería: Todas las piezas de papelería transmiten la imagen: es requisito indispensable para conservar la consistencia de la misma, que todas sean impresas rigurosamente de acuerdo a las especificaciones señaladas. Estas especificaciones comprenden:

* tipos de papel, gramage, tintas, medidas en mm., logo según lo indicado, tipografía secundaria con sus puntos, altas o bajas.

Se puede realizar un lay-out, donde se indique que lugar ocupa cada elemento y que márgenes se deben manejar.

Se debe de presentar un ejemplo real de cada una de las cosas que se presentan en el índice, con la justificación pertinente. Los ejemplos pueden manejarse a escala.

16) Señalamientos: se presenta la red de estructura principal sobre la que se va a trabajar para crear las señales necesarias. Se presentan la aplicación de los colores. Se describen los materiales sobre los que se va a reproducir la imagen, sus características y acabados que va a tener.

Se presenta un ejemplo real a escala de las señales que se van a manejar, acompañadas de su justificación.

17) Varios: como existen muchos elementos difíciles de concentrar en una área específica se crea este espacio "varios" para poner todos aquellos elementos extras, como por ejemplo gafetes, promocionales etc.

Se presenta cada uno acompañado de su forma de uso y justificaciones.

18) Publicidad: se incluyen varios ejemplos de medios de comunicación que pueden usarse para llegar a los distintos grupos de destinatarios.

Se trata de presentar ejemplos de la manera más real posible y acompañados de su justificación.



19) Sección práctica: esta sección tiene regularmente varias hojas de símbolos, logotipos y logosímbolos recortables y adhesivos para usos diversos, así como muestras también recortables de los colores que la imagen maneja, que son utilizados como muestras, cuando se quiere mandar a imprimir algo y que quede exactamente del color real.

En conclusión siguiendo estas recomendaciones fielmente se llegará a formar un Manual de Identidad Corporativa, cuyo éxito casi está asegurado, por supuesto contemplando que el manejo y creación del diseño sean buenos.

(53) (54)

(53) Ibid (50)

(54) Ibid (48)

GF || ∞ || GF || ∞ || GF || ∞

∞ || ⊔ || ∞ || ⊔ || ∞ || ⊔

VI DESARROLLO DE PROYECTO

GF || ∞ || GF || ∞ || GF || ∞

∞ || ⊔ || ∞ || ⊔ || ∞ || ⊔

GF || ∞ || GF || ∞ || GF || ∞

∞ || ⊔ || ∞ || ⊔ || ∞ || ⊔

GF || ∞ || GF || ∞ || GF || ∞

6.1 DESARROLLO DE DISEÑO

Para comenzar a trabajar en el proyecto, lo primero fue definir en que consistiría este, y que elementos lo conformarían. Realizando así un paquete de trabajo cuyo objetivo principal era el de crear una nueva imagen para Naucalli. Así pues se creó un paquete de trabajo que consistió en:

Logosímbolo

Señalización: formada por cinco grupos. (Y una huella direccional).

Recreativas

- juegos infantiles
- fuente
- vivero
- invernadero
- restaurante
- cafetería

Informativas

- sanitarios
- basura
- información

Deportivas

- ciclista
- tricyclista
- pista p. correr
- pista p. patinar
- gimnasio
- arco y flecha

Restrictivas

- no pasar
- no fuego
- helipuerto

Culturales

- Agora
- Casa de Cultura
- Foro Felipe Villanueva

Para el desarrollo del proyecto gráfico, se tomaron como base los "sellos" del Antiguo México. Los cuales se fueron trabajando a nivel gráfico de muy diversas maneras, hasta llegar a la representación de su objetivo claramente.

La imagen que se debía lograr tenía que ser de carácter recreativo y cultural, para reflejar la esencia del parque. Se consideró entonces la posibilidad de adaptar los "sellos" del Antiguo México en una representación gráfica contemporánea. Quedando entonces como base del proyecto, las representaciones gráficas antiguas ("sellos") que son un sello de cultura.

Aunque la mayoría de los "sellos" están regidos bajo un mismo estilo gráfico, poseen características particulares, por eso no pueden ser tratados de la misma manera para lograr su adaptación a su nueva función dentro del señalamiento.

Para poder entender este proceso mejor, a continuación se presenta el estudio completo que se requirió para crear 5 señales y el logosímbolo.

LOGOSÍMBOLO

Se buscó representar la palabra Naucalli...

Se tomaron como base 4 "sellos" completos (A,B,C,D) y un fragmento de otro "sello" (E).



Los "sellos" A, B y C, provienen del Estado de México, representan por medio de símbolos a un dios llamado "Cinco Flores" "Macuilxochitl" y estan combinados con pequeñas conchas y mariposas.



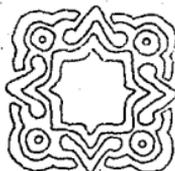
El "sello" D representa el sol, proviene de México y se encuentra en el Museo Nacional de México.



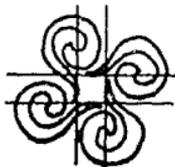
El "sello" E es un sello de flores, proveniente de Ocotlán, Oaxaca. Se encuentra en el Museo Nacional de México.



Se simplificaron los "sellos" C, D Y E ya que eran los que más se acercaban a nuestro objetivo.



Sin embargo en el siguiente análisis se encontró que el E cumplía con una característica muy importante, su elemento principal era similar a una virgula lo que nos daba ampliamente la representación cultural que se anhelaba. Se procedió entonces a trabajar sobre su forma y su distribución, logrando así el logosímbolo para Naucalli.



naucalli

SANITARIOS

Para los sanitarios se buscaron "sellos" de figuras humanas A y B y otros que pudieran representar el concepto de femenino y masculino C y D aunque su significado real fuera otro.



Las figuras A y B provenientes de la ciudad de México, resultaron demasiado complicadas, a diferencia de las figuras C y D que resultaron simples y agradables.

El paso a seguir, fué hacerlas semejantes.

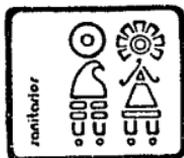


Así pues la mujer quedaba muy bien representada con este "sello" de flores proveniente de Texcoco México. Y para el hombre este "sello" que representa al número 8 o al 13 (no se sabe con exactitud) y proviene de México. Trabajándole el área del "cuerpo" al hombre, lo convertimos en una representación del caballero águila, consiguiendo así el efecto masculino.

Buscando un aspecto más moderno se trabajaron las figuras con Instrumentos y quedaron perfectamente geometrizadas.



Sin embargo el efecto rompió con la esencia del trabajo de los antiguos mexicanos que trabajaban sin instrumentos que les limitaran sus trazo, todo era a mano libre, consiguiendo un aspecto más natural. Fue entonces cuando se decidió trabajar los diseños a mano alzada previo estudio de proporción.

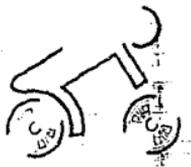


CICLOPISTA

La realización de esta señal, así como de las otras deportivas (excepto arco y flecha) fue un reto muy importante, el de representar una figura humana lo más real posible, (para darle confianza al usuario) y al mismo tiempo mantener el estilo gráfico del proyecto logrando combinar algunos elementos de los "sellos". Se comenzó por trabajar la figura humana sin incluir todavía el concepto antiguo de figura fraccionada, al mismo tiempo se trabajaron las ruedas de la bicicleta a partir de diferentes "sellos".

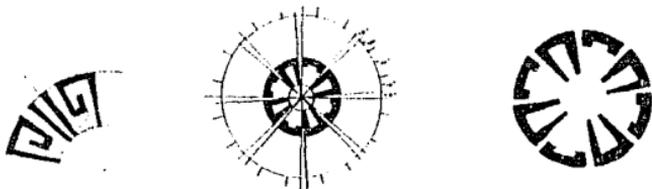


Se procedió a simplificar las ruedas y a trabajar más la figura humana, geométrizándola, fraccionándola, haciéndola similar a la figura masculina de sanitarios.





La rueda su vez pasó por un estudio geométrico hasta encontrar el modelo adecuado, que reflejara movimiento.



Así pues con los conceptos de figura fraccionada, el diseño masculino de sanitarios y una gran estilización y simplificación se logra la representación más adecuada.



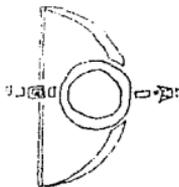
ARCO Y FLECHA

Aunque el campo de arco y flecha es también una actividad deportiva, aquí se optó por no manejar figura humana y darle más importancia al arco y flecha rescatando así elementos y escencias de los "sellos" que tenían muy similar significado.

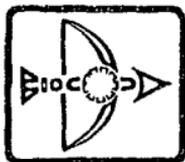
Los "sellos" A y B fueron encontrados en México y Veracruz, representan banderas y flechas,



Estos sellos se simplificaron y se les agregaron motivos geométricos. C, D y E.



Se trabajó sobre el E, ya que era el que mejor representaba y mantenía un buen estilo gráfico.



FUENTE

La fuente resulta de la simplificación de varios sellos que representaban flores, al tiempo, el agua. A, B, C, y D.



Se procedió a trabajar graficamente de tres manera:

E es una representación ,ás geométrica, relativa al tipo de construcción de las fuentes de Naucalli.



F se trata de una forma amorfa más clara al sentido común.



G a partir de grecas, se trato de dar la sensación de olas, por si solas relativas al agua.



La representación F fué la que resulto más acorde con las otras señales, se complementaba en diseño, ya que repetía el concepto de U's (que vimos en la cabeza femenina de sanitarios) convirtiéndolo en un elemento de unión y representativo de la señalización.



CASA DE CULTURA Y AGORA

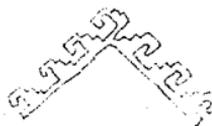
Manejamos estas dos señales juntas, ya que en los dos casos era muy importante respetar la forma de construcción de ambas y tratar de hacer algo representativo de las mismas.

Estas dos señales son un ejemplo claro de que no siempre se pueda trabajar a partir de diseños establecidos (como estaban siendo manejadas las demás señales). Y que es muy importante conocer bien el estilo gráfico sobre el cual se está trabajando. En este punto se retoma el concepto de línea fraccionada.

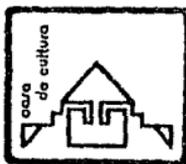
Sin embargo se intentó trabajar a partir de "sellos" de elementos geométricos como los que se presentan a continuación. A, B y C.



Se simplificaron, pero los resultados no resultaron satisfactorios. A, B, C.

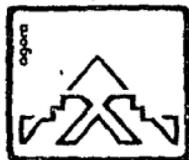


Así que retomando el estilo gráfico de los antepasados en cuanto a manejo de grecas y líneas fraccionadas. Se crearon unas señales completamente nuevas.



CASA DE CULTURA

Esta señal tiene elementos pesados en el interior para reflejar la cantidad y variedad de actividades dinámicas que ahí se realizan.



AGORA

Tiene abierto el techo que como su nombre lo dice, refleja un espacio abierto a la cultura y al esparcimiento.



NOTA

Se complementarán todas las señales con una marco igualmente trazado a mano, como los que utilizaban nuestros antepasados en sus "sellos", logrando así otro punto de enlace entre los "sellos" representaciones gráficas de nuestros antepasados, y nuestras representaciones gráficas contemporáneas.

TIPOGRAFIA

La tipografía utilizada se llama Whimsical, y es utilizada en su versión normal, sin embargo es trazada a mano para mantener el equilibrio con todo el diseño.

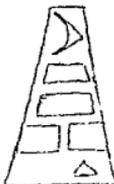
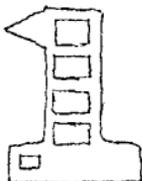
Se escogió este "tipo", ya que su diseño de letra fraccionada combina con el estilo gráfico del proyecto, a parte que resulta de fácil y agradable lectura.

a b c d e f g h i j
k l m n ñ o p q r s
t u v w x y z

6.1.1 ESTRUCTURAS DE SOPORTE PARA LA SEÑALIZACIÓN.

Se propone para utilizar de soporte para la señalización, "estelas" o "muretes". Donde cada uno/a albergue 4 señales y una huella (flecha) direccional; quedando formado un conjunto de 5 "estelas" o "muretes", en cada una de las entradas del parque, logrando así que el visitante de entrada sepa todo lo que hay en el parque y pueda orientarse de forma fácil y rápida. Resultando muy eficaces.

Se hicieron bocetos sobre varios tipos de estructuras, A, B y C.



Sin embargo ninguna parecía un buen complemento para el estilo gráfico que se estaba manejando, así que se procedió a buscar una estructura, que tuviera raíces históricas, relacionadas con las representaciones gráficas antiguas que se estaban utilizando. Se llegó entonces a la conclusión de que una "estela" tipo maya nos podría servir como base. Así pues se procedió a hacer un nuevo diseño. D.



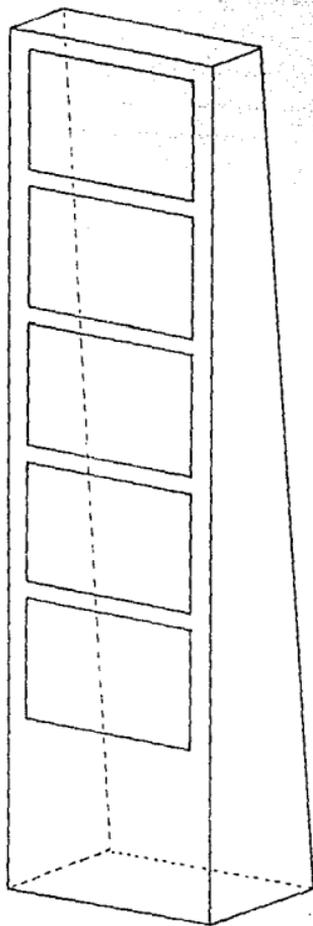
Se trata entonces de una "estela" de concreto, ya que es un material muy resistente. Siendo los colores de la señalización muy mexicanos, se deben de complementar con la "estela", es por eso que se propone un acabado rústico de tipo adobe, acentuando así el carácter mexicano de Naucalli.

Para que las señales sean claras, se dejarán las superficies donde van a ir en acabado liso, para que así se puedan rotular y sean de fácil lectura.

El diseño de estas "estelas" resulta de doble aprovechamiento, ya que se trabajan las señales por las dos caras anchas, así hay información visible tanto para los visitantes que van llegando al parque, como para los que ya se encuentran adentro.

A continuación se presentan las medidas reales de la "estela"

| | |
|------------------|---------|
| Altura | 2.50 m. |
| Ancho | 0.80 m. |
| Lateral Inferior | 0.30 m. |
| Lateral Superior | 0.15 m. |



ESC. 1:200

6.2 COSTOS Y PRESUPUESTOS

Para saber el costo de las "estelas", se pidió presupuesto sobre el proyecto a "Consorcio ERA s.a." despacho de arquitectura. A continuación se presenta el presupuesto tal cual lo dieron ellos.

Srita. Beatriz García Olavarrieta y/o
Parque Estado de México Naucalli
Presente.

280693

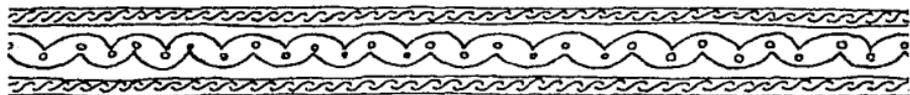
Saludándolos cordialmente, atendemos su solicitud para expresarle un ESTIMADO DE COSTO para la construcción de "muretes" ("estelas") de: 0.60 x 2.50 x 0.30 m., avelados a cimentación y acabados con aplanado rústico, se dejará en la parte superior un paño a bajo relieve de aprox. 0.30 x 0.40 m. por cada una de las dos caras, de acabado fino para recibir undibujo. Estos muretes se ubicarán en los diferentes accesos y andadores del Parque.

| | | N\$ | N\$ |
|----|--|---------------------|---------------|
| 1° | Cimiento de cemento ciclópeo 150 f.c., proporción 1:3 de piedra de la región | 0.40 m ³ | 517.70 206.30 |
| 2° | Mureto de bloque intermedio 15.20.40 c/refuerzo H @" hiladas, c/ 4 varillas 3/8 de refuerzo vertical en 2 huecos rellenados con concreto 150 f.c. | 1.50 m ² | 104.90 156.90 |
| 3° | Aplanado de mortero proporción 1:4; acabado rústico boquillas boleadas. | 4.00 m ² | 31.90 127.60 |
| 4° | Afinado de mortero 1:6, en bajo relieve sobre aplanado. | 0.30 m ² | 35.10 10.55 |
| | <u>Estimado de costo por una pieza.</u> | <u>TOTAL:</u> | N\$501.35 |
| | <u>Importe de 30 piezas.</u> | <u>TOTAL:</u> | N\$15'040.35 |

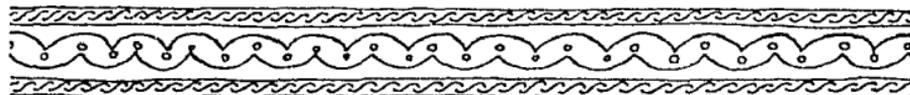
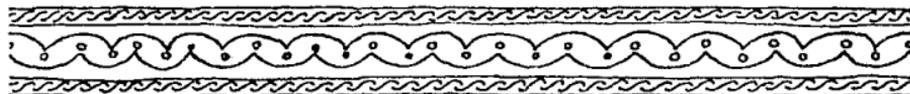
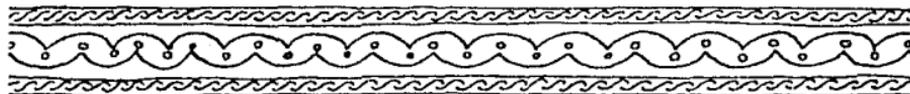
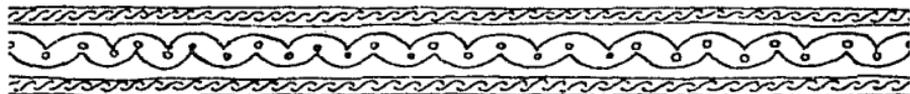
(Quince mil cuarenta nuevos pesos 50/10 M.N + I.V.A)

Agradecemos su solicitud, quedando para cualquier aclaración.
Atentamente.

Arq. Manuel Paniche Osorio.
Coordinador de Desarrollo Urbano.



VII CONCLUSION Y JUSTIFICACION





CONCLUSIONES

El proyecto *"Elementos de los sellos del Antiguo México, aplicados a una señalización contemporánea, para el Parque Estado de México-Naucalli"*, cuyo objetivo era desde el punto de vista gráfico, crearle a Naucalli una nueva imagen, por medio de un nuevo logotipo y un sistema de señalización, logrando la fusión de las representaciones gráficas vernáculas y contemporáneas.

Rescata el misterio que como cualidad envuelve a todo lo vernáculo y que desgraciadamente se está perdiendo en la vida moderna; a su vez este proyecto deja abierta una gama de posibilidades para la realización de proyectos similares.

La señalización para el Parque Naucalli, satisface una necesidad de información y orientación del visitante por medio de este desarrollo gráfico, que es una representación actual de las raíces gráficas vernáculas; es el Parque en sí, fuente latente de inspiración de lo mexicano, su nombre mismo Naucalli es el primer eslabón de una cadena de esencias nacionales.

Este proyecto surge de un ideal, el llegar a conjuntar la cultura con un proyecto gráfico de trascendencia. Así pues el primer paso fué encontrar un tema o proyecto cultural que tuviera necesidades gráficas, el trabajar en un proyecto cultural te enfrenta muchas veces a retos mayores ya que estas condicionado dentro de códigos culturales que deben tener larga permanencia.

Guiada por algunos conceptos de la filosofía del arquitecto mexicano Ricardo Legorreta referentes a "la afortunada fusión de las fuentes vernáculas y modernas" como el lo dice, y de los conceptos de construcción del también arquitecto mexicano Luis Barragán, comprendí lo importante y válido que es realizar la propia inspiración aunque parezca muy idealizada...

"Estar inspirado, es tomar aliento renovado y vigorizante que aclara el pensamiento y alimenta el alma. Cuando uno está inspirado no se convierte en la fuente misma de admiración, ni en una copia, sino que se adquiere de ella una energía renovada, una nueva fé, la fuerza para seguir adelante y la convicción de que vale la pena actuar de una manera particular." (tomado del libro *La Arquitectura de Legorreta*)

Logrando así la aplicación de un concepto cultural que son los sellos del antiguo México, en un proyecto gráfico contemporáneo, creando un estilo muy especial para un espacio recreativo y cultural. "En realidad uno de los atributos de la obra de Legorreta es su capacidad de parecer tan moderna como tradicional. Logra esto 1º al no caer en la trampa de asumir que las dos son opuestas..." (*La Arquitectura de Legorreta*).

JUSTIFICACION GRAFICA

El trabajar a partir de las raíces gráficas del México Antiguo proporciona al proyecto "una cimentación firme, una sujeción y una defensa contra los vientos del cambio y la moda que soplan en el mundo cada vez con mayor frecuencia y frenesi".

Justifica entonces este proyecto creando un nuevo estilo de impacto gráfico trascendental.

Para la creación de cada uno de los elementos del proyecto (logosímbolo y señalización) se seleccionaron "sellos" provenientes de diferentes estados de la República Mexicana, principalmente del Estado de México, los cuales fueron analizados y estudiados para poder ser adaptados gráficamente al nuevo concepto que representan, unas veces sintetizados, otras simplificados o simplemente como ejemplo de estilo gráfico.

A continuación se presenta una justificación y descripción del proyecto, primero de forma general y después de forma particular:

- * Los sellos prehispánicos, al ser elaborados a mano, producían impresiones que parecían haber sido trazadas o dibujadas a mano; es por eso que para crear un vínculo entre este proyecto y los sellos, se realizó con trazos a mano alzada en su totalidad.

- * La mayoría de los "sellos" tenían un marco, se retoma el concepto para enfatizar los grafismos.

- * El manejo de las líneas en los "sellos" era muy común, ya que producía impresiones más claras que si se manejarán plastas, el mismo concepto de claridad nos hace manejar líneas enfatizadas.

- * Los "sellos" eran creados con sentido común, tal como veían las formas las reproducían, es por eso que algunos no tienen simetría y resultan formas amorfas.

- * El estilizar los "sellos" produce en ellos un aspecto contemporáneo.

- * En los "sellos" y dibujos prehispánicos, los cuerpos humanos eran fraccionados o seccionados, se retoma el estilo como ejemplo para la creación de las figuras humanas del proyecto.

- * Los "sellos" eran impresos con pigmentos de colores, produciendo así un impresión de dos colores, el que le aplicaban al sello y el de el color de la superficie, produciendo un efecto de fondo y relieve. Para controlar este efecto se maneja en cada uno de los elementos del proyecto dos colores que han sido determinados de acuerdo a sus cualidades de complementación.



* El manejo de diferentes combinaciones de color, en este caso cinco, nos produce bloques de información, es decir, cada combinación sirve para un conjunto determinado de señales, lo que produce un más fácil manejo de la información y la ubicación es más rápida.

LOGOSIMBOLO:

extraído de un sello de flores proveniente de Ocotlán Oaxaca, y que ahora se encuentra en el museo Nacional de México. Una parte del sello, se estilizó hasta llegar a ser una especie de virgula, que tiene referencia cultural ya que es el elemento con el que representaban el habla de sablos y sacerdotes. Se estructurizó como módulo en una red asimétrica de 4 elementos iguales produciendo un ("sello" nuevo) logosímbolo de aspecto dinámico y contemporáneo.



FUENTE:

se crea a partir de la fusión y simplificación de varios "sellos" de flores y agua, la mayoría provenientes de Texcoco México. Es una forma amorfa que tiene como base una especie de media elipse de "Us" que le dan soporte y resultan un elemento de unión con otras señales.



JUEGOS INFANTILES:

simplificación de grcas de "sellos" de motivos geométricos, algunos de ellos de forma cilíndrica que fueron encontrados en México D.F.





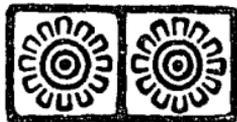
VIVERO E INVERNADERO:

simplificación y adaptación del sello de la flor "Xochitli" encontrado en el Estado de México. Al invernadero se le agrega una "onda" alrededor para dar la sensación de cubierta y protección.



RESTAURANTE:

para el plato se toman como base sellos de flores no identificadas encontradas en México D.F. que simplificados y estilizados, se adaptan al concepto de "Us". Los cubiertos son diseñados bajo el concepto de línea fraccionada.



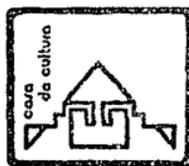
CAFETERIA:

el modelo de los tarritos antiguos modelados en barro a mano, se estiliza con línea fraccionada y se le agrega una especie de greca formada a partir de "Us".



CASA DE CULTURA Y AGORA:

se toma como base el modelo de construcción que tiene en formade pirámide, y se realiza la señal con líneas fraccionadas y grecas.



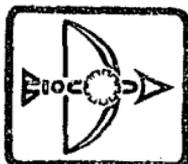
FORO FELIPE VILLANUEVA:

se estilizó el sello de la "serpiente de fuego" proveniente de México, que invertido es curiosamente la forma de construcción del foro.



ARCO Y FLECHA:

simplificación y estilización de varios sellos de flechas y banderas encontrados en México D.F.



Deportivos con figura humana.

CICLOPISTA, TRICICLOPISTA, GIMNASIO, PISTA PARA CORRER Y PISTA PARA PATINAR:

Las figuras humanas se trzan fraccionadas y se encuentran en la postura de la actividad que desempeñan, son relativas a la figura del hombre de los sanitarios. Las *ruedas* se forman a partir de "Us" adaptadas gráficamente a un movimiento circular. Las *pesas* son simplificaciones de motivos geométricos del sello de "Xicalcolihqui" procedente de México D.F. actualmente se encuentra en el museo Nacional de México.





Sanitarios se trabajaron las dos figuras al parejo para crear una relación armónica, se retomó el concepto de figura humana fraccionada, haciendo referencia a los antiguos "sellos".

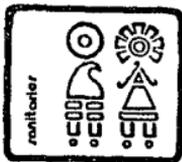
MUJER:

es la simplificación y adaptación de un "sello" de flor cubriendo así el concepto femenino encontrada en Texcoco, México. Se puede apreciar claramente el concepto de "Us" en una forma natural.

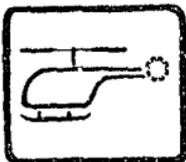


HOMBRE:

se adaptó un sello cronológico, probablemente del N° 13 o del N° 8 encontrado en México D.F. Se simplificó creándole como cuerpo una representación del caballero águila, cubriendo así el concepto femenino.



HELIPUERTO, BASURA Y NO FUEGO:
desarrollos gráficos con el concepto de la línea fraccionada,
complementados con el concepto de "Us".



INFORMACION Y NO PASAR:
son relativos a la figura del hombre de sanitarios, agrgádoles
elementos distintivos de su función.





RECOMENDACIONES DE FABRICACION Y USO

Para la fabricación se buscó un elemento que armonizara con el estilo del proyecto; una base que soportara la señalización y fuera tanto decorativa como funcional, así pues se tomaron como ejemplo, las "estelas mayas" estilizándolas y adaptándolas a su nueva función de soporte informativo.

Se considera que el acabado de adobe es el más adecuado ya que " el color oscuro da a los muros de adobe un plano visual que oculta las marcas del desgaste y las chorteaduras de todo y al mismo tiempo agrega color e incluso extravagancia" esto nos da un estilo muy mexicano y muy especial.

Siendo la construcción vernácula lógica y al mismo tiempo flexible, se puede adaptar a las necesidades cambiantes, es decir "...piénsese en un muro de adobe, que es extremadamente lógico y económico, pero que puede ser adaptado naturalmente, a una nueva configuración pareciendo como si esto fuera el objetivo para el que se creó..." (Luis Barragán).

Así es como bajo estos conceptos se justificó la utilización de "estelas" estilizadas y con acabado de adobe para ser el soporte de las señales; al mismo tiempo desarrollan otra función, ya que al estar ubicadas en grupos de cinco en cada una de las entradas y considerando sus dimensiones, nos recuerdan aquellos "gigantes" de Tula que fungían como guardianes de la ciudad, entonces estas "estelas" se nos convierten en los guardianes de un espacio cultural y recreativo dándole un toque un tanto místico a este lugar que encierra tantas maravillas.

La composición de 5 "estelas" corresponde a la cantidad de señalamientos que existen (21 aunque solo se informa de 20 ya que el 21 es -no pasar-) cada "estela" alberga cuatro señales y una huella direccional en cada una de sus caras, sin contar los costados que son muy estrechos.

Esto implica que tanto el visitante que va llegando a Naucalli puede ver claramente todas las señales, como el que ya se encuentra en el interior del Parque, ya que aprecia las de la otra cara que por supuesto dan al interior de Naucalli.

Para la impresión de las señales en las "estelas", se debe preparar una superficie del tamaño de cada señal en aplanado sin llegar a liso, para así proceder a la rotulación de cada señal, en caso de que el presupuesto lo permita sería mejor grabarlas en relieve a la usanza de los mayas.

FUENTES

Entrevistas

- ING. CARLOS GONZALES ESCAMILLA, director del Parque Estado de México-Naucalli.
19 de octubre de 1992, Parque Naucalli.
4 de noviembre de 1992, Parque Naucalli.
Análisis de las características del parque. Estudio realizado en el parque en 1991.
6 de noviembre de 1992, Parque Naucalli.

Otras fuentes

GACETA DEL GOBIERNO, Periódico Oficial Constitucional del Estado de México, Toluca de Lerdo, México. Sábado 9 de octubre de 1982. Tomo CXXXIV, número 44.

INVESTIGACION DE CAMPO, Beatriz García Olavarieta. Septiembre 1992.

Folleto

DIF ESTADO DE MEXICO, Parque Naucalli. Gobierno del Lic. Alfredo del Mazo.

Apuntes

BETANZOS, Lilia. Curso Diseño Gráfico 7º sem, 1992, UNUM.

Curso de Arquitectura en diseño gráfico. 5º sem, 1991, UNUM.

Curso de Psicología. 3er. sem. 1990, UNUM.

Encuestas

Análisis de las características del público que visita el parque. Realizada en 1991, Naucalli.

PUBLICO ASISTENTE AL PARQUE, realizada en octubre del 19 al 30 de 1992.

Bibliografía

AEROMEXICO, Manual de Imagen Corporativa. Ed. Aerovías de México S.A. de C.V.

AICHER, OTI/ KRAMPEN, Martin. Sistemas de signos de la comunicación visual. Ed. Gustavo Gilli, Barcelona 1979.

ALCINA FRANCH, José. Arte y Antropología. Ed. Alianza Forma, Madrid 1988.

ALVA MARTINEZ, Ernesto, SCHARA ICKOWICZ, Sara. El color en la arquitectura. Promotor COMEX. Lito Process S.A. de C.V. México 1992.

ARROYO, Juan. Sistemas de señales y símbolos de orientación. Universidad Ibero 1974.

- ATTOE, Wayne. BRISKER, Sidney H. La arquitectura de Ricardo Legorreta. Noriega ed. Ed. Limusa, Japón 1991.
- BALLINGER, Loorse Bowen. Sign, Symbol and Form.
- BEAUMONT, Michael. Type and Color. Ed. Hermann Blume, Madrid 1988.
- BORJA RUY SANCHES, Ana Lilia. Proyecto de señalización para el centro recreativo Universo Feliz. Tesis, Universidad Iberoamericana, México 1980.
- CAROCHI, Horacio. Arte de la lengua Mexicana (gramática Náhuatl). México, Ed. Innovación 1979.
- COHEN, Josep. Sensación y percepción visuales. Ed. Trillas. México.
- DONDIS, D. A. La sintaxis de la imagen, introducción al alfabeto visual. Ed. Gustavo Gilli S.A. España 1976.
- ENCISO, Jorge. Design Motifs of Ancient Mexico. Ed. Dover Publications, Inc., New York, 1953.
- ENCISO, Jorge. Design from Pre-Columbian Mexico. Ed. Dover Publications, Inc., New York, 1971.
- FRUTIGER, Adrián. Signos, símbolos, marcas y señales. Ed. Gilli, Barcelona 1981.
- GUIRAUD, Pierre. La Semiología. Ed. Siglo XXI, editores México 1991.
- HARVEY, Geraldine. Psicología Infantil. Serie instrucción programada, Ed. Limusa, 1978.
- HICKETHIER, Alfred. El cubo de los colores. Ed. Bouret, Paris 1962.
- KASHIWASHOBO. Sign Communication. Community Identity-Corporate Identity Enviroment. Ed, L.T.D., Japan 1989.
- KUPPERS, Harald. Fundamentos de la teoría de los colores. Ed. Gustavo Gilli, Barcelona 1982.
- LAING, John et al. Haga Ud. mismo su Diseño Gráfico. Ed. Hermann Blume, España 1988.
- LERBINGER, Otto. Diseño para una comunicación persuasiva. México, Ed. Manual Moderno 1979.
- MARCH, Marion. Tipografía creativa. G.G. Barcelona 1990.
- MERCADO DEL C., Fernando. Conceptos básicos para la realización de manuales de Identidades Corporativas. Ed. Universidad Iberoamericana, México, 1975.

- MUNARI, Bruno. Diseño y comunicación visual, contribución a una metodología didáctica. Ed. Gustavo Gilli, Barcelona 1985.
- PRIETO, Daniel. Diseño y comunicación. Ed. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.
- ROSELL, Eugene et al. Manual de Imagen Corporativa. Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, 1991.
- ROSS, Raymond S. Persuasión y comunicaciones interpersonales. Ed. Trillas, Méx. 1978.
- RUDER, Emil. Manual de diseño tipográfico. Ed. Gustavo Gilli, 4ª ed. Barcelona 1982.
- SWANN, Alan. Bases del diseño gráfico. Ed. G.G. Barcelona 1990.
- SYLVANUS G. Morley. La civilización Maya. Fondo de Cultura Económica, México, 9ª reimp. México 1992.
- WOLF, F.L. KUHN, D. Forma y Simetría. Ed. Universitaria de Buenos Aires, Argentina 1959.
- WONG, Wucius. Fundamentos del diseño bi y tridimensional. Ed. G.G. Barcelona 1979
- WONG, Wucius. Principios del diseño en el color. Ed. G.G. Barcelona.

MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA "SEÑALIZACION"

PARQUE ESTADO DE MEXICO
NAUCALLI

Diseño Gráfico: Beatriz Garcia Olavarrieta
México D.F., 21 de junio de 1993

Contenido

Introducción.

Símbolo.

Tipografía corporativa.

Logotipo.

Logosímbolo.

Tamaños mínimos.

Los colores.

Composición cromática.

Clasificación de la señalización.

Señalización.

Redes de construcción.

Introducción

"Parque Estado de México-Naucalli, es una institución gubernamental, cuyo objetivo es propiciar el espacio y llevar a cabo las acciones, cuya finalidad conlleve al desarrollo integral del hombre y sus mas profundas manifestaciones, dentro de un espacio cultural y recreativo; con la mayor eficiencia y calidad posible."

Desde su constitución en octubre de 1982, ha orientado a nuestros conciudadanos a una manera mas sana y productiva de utilizar su tiempo libre, también ha optimizado el uso del área para la generación de una zona ampliamente forestada que mejore las condiciones ecológicas de la región.

Su filosofía de servicio radica en la actitud del personal, tenga trato directo o no con el público, ya que todas las acciones se manifiestan en la atención al visitante. Así como sembrar conciencia en la ciudadanía de participación y cooperación para obtener y mantener nuestros bienes comunes.

Despertar el interés del público y captar su atención son las necesidades de identidad de Naucalli, multiplicando el interés entre una población mayor de visitantes potenciales, logrando así que la gente lo vea, lo reconozca y lo recuerde como una institución nacional de carácter recreativo y cultural.

Esta identidad, esta formada por elementos visuales: logotipo, color, señalización, estilo de composición, etc.

"Cuando la impresión que recibe el público, tanto por la experiencia propia de calidad del servicio ofrecido, por comentarios personales o publicitarios, se confirma por la consistencia de diseño de la imagen gráfica, esta garantizado un recuerdo perdurable y positivo que orientará la disposición del público de modo favorable" hacia "Naucalli".

EL MANUAL

Los propósitos de este manual son: informar acerca de los principales aspectos que conforman la imagen gráfica y señalización del proyecto (identidad corporativa) y facilitar la aplicación del estilo gráfico de "Naucalli" de manera consistente a través de lapsos largos de tiempo.

Consta de dos partes, una informativa e ilustrativa de el logosímbolo y la señalización, y otra práctica, con las guías técnicas para la reproducción de dichos elementos.

Cualquier nuevo diseño que se realiza, debe apegarse a las normas establecidas y en caso de que exista alguna razón que lo imposibilite se deberá consultar al responsable gráfico del proyecto.

SIMBOLO

Es una alegoría del significado náhuatl de "NauCALLI", que significa entre cuatro casa o entre cuatro elementos, principalmente siendo el número cuatro mágico y/o místico en varias culturas de la antigüedad, es por eso que se manejan cuatro elementos que son vírgulas, que connotan de alguna manera la esencia cultural del parque.

La ubicación de los cuatro elementos da la sensación de movimiento, lo que refleja el dinamismo del parque. El marco es representativo de los sellos del antiguo México, combinando así lo vernáculo con lo contemporáneo, logrando rescatar nuestras raíces y producir una identidad nacional apropiada a nuestra idiosincrasia.



TIPOGRAFIA CORPORATIVA

La tipografía corporativa, es la que se empleará para todas las aplicaciones que incluye este manual.

Esta tipografía es Whimsical normal trazada a mano alzada.

a b c d e f g h i j
k l m n ñ o p q r s
t u v w x y z

LOGOTIPO

Parque Estado de México-Naucalli es el nombre oficial del parque, sin embargo es conocido comunmente solo como Naucalli, es por eso que la aplicación en el logotipo es de solo Naucalli.

El tipo de letra utilizado, la proporción de sus partes y el tratamiento del trazo deben mantenerse constantes.

naucalli

LOGOSIMBOLO

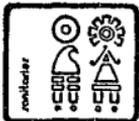
Es la agrupación del símbolo y el logotipo.
Es la forma más efectiva de comunicar
nuestra identidad.



TAMAÑOS MINIMOS

Por razones de fidelidad en la impresión, se han determinado los tamaños mínimos a que es recomendable usar tanto el logotipo como las señales sin perder sus características distintivas.

Las medidas son las mostradas aquí.
0.28 x 0.24 cm.



*Las medidas reales son: 0.35 x 0.40 m.

LOS COLORES

El recurso visual más determinante en la creación de identidad de una empresa, son sus colores corporativos.

"Naucalli" utiliza los colores rosa, morado, azul, amarillo, verde y verde claro. Estos colores tienen un significado especial para "Naucalli", ya que son representativos de la vernácula mexicana.

Estos colores deberán ser igualados con gran fidelidad en cualquier aplicación de que se trate, de acuerdo a las muestras proporcionadas en este manual para tal fin.

COMPOSICION CROMATICA Y CLASIFICACION DE LA SEÑALIZACION

COLORES

Código Pantone:

| | |
|-------------|-------|
| Azul | 293u |
| Amarillo | 115u |
| Morado | 2665u |
| Rosa | 226u |
| Verde | 354u |
| Verde claro | 360u |

Logosímbolo fondo azul, logosímbolo verde claro

Recreativas fondo azul, pictograma verde claro

- fuente
- juegos infantiles
- vivero
- invernadero
- restaurante
- cafetería

Culturales fondo morado, pictograma rosa

- casa de cultura
- Agora
- foro Felipe Villanueva

Deportivas fondo verde, pictograma amarillo

- ciclista
- tríciclista
- pista de correr
- pista de patinar
- gimnasio al aire libre
- arco y flecha

Informativas fondo rosa, pictograma azul

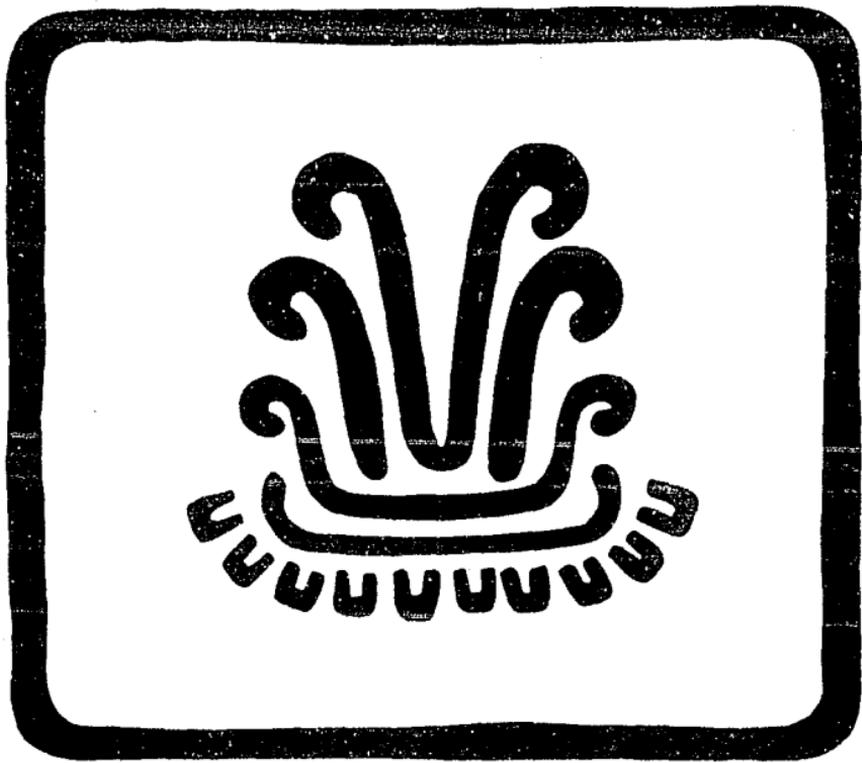
- información
- basura
- sanitarios (hombre y mujer)

Restrictivas fondo amarillo, pictograma morado

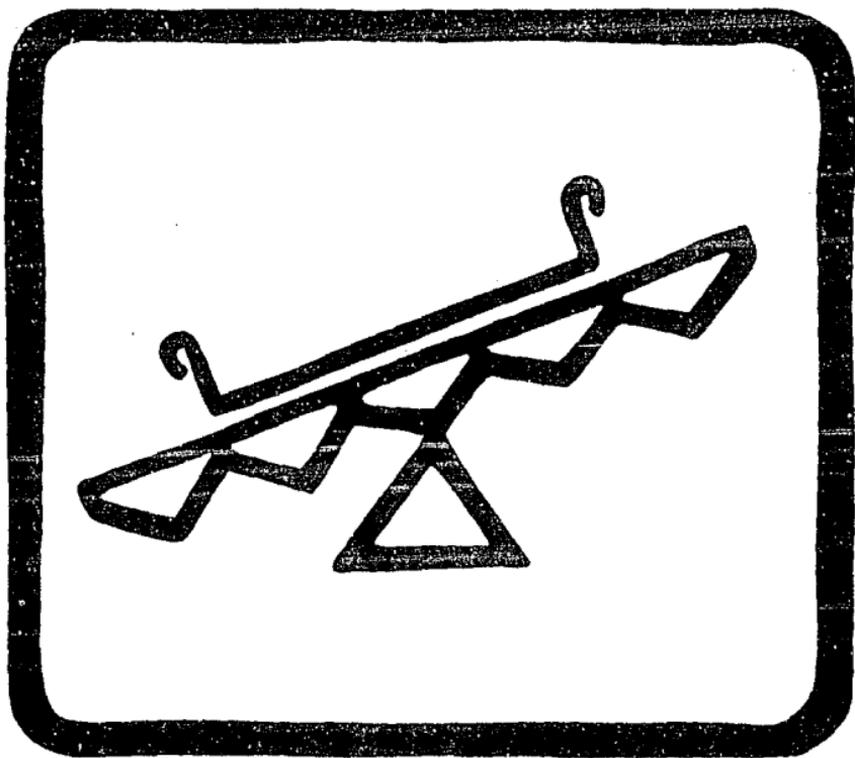
- no fuego
- no paşar
- helipuerto



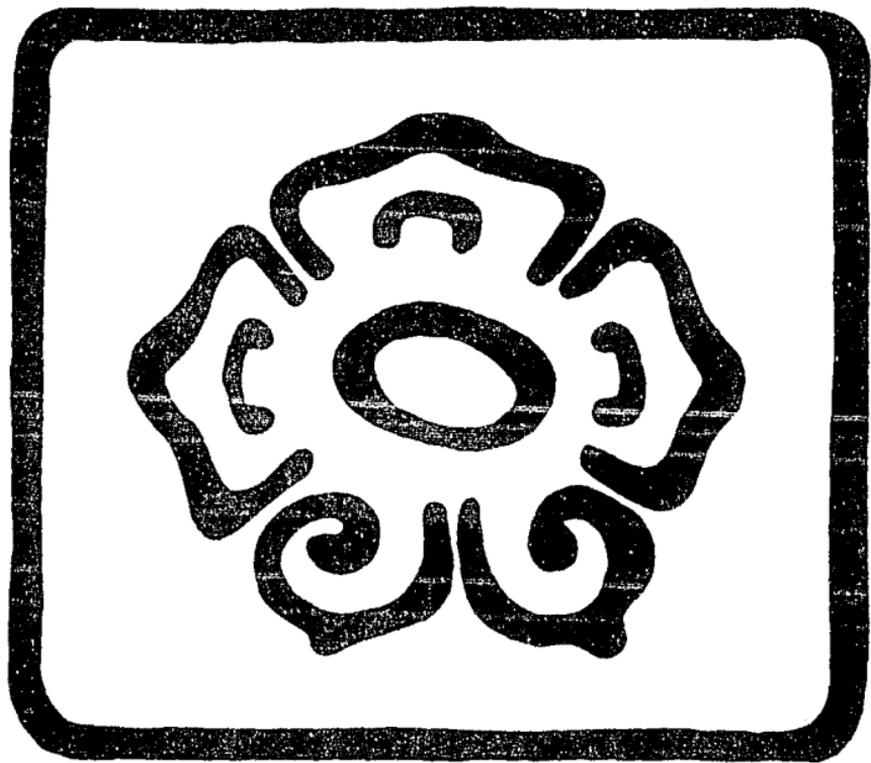
logosímbolo



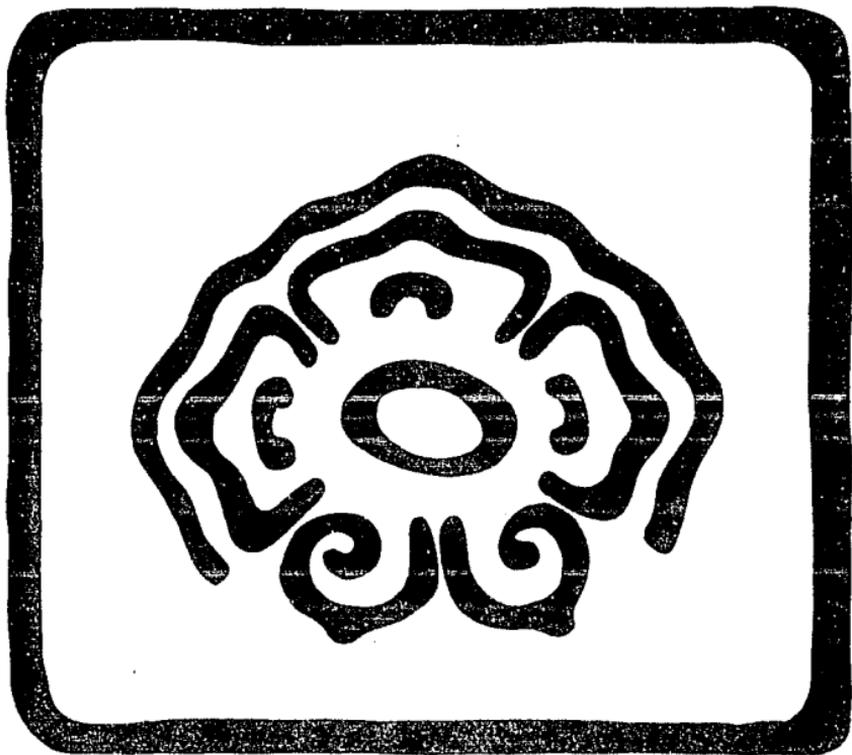
fuate



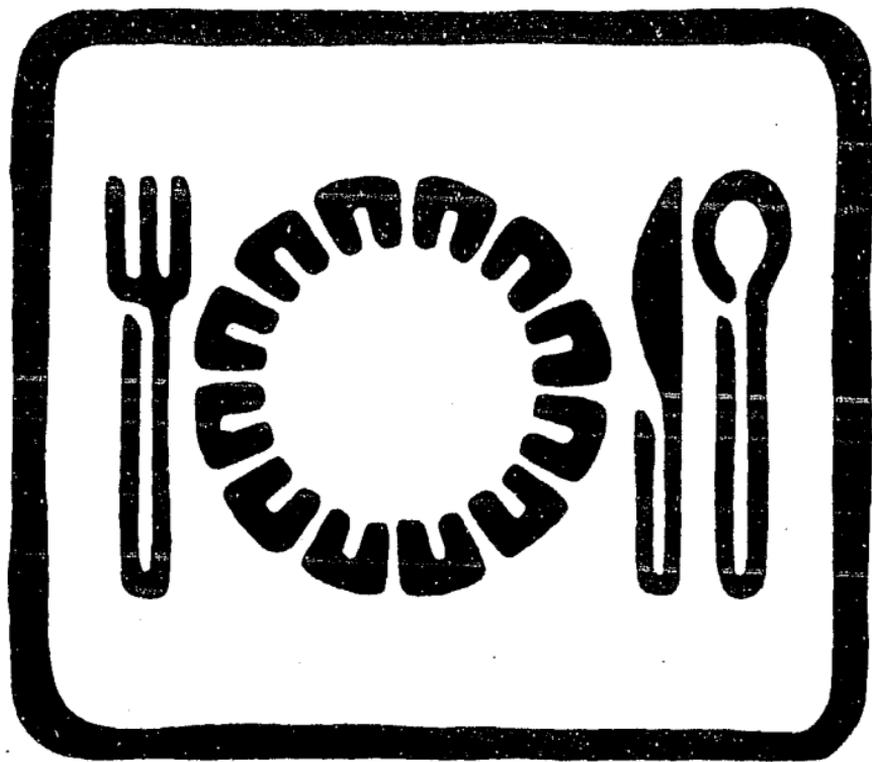
juegos infantiles



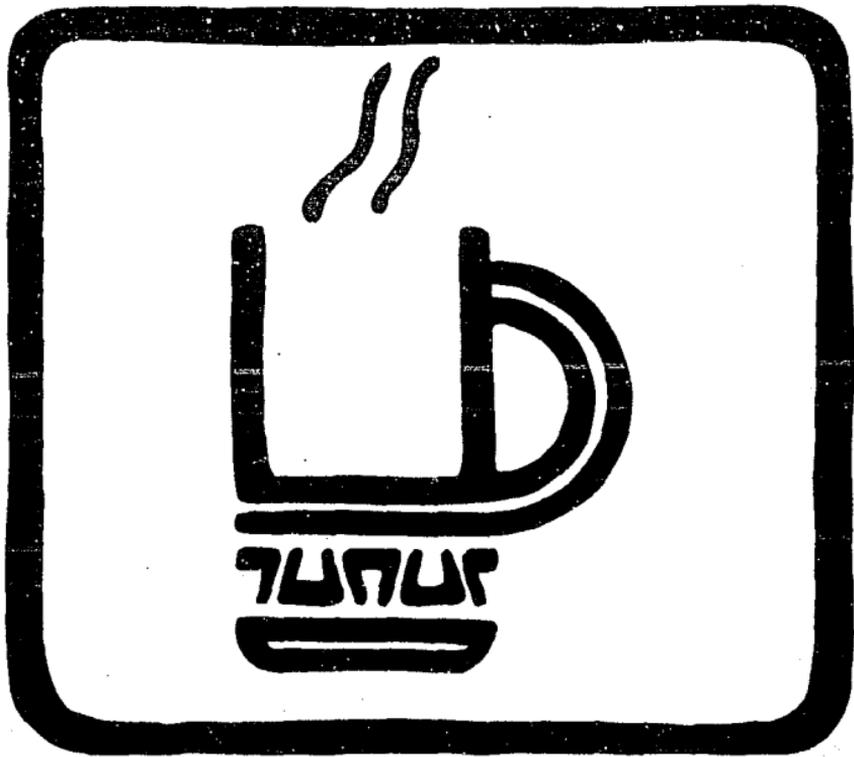
vivero



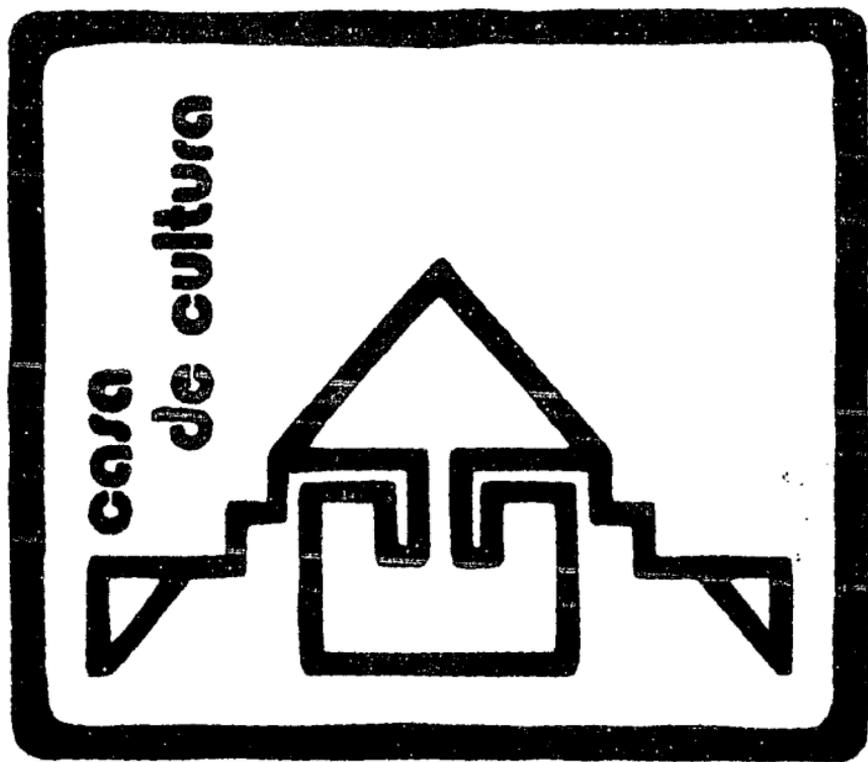
invernadero



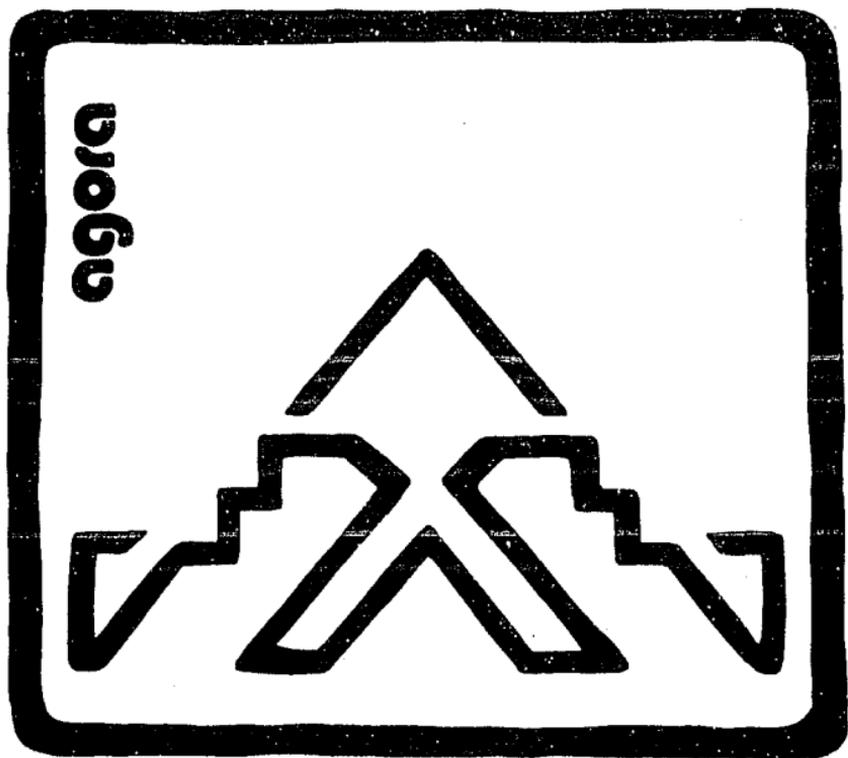
restaurante



cafeteria



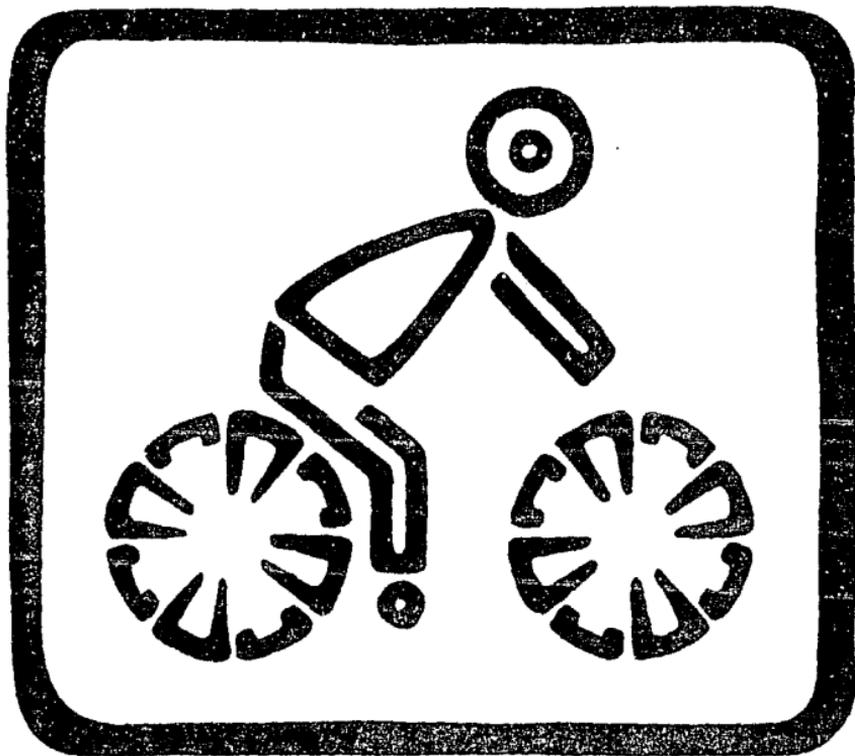
casa de cultura



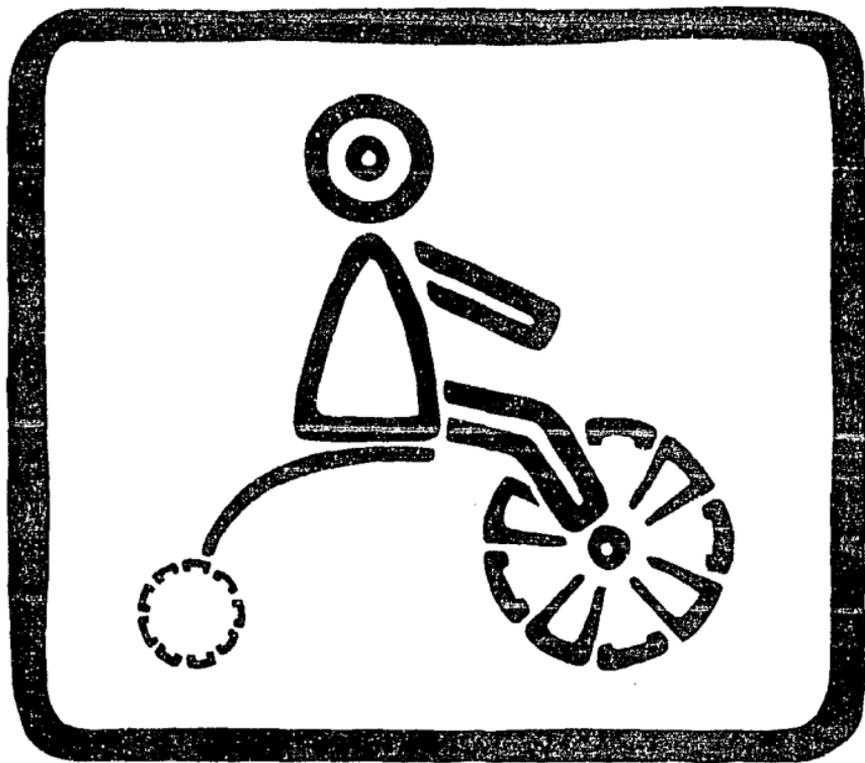
agora



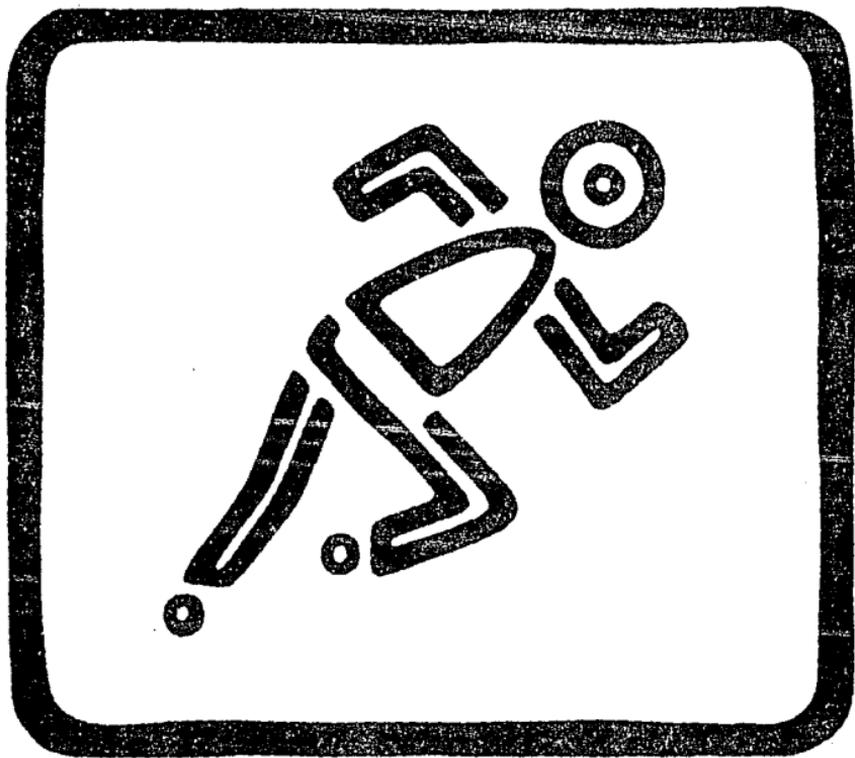
foro felipe villanueva



ciclopista



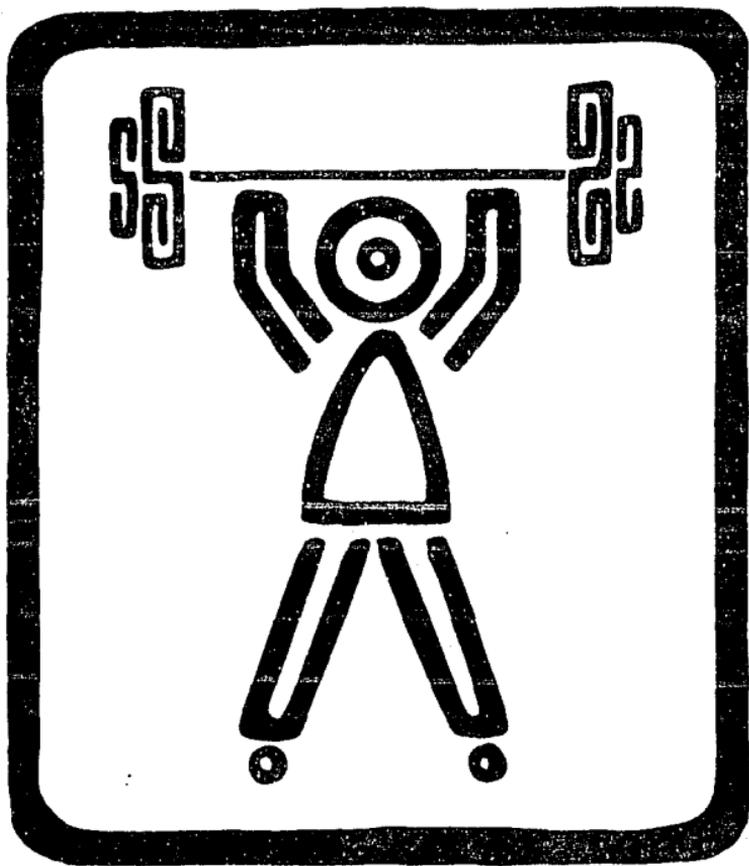
triciopista



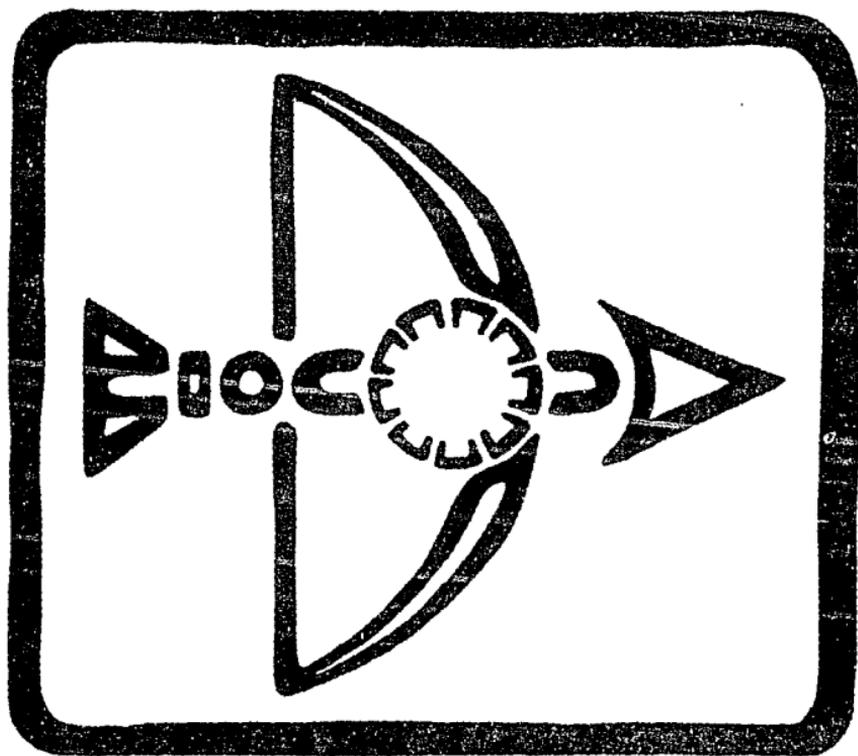
pista de correr



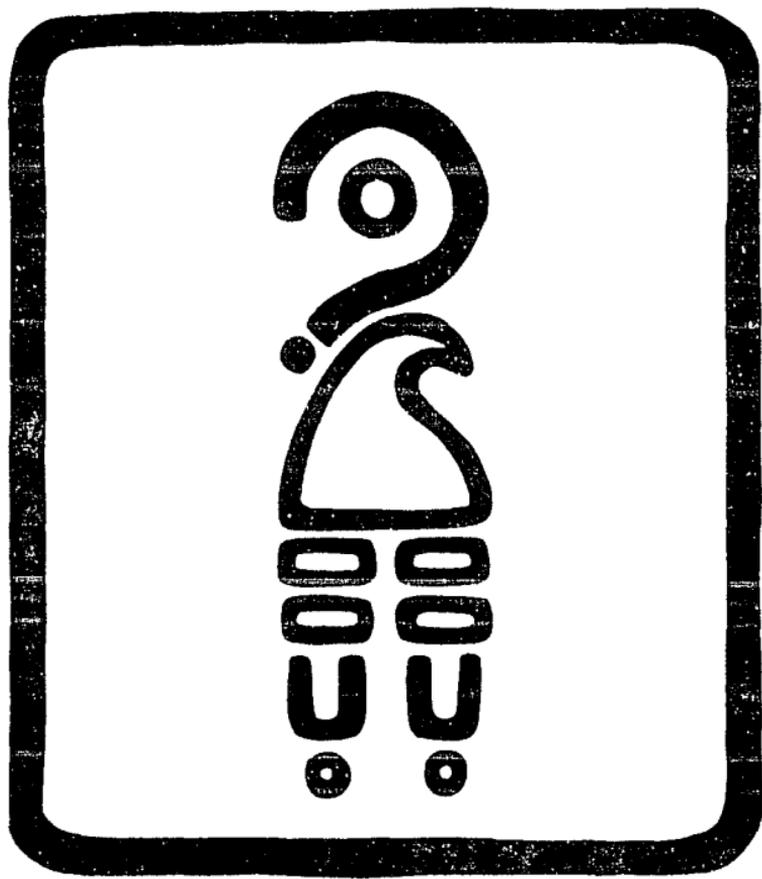
pista de patinaje



gimnasio



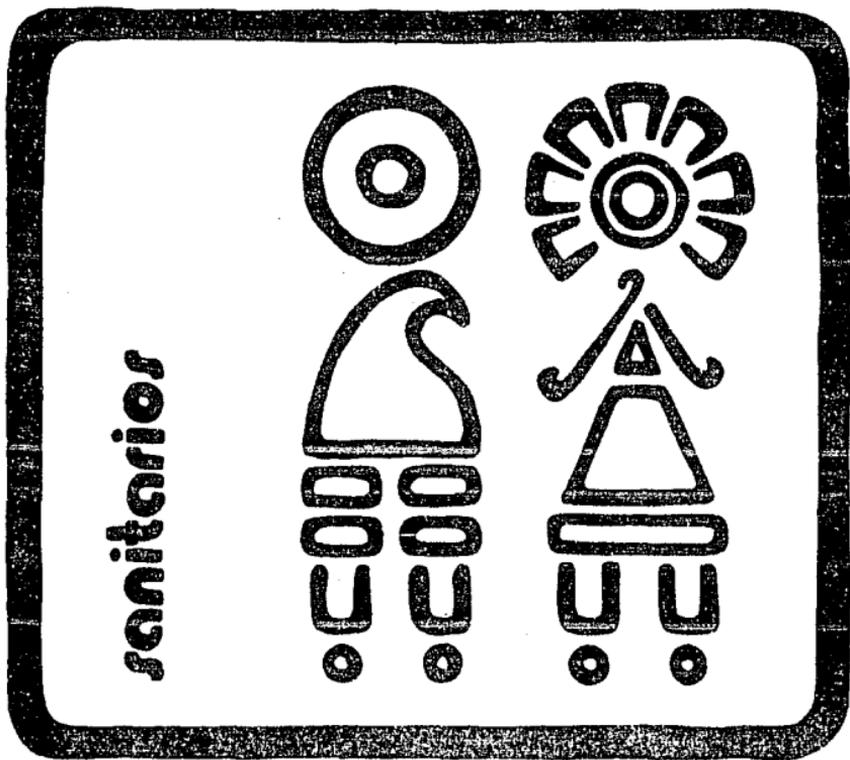
arco y flecha



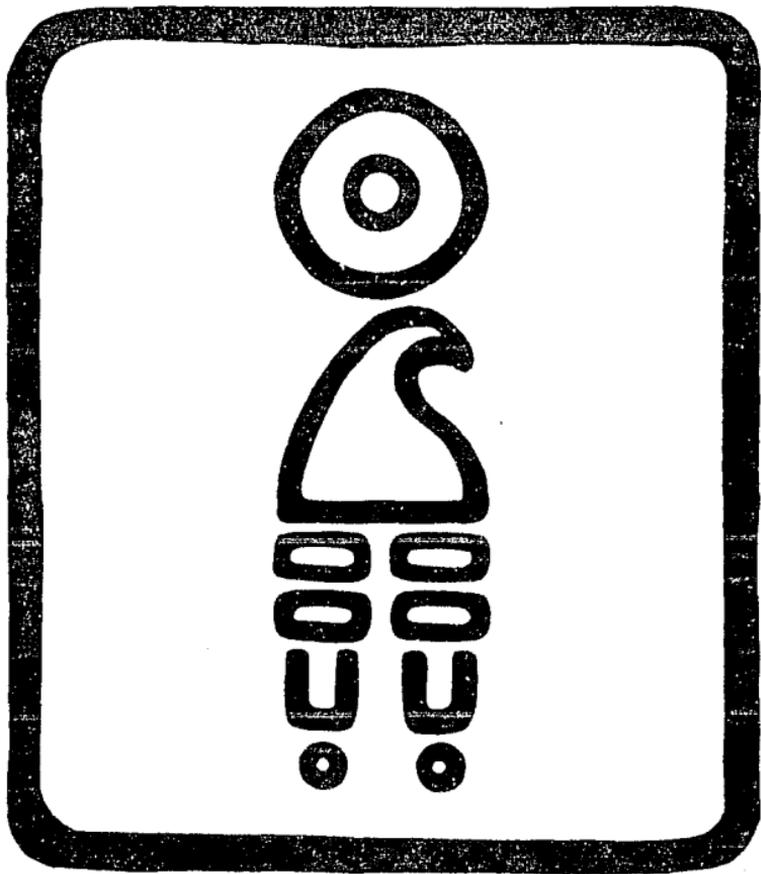
información



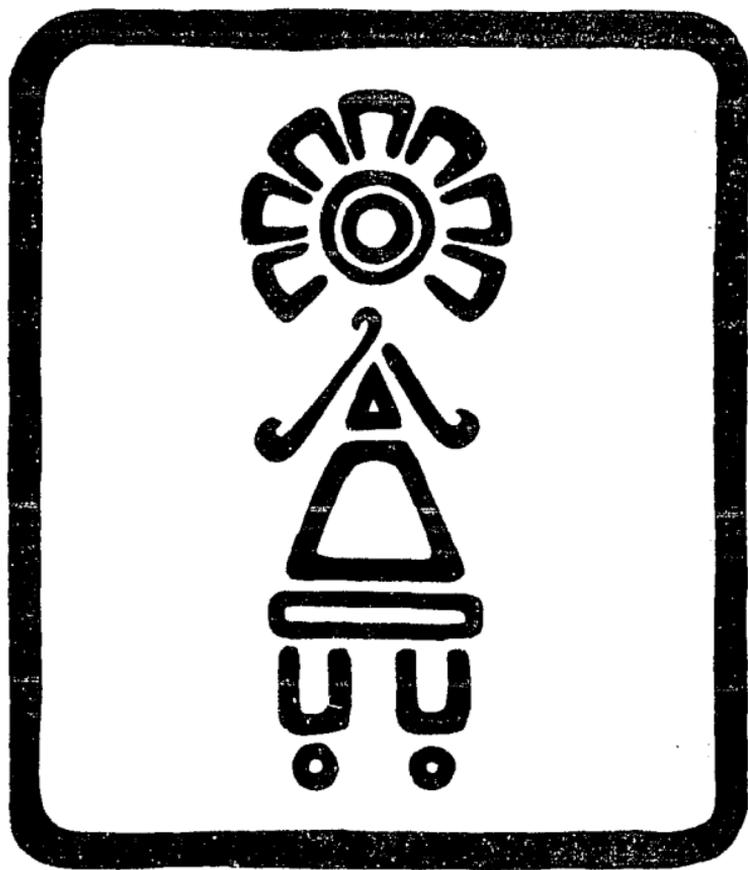
basura



sanitarios



hombre



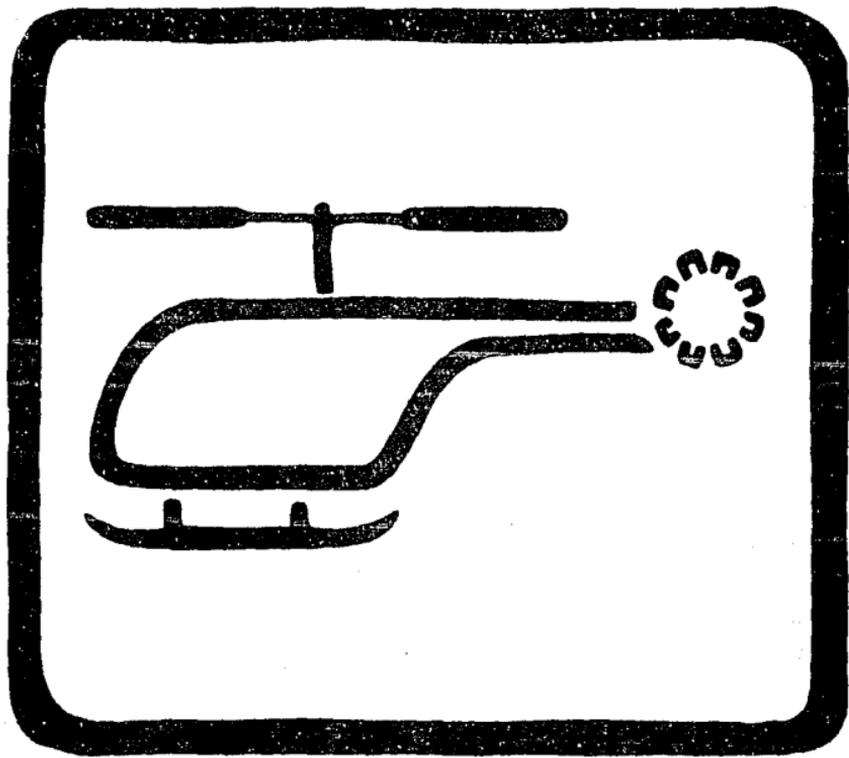
mujer



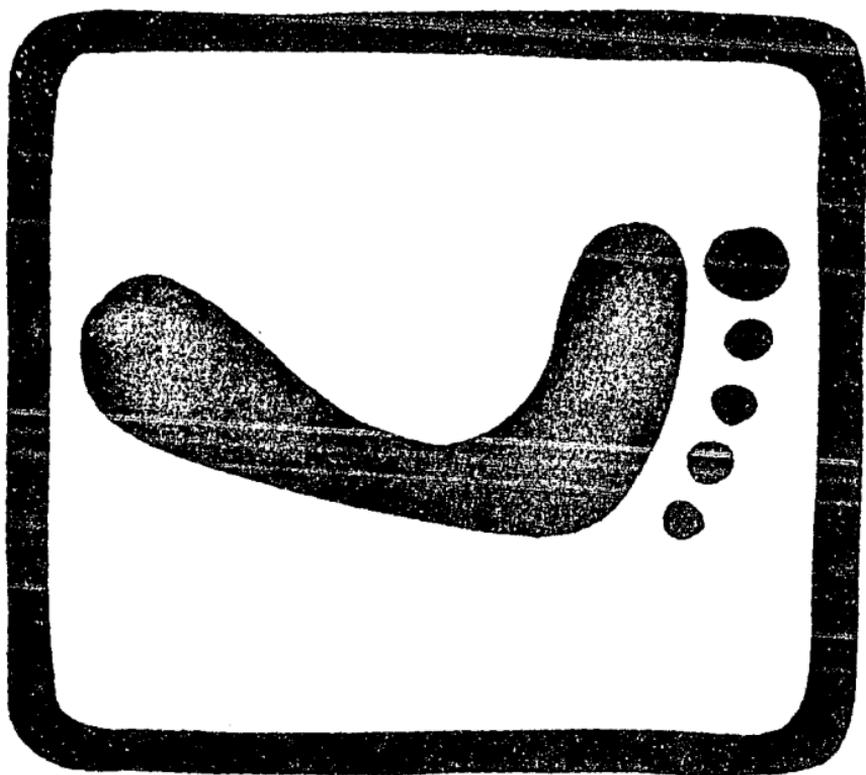
no fuego



no pasar



helipuerto



huella direccional

