



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTONOMA DE MEXICO**

**ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLASTICAS**

**LA COMUNICACION GRAFICA
COMO ELEMENTO AUXILIAR EN EL PROYECTO DE
RESCATE DEL JARDIN BORDA EN CUERNAVACA MORELOS**

TESIS QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACION GRAFICA

PRESENTA:

CLAUDIA VERA LOPEZ-ARAIZA

MEXICO, D.F., 1994

**NINGUNO DE NUESTROS
NO ES ORIGINAL**

TESIS CON 1996
FALLA DE ORIGEN



DEPTO. DE ASISTENCIA
PARA LA INVESTIGACION
ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLASTICAS
XOCHIMILCO, D.F.

59
249



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

“Y todo lo que hagais, hacedlo de corazón, como para el Señor y no para los hombres; sabiendo que del Señor recibiréis la recompensa de la herencia, porque a Cristo el Señor servís.”

Colosenses 3: 23-24.

INDICE

PAG

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

PRIMERA PARTE

| | |
|--|-----------|
| 1 LA COMUNICACION GRAFICA..... | 6 |
| 1.1. LA COMUNICACION | 7 |
| 1.1.1. ELEMENTOS DE LA COMUNICACION | 7 |
| 1.1.2. ELEMENTOS QUE PUEDEN INTERRUPTIR UN PROCESO DE COMUNICACION | 9 |
| 1.2. COMUNICACION GRAFICA | 10 |
| 1.2.1. ELEMENTOS DE LA COMUNICACION GRAFICA | 11 |
| 1.2.2. NIVELES QUE ENGLOBA LA COMUNICACION GRAFICA | 14 |
| 1.3. LA TECNOLOGIA EN LA COMUNICACION GRAFICA | 15 |
| 1.3.1. ALGUNOS ADELANTOS TECNOLOGICOS AUXILIARES DE LAS ARTES GRAFICAS | 16 |
| 1.3.1.1. COMPUTADORAS | 16 |
| 1.3.1.2. FOTOCOPIADORAS LASSER A COLOR | 17 |
| 2 IDENTIDAD | 18 |
| 2.1. IDENTIDAD | 20 |
| 2.2. IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA | 20 |
| 2.2.1. ELEMENTOS QUE COMPONEN UNA IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA | 21 |
| 2.2.1.1. SIMBOLO | 21 |

| | |
|--|----|
| 2.2.1.2. TIPOGRAFIA | 22 |
| 2.2.1.3. COLOR | 23 |
| 2.2.2. CARACTERISTICAS DE LA IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA | 23 |
| 2.2.2.1. NIVEL SINTACTICO | 23 |
| 2.2.2.2. NIVEL SEMANTICO | 23 |
| 2.2.2.3. NIVEL PRAGMATICO | 24 |
| 2.2.3. REQUISITOS QUE DEBE CUMPLIR UNA IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA | 25 |
| 2.2.4. CLASIFICACION DE LA IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA | 25 |
| 2.2.4.1. IDENTIDAD CORPORATIVA | 25 |
| 2.2.4.2. IDENTIDAD INSTITUCIONAL | 25 |
| 2.2.4.3. IDENTIDAD PROFESIONAL | 25 |
| 2.2.4.4. FACTORES PARA LA CLASIFICACION DE UNA IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA | 26 |
| 2.2.5. NIVELES DE COMUNICACION DE LA IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA | 27 |
| 2.2.5.1. NIVEL EXTERNO | 27 |
| 2.2.5.2. NIVEL INTERNO | 27 |

| | |
|---|-----------|
| 3 JARDIN BORDA | 29 |
| 3.1. ANTECEDENTES HISTORICOS | 30 |
| 3.2. LOCALIZACION | 32 |

| | |
|---|----|
| 3.3. OBJETIVOS | 33 |
| 3.4. ACTIVIDADES | 33 |
| 3.5. INSTALACIONES Y SERVICIOS | 34 |
| 3.6. PUBLICO RECEPTOR | 36 |

SEGUNDA PARTE

| | |
|---|----|
| 4 APLICACION DE LA COMUNICACION GRAFICA EN EL JARDIN BORDA | 37 |
| 4.1. IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA PARA EL JARDIN BORDA | 40 |
| 4.1.1. <i>BUGANVILIA COMO SIMBOLO DEL JARDIN BORDA</i> | 42 |
| 4.1.1.1. NIVEL SINTACTICO | 42 |
| 4.1.1.2. NIVEL SEMANTICO | 44 |
| 4.1.1.3. NIVEL PRAGMATICO | 45 |
| 4.1.2. <i>CALIGRAFIA, ANTIGUO ARTE PARA UN JARDIN BORDA INNOVADOR</i> | 45 |
| 4.1.2.1. NIVEL SINTACTICO | 45 |
| 4.1.2.2. NIVEL PRAGMATICO | 46 |
| 4.1.3. <i>ESPECIFICACIONES</i> | 48 |
| 4.1.3.1. PROPORCIONES | 48 |
| 4.1.3.2. COLOR | 52 |
| 4.1.3.2.1. APLICACION DEL COLOR | 53 |

4.2. APLICACIONES DE LA IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA

| | |
|--|-----------|
| COMO SOLUCION A PROBLEMAS DE COMUNICACION | 55 |
| 4.2.1. NIVEL EXTERNO | 56 |
| 4.2.1.1. FOLLETO, UN DIALOGO VISUAL | 56 |
| 4.2.1.1.1. NIVEL SINTACTICO | 56 |
| 4.2.1.1.2. NIVEL SEMANTICO | 62 |
| 4.2.1.1.3. NIVEL PRAGMATICO | 62 |
| 4.2.1.2. ARTICULOS PROMOCIONALES | 62 |
| 4.2.1.2.1. PLAYERA | 63 |
| 4.2.1.2.2. VASO | 64 |
| 4.2.1.2.3. VISERA | 65 |
| 4.2.2. NIVEL INTERNO | 66 |
| 4.2.2.1. PAPELERIA BASICA | 66 |
| 4.2.2.1.1. NIVEL SINTACTICO | 66 |
| 4.2.2.1.2. NIVEL SEMANTICO | 67 |
| 4.2.2.2.1. HOJA MEMBRETADA | 68 |
| 4.2.2.2.1.1. NIVEL SINTACTICO | 68 |
| 4.2.2.2.1.2. NIVEL SEMANTICO | 70 |
| 4.2.2.2.1.3. NIVEL PRAGMATICO | 70 |
| 4.2.2.2.2. SOBRE MEMBRETADO | 71 |
| 4.2.2.2.2.1. NIVEL SINTACTICO | 71 |
| 4.2.2.2.2.2. NIVEL SEMANTICO | 72 |

| | |
|---|-----------|
| 4.2.2.2.3. NIVEL PRAGMATICO | 72 |
| 4.2.2.2.3. TARJETA DE PRESENTACION | 73 |
| 4.2.2.2.4. ELEMENTOS GRAFICOS DE APOYO | 75 |
| 4.2.2.2.4.1. TARJETA DE IDENTIFICACION PARA OBRAS PLASTICAS EN EXHIBICION | 75 |
| 4.2.2.2.4.2. CERTIFICADO DE PARTICIPACION PARA EXPOSITORES | 76 |
| CONCLUSIONES | 77 |
| BIBLIOGRAFIA | 78 |

PRIMERA PARTE

INTRODUCCION

1 LA COMUNICACION GRAFICA

1.1. LA COMUNICACION

1.2. COMUNICACION GRAFICA

1.3. LA TECNOLOGIA EN LA COMUNICACION GRAFICA

2 IDENTIDAD

2.1. IDENTIDAD

2.2. IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA

3 JARDIN BORDA

3.1. ANTECEDENTES HISTORICOS

3.2. LOCALIZACION

3.3. OBJETIVOS

3.4. ACTIVIDADES

3.5. INSTALACIONES Y SERVICIOS

3.6. PUBLICO RECEPTOR

INTRODUCCION

El presente trabajo tiene como objetivo:

Aportar en forma práctica los conocimientos adquiridos durante mis estudios profesionales, dando solución a problemas reales de Comunicación Gráfica, y participando como profesionalista en los trabajos de rescate del Patrimonio Cultural de mi País.

"Fomentar el desarrollo cultural y turístico que promueva una conducta cívica de conocimiento y cuidado de los bienes de nuestro país, para inculcar a nuestros niños y jóvenes el respeto y cuidado de los valores históricos y culturales de México", es una de las prioridades expresadas en el Plan Nacional de Desarrollo del actual Gobierno.

La Ciudad de Cuernavaca, capital del Estado de Morelos, es en la actualidad un importante centro turístico, cultural y de recreo.

El Instituto de Cultura del Estado de Morelos se encuentra en la tarea para lograr, que la Ciudad de la Eterna Primavera se convierta en un foro digno de dichas actividades, en donde se respire un ambiente cultural acorde con el clima privilegiado y el maravilloso medio natural que lo distingue, coadyuvando además al desarrollo económico nacional, mediante la ampliación y mejoramiento de los procesos de fomento turístico que incrementen la afluencia del turismo, tanto nacional como del extranjero.

Uno de los mayores centros de concentración turística con los que cuenta la Ciudad de Cuernavaca es, sin lugar a duda, el primer cuadro de la Ciudad, ya que dentro de éste se encuentran algunos de sus monumentos históricos más importantes. Uno de ellos es el Jardín Borda que, independientemente de su riqueza histórica, funciona en la actualidad como el Centro Cultural de Cuernavaca.

Es por esta razón que el Instituto de Cultura del Estado de Morelos se ha avocado al rescate e impulso de este monumento y patrimonio nacional como centro turístico, cultural y de recreo.

Pero, para la adecuada difusión de estas actividades, la exigencia de comunicación como elemento fundamental de organización, desarrollo e intercambio, es esencial.

Es en este contexto que el Instituto de Cultura del Estado de Morelos abre las puertas del Centro Cultural Jardín Borda a la Comunicación Gráfica como elemento fundamental para la detección, apoyo y solución a problemas de información, que deben difundirse mediante el diseño e implantación de soportes gráficos que impulsen su infraestructura turístico-cultural, modernizando su servicio al público tanto colectiva como individualmente.

El desarrollo de este trabajo esta dividido básicamente en dos partes.

La primera, en donde se realizaron las investigaciones documentales y de campo previas, para la toma de decisiones en el desarrollo de la solución a los problemas de Comunicación Gráfica presentados por la Institución.

La segunda parte, es la justificación y desarrollo del diseño de los elementos y soportes gráficos que resultaron como solución a los problemas gráficos de identidad, organización, desarrollo y promoción del lugar.

Fue así que tomando en cuenta los antecedentes históricos de este Centro Cultural, quedó claro que goza de renombre y prestigio como monumento nacional. Sin embargo, carecía de una imagen de identidad gráfica por medio de la cual pudiera precisamente identificarse en la actualidad, y en forma permanente, como el Centro Cultural de la Ciudad de Cuernavaca. Este problema de comunicación demandaba una especial atención y una rápida solución.

Para esto y mediante la investigación, se tomaron en cuenta aspectos clave para su identificación tales como: su vegetación, su colorido, sus espacios físicos; la constante armonía que presenta entre lo orgánico e inorgánico, lo estático y lo dinámico y sus interesantes contrastes entre el pasado y el presente, entre límites y libertad.

Codificando lo más característico de estos conceptos, se obtuvieron los elementos gráficos básicos con los que se dió solución al problema de imagen de identidad gráfica.

Unificando todo el sistema de la Comunicación Gráfica del Jardín Borda, en un mismo estilo en su diseño, la organización podría establecer una imagen global cohesiva que ayudaría a alcanzar metas identificables.

De aquí se partió a buscar la solución a problemas de comunicación, tanto a nivel interno como externo, mediante la aplicación de esta imagen de identidad gráfica sobre soportes visuales, como solución a problemas reales y básicos para su organización, desarrollo y difusión.

Mediante la combinación de alternativas en la aplicación de la imagen, formatos y materiales se llegó al diseño de los soportes gráficos que darían una solución práctica.

Así es como se desarrolló una papelería básica institucional y un folleto promocional cuyo contenido gráfico abarcará todas las áreas y actividades turísticas, culturales y de recreo, comprensible para el público nacional como extranjero, y cuya distribución no estará limitada a las instalaciones de la Institución, sino que será repartido en los diferentes puntos de información turística del Estado.

También se realizó la aplicación de la imagen de identidad sobre artículos promocionales, que a su vez son realmente útiles al visitante dadas las condiciones climatológicas del lugar.

Debido a la cantidad de alternativas de diseño que tenía en mente presentar como parte del presente trabajo y dado el corto plazo con el que contaba para su desarrollo, me tuve que limitar a la realización de piezas básicas con las que el Centro Cultural pudiera comenzar a trabajar, presentado las demás alternativas posteriormente.

Se está trabajando en la realización del diseño de:

- Un sistema de señalización interna que facilite la localización de las diferentes instalaciones con las que cuenta el Jardín Borda.*

Tomando en cuenta que cada sala de exposición lleva el nombre de algunos exponentes del arte mexicano, se ha pensado en plasmar la réplica de sus firmas, en el señalamiento correspondiente a cada sala, acompañada del símbolo del lugar y esto trabajarlo sobre mosaico, ya que la cerámica es una de las actividades artísticas principales del Estado, y por que se adecúa perfectamente a las necesidades físicas para su colocación por las condiciones climáticas del lugar, refiriéndome particularmente a las inclemencias propias del medio ambiente de Cuernavaca.

Esta señalización será de carácter permanente ya que desde su fundación se ha respetado la distribución original del lugar, adaptándolo a las necesidades que cada actividad requería.

- Una mascota propia del lugar (que surge del mismo símbolo, ya que es una flor de buganvilia animada reflejando salud, bienestar y alegría), por medio de la cual se tenga contacto directo con la población infantil que visita el Jardín Borda.*

- *Una publicación mensual dirigida a niños en edad preescolar a nivel primaria, en la que por medio de la animación de la mascota en diversas actividades gráficas tales como: iluminar dibujos, solucionar laberintos, encontrar figuras, relacionar objetos, etc., se pueda dar un seguimiento lógico a un programa de educación artística y ecológica.*

- *Establecer los lineamientos propios de los soportes gráficos como lo son carteles y publicaciones semanales en los diarios locales, para dar difusión a las actividades mensuales del lugar y que puedan ser consultados por el público.*

- *Una serie de postales con imágenes del lugar, con las que se pueda dar difusión al Jardín Borda, no solamente a nivel nacional sin internacional y que además permita formar una colección que al paso del tiempo sería invaluable.*

Para la realización de estas postales ya se tienen algunas ideas sobre imágenes, formatos, técnicas y sistema de reproducción.

Así pues, y partiendo de lo anteriormente expuesto, se dió comienzo al presente trabajo y su aplicación.

Claudia Vera López-Araiza

LA ORGANIZACIÓN GRÁFICA

1 LA COMUNICACION GRAFICA

1.1. LA COMUNICACION

1.1.1. ELEMENTOS DE LA COMUNICACION

*1.1.2. ELEMENTOS QUE PUEDEN INTERRUMPIR
UN PROCESO DE COMUNICACION*

1.2. COMUNICACION GRAFICA

1.2.1. ELEMENTOS DE LA COMUNICACION GRAFICA

1.2.2. NIVELES QUE ENGLOBA LA COMUNICACION GRAFICA

1.3. LA TECNOLOGIA EN LA COMUNICACION GRAFICA

*1.3.1. ALGUNOS ADELANTOS TECNOLOGICOS
AUXILIARES DE LAS ARTES GRAFICAS*

1.3.1.1. COMPUTADORAS

1.3.1.2. FOTOCOPIADORAS LASSER A COLOR

1.1. LA COMUNICACION

"Todo aquello a lo que la gente logra dar un significado, puede ser y es utilizado por la comunicación".¹

Comunicación es la acción de comunicar.

Comunicar (del latín *communicare*, hacer común). En general se entiende por **comunicar** al proceso mental-físico cuya finalidad es transmitir o compartir con otras personas ideas, emociones o conocimientos.

Los seres vivos nos comunicamos por medio de los sentidos. Entre las especies que viven en sociedad la exigencia de comunicación es esencial, por lo que ésta se encuentra estrechamente ligada al concepto de comunidad, de organización social y de colaboración.

Las personas suelen comunicarse a muchos niveles, por diversos motivos y en múltiples formas, que van desde el más simple y elemental de los gestos, hasta las transmisiones vía satélite, encontrándonos en el mundo unidos por densísimas redes de información recíproca.

El lenguaje es el medio de comunicación más importante del hombre. Se articula en palabras y éstas a su vez en oraciones o frases. Entre sus formas más utilizadas están la lengua hablada y la lengua escrita y dentro de esta última la comunicación por medio de imágenes o símbolos gráficos.

1.1.1. ELEMENTOS DE LA COMUNICACION

En cualquier proceso de comunicación los elementos básicos son los mismos. Dentro de la Lingüística (que es la ciencia que se encarga del estudio del lenguaje) se manejan varias teorías de la comunicación. Una de ellas es la de *Roman Jakobson*, de la cual retomé algunos elementos para componer un cuadro que explique en forma muy sencilla, la función de cada uno de ellos dentro de un proceso de comunicación básico.

¹ "Comunicación Alcances y Fines". David K. Berlo

Mas adelante este cuadro se utilizará como referencia para explicar el papel que desempeña el comunicador gráfico en un proceso de comunicación gráfica.

Así tenemos que un proceso básico de comunicación se compone de los siguientes elementos:



Toda comunicación humana proviene de alguna **fuentes**, esto es, alguna persona o grupo de personas con ideas, necesidades, intenciones, etc que tienen cierta información y el propósito de expresarla.

Emisor: Es la persona que envía el mensaje.

Mensaje: Es la información enviada al receptor por medio de un determinado código.

Código: Es un acuerdo social convencionalizado con el que se determina el significado de un signo o mensaje.

Para que la comunicación se lleve a cabo con éxito es necesario que tanto el *emisor* como el *receptor* manejen un *mismo código* y que ambos lo conozcan.

Receptor: Quien recibe el mensaje decodificando la información.

1.1.2. ELEMENTOS QUE PUEDEN INTERRUMPIR UN PROCESO DE COMUNICACION

Dentro del proceso de comunicación pueden haber dos tipos básicos de interrupciones:

- A) El ruido.** Es cualquier elemento innecesario que pueda confundir el sentido del mensaje.
- B) La redundancia.** Es la continua repetición del mensaje. El manejo de este elemento es muy delicado ya que no siempre reporta respuestas favorables. Es necesario utilizarlo controladamente para no saturar, aburrir o presionar al receptor con la misma información.

1.2. COMUNICACION GRAFICA

"Instalar un objeto o difundir una imagen en nuestras ciudades es crear una forma como satisfacer una necesidad y adaptarse o pasar a enriquecer las características de un entorno".²

El hombre apareció sobre la tierra hace quizá menos de un millón de años. Sobre los demás seres vivientes, presentaba sustanciales ventajas:

- Al caminar erguido sobre sus piernas, se encontraba capacitado para utilizar sus brazos y manos en la ejecución de otros trabajos.
- Su cerebro era mayor que el de los grandes monos, y fué precisamente ésta distinción de inteligencia la que le permitió descubrir el fuego.

A partir de éste momento el cerebro humano experimentó un rápido desarrollo enriqueciéndose así las áreas de la memoria, lenguaje y escritura. A medida que maduraba física y psicológicamente acertaba más en el **arte del dibujo**. Pintaba personas, animales y plantas sobre rocas o pieles. A ésta forma de comunicación, por la cual el hombre se expresaba con dibujos en función de mensajes se le da el nombre de **Pictografía**.

Cada figura representaba exactamente la palabra correspondiente, pero no se podía representar todavía una idea abstracta.

Sus cada vez más complejas relaciones humanas, su condición social y el cada día más cambiante medio ambiente, le exigía realizar adaptaciones en su lenguaje, teniendo así que inventar términos cada vez más complicados para designar cosas que desconocía:

Nació así la necesidad de reducir o ampliar sus *signos gráficos* a **símbolos**. A ésta forma de comunicación se le da el nombre de **Ideografía**.

Más tarde y poco a poco aparecieron códigos y así por fin la **escritura**.

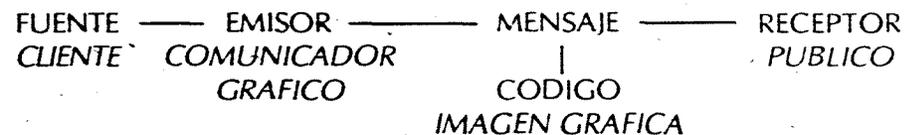
² "Elementos para una Metodología del Diseño"

La **Comunicación Gráfica** es una disciplina teórico-práctica implicada con factores de tipo económico, ideológico y estético; que tiene como finalidad detectar y solucionar necesidades a problemas de información ya sea de tipo social, cultural, político, etc; configurando y transformando dicha información en mensajes gráficos por medio de signos construidos por el hombre, combinando y articulando en su proceso creativo, las técnicas propias de la disciplina en el campo bidimensional y los elementos gráficos pertinentes, a través del método que mejor le resulte de acuerdo a lo que se pretende comunicar para hacer de ese mensaje una imagen con fundamento, clara, sintética y final.

Si se menciona en esta definición que el comunicador gráfico *ha de utilizar el medio que mejor le resulte, de acuerdo a lo que pretende comunicar*, es porque en la *Comunicación Gráfica* no se puede hablar de una metodología rígida como en las ciencias exactas ya que las hipótesis, suposiciones y apremio con el que en esta área generalmente se trabaja, le gana terreno a la lógica.

1.2.1. ELEMENTOS DE LA COMUNICACION GRAFICA

Retomando ahora el cuadro de elementos de la comunicación lingüística, citado anteriormente para explicar la función de éstos en un proceso de *Comunicación Gráfica*, tenemos que:



Fuente. En este caso es el cliente con sus ideas, necesidades, intenciones, información y un propósito por el cual comunicarse.

Emisor. Es el diseñador que realiza paso a paso la síntesis de la información expresada por la fuente, transformándola o *codificándola* en una *imagen gráfica* de

tal modo que, reunidos en ella, ofrezcan un impacto único, sinérgico y contundente, formando así una totalidad cerrada y suficiente.

Mensaje. Es la información traducida a imágenes gráficas, ya libre y objetiva, lista para llegar al receptor.

Posiblemente el ideal de un mensaje gráfico es que éste resulte útil, funcional y estético.

Un mensaje gráfico encierra dos tipos de información:

A) La objetiva, que se deriva de hechos o datos que la van a rodear, esto es, los antecedentes y necesidades por los que surge como solución a un problema, su capacidad de adaptarse a su entorno, etc.

B) La subjetiva, que resulta imprescindible y suficiente, propia para que sea una entidad útil, articule una información y así resuelva un problema.

El receptor debe ser tenido en cuenta en la toma de decisiones del diseñador, con respecto a cada factor que conforma el proyecto de diseño, ya que éste aporta datos de orden psicológico, económico, social, cultural, estético, político, etc.

Código. Es como ya se mencionó, un acuerdo social convencionalizado, con el que se determina el significado de un signo, en este caso un signo gráfico.

La habilidad del diseñador para comunicar su mensaje es un factor muy importante para que éste alcance un nivel óptimo de fidelidad. Es necesario utilizar un vocabulario o código adecuado para expresarse de la manera más clara.

Son muy importantes como factores las habilidades comunicativas, actitudes y conocimientos sobre la información de la fuente que el emisor va a manejar. El diseñador tiene que estar informado sobre los roles que desempeña su cliente, que funciones debe llenar, cuál es el prestigio que él y las demás personas le atribuyen, sus expectativas y las que otros tienen con respecto a él, el contexto social dentro del

que va a operar, sus creencias culturales, sus valores dominantes, etc.

También debe tener presente durante todo el proyecto, a la persona o personas a quien va dirigido el mensaje, pues el emisor pierde todo control sobre su diseño una vez que lo deja libre y en manos del público receptor. Es así como en éste momento el proyecto del diseñador se convierte no solo en algo objetivo, sino en objeto para las personas que lo van a ver o utilizar.

Receptor. Es el usuario en general, es quien recibe una forma sintética.

La forma como un receptor ve un objeto diseñado es diferente a como lo vio el diseñador. La comunicación gráfica es percibida en su totalidad de manera sintética y exige que el pensamiento vaya de lo particular a lo general. El receptor tiene, por decir así, la obligación de verlo todo al mismo tiempo y de recibir sintetizado el conjunto de datos e información que el diseñador ofrece en su mensaje.

Al enviar un mensaje, el diseñador debe de elegir códigos que el receptor pueda entender, seleccionando elementos que puedan llamarle su atención y que a su vez le resulte más fácil decodificar e interpretar, tratando de manejar un contenido que sea convincente.

Estos datos son los que determinarán el tratamiento que habrá de dar el diseñador al mensaje reflejando su estilo de comunicación.

Si el receptor no es capaz de ver, oír y pensar no estará capacitado para recibir y decodificar el mensaje, de igual forma si no conoce o maneja el código utilizado en el mensaje, no podrá entenderlo.

Cabe mencionar que algunos diseños no nos dicen nada, ya que no estamos familiarizados con ellos, no pertenecen o corresponden a nuestro código o archivo de imágenes o elementos.

1.2.2. NIVELES QUE ENGOBA LA COMUNICACION GRAFICA

En la comunicación gráfica se engloban tres niveles de estudio:

Nivel Sintáctico que es la relación entre la estructura del signo.

Nivel Semántico es la conexión signo significado, y el resultado de la decodificación.

Nivel Pragmático evoca la relación entre el signo y su usuario

Posteriormente se podrá ver como se utilizan estos niveles para el diseño de este proyecto gráfico.

1.3. LA TECNOLOGIA EN LA COMUNICACION GRAFICA ---

Como comunicadores o diseñadores gráficos, nos desarrollamos dentro de una área 100% creativa y práctica en la cual, los conocimientos teóricos y técnicos juegan un papel elemental como soporte de una constante retroalimentación y actualización. Mantenerse actualizado es parte vital en la trayectoria de un profesionista para permanecer vigente dentro de su campo de acción.

Esta actualización, entre otros aspectos, nos permite conocer técnicas y aprender el manejo de instrumentos cada vez más sofisticados, que presentan interesantes e importantes ventajas sobre los ya existentes, y que en su momento, aparecen no como sustitutos, sino como apoyo a éstos últimos puesto que, el saber utilizar y manejar técnicas e instrumentos básicos de trabajo, es elemental para el manejo y control de otros más avanzados.

La intervención de los avances tecnológicos dentro de todos los ámbitos del quehacer humano, no se han hecho esperar. En la actualidad estos adelantos resultan cada vez más accesibles, facilitando las actividades diarias.

Es muy importante aclarar que son instrumentos de apoyo para la optimización del tiempo y del trabajo y no debe permitirse que automaticen, limiten o sustituyan la creatividad y sensibilidad humana.

1.3.1. ALGUNOS ADELANTOS TECNOLOGICOS AUXILIARES DE LAS ARTES GRAFICAS

1.3.1.1. COMPUTADORAS

Hoy en día hay una gran variedad de computadoras y paquetes de trabajo (Software) específicos a las necesidades propias de cada actividad humana.

También existen otro tipo de computadoras que surgieron dentro de un mercado limitado por su costo, pero que en la actualidad resultan cada vez más accesibles.

Los ordenadores Apple Macintosh están diseñados para que su utilización y aprendizaje sean sencillos mediante la manipulación en pantalla de íconos que simbolizan documentos, discos, carpetas y otras partes del sistema, así como la información con la que trabaja.

Estos equipos utilizan lo que se llama un ratón, que es un dispositivo de señalización para activar la mayoría de las operaciones.

Existen diversos modelos con características diferentes de acuerdo a las necesidades específicas de cada usuario, pero dentro de sus características generales se pueden mencionar:

- Facilidad de uso
- Habilidad de ejecutar miles de operaciones que se interactúan perfectamente
- Variedad de funcionalidad
- Poder
- Gran velocidad

Trabajan con un extenso campo de software de aplicaciones especializadas como por ejemplo: modelos de tercera dimensión y programas de animación.

Estos equipos tienen un mercado muy importante en áreas en donde se requiere de mucha precisión y fidelidad como son el diseño, la música y la educación.

La familia Macintosh cuenta cada vez con más sistemas de apoyo con los que se pueden realizar bocetos de un proyecto, obtención de negativos o positivos para impresión, separación de color para fotografías, impresiones laser, impresiones fotográficas con filmadoras Linotronic, impresiones laser a color en diversos materiales, recorte laser sobre vinil, etc; supervisando y controlando todo el proceso desde la máquina por uno mismo.

1.3.1.2. FOTOCOPIADORAS LASER A COLOR

Otro instrumento de apoyo es la fotocopidora. Se han introducido en el mercado las fotocopidoras laser a color que nos permiten obtener copias fieles y de muy buena calidad tanto de imágenes impresas en superficies planas, como de negativos, positivos, diapositivas y objetos tridimensionales. Nos da opciones de impresión sobre diferentes tipos de papel como son el papel bond, couché, albanene y acetatos, por mencionar algunos. Cuenta también con una amplia gama de efectos especiales.

2 IDENTIDAD

2 IDENTIDAD

2.1. IDENTIDAD

2.2. IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA

2.2.1. ELEMENTOS QUE COMPONEN

UNA IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA

2.2.1.1. SIMBOLO

2.2.1.2. TIPOGRAFIA

2.2.1.3. COLOR

2.2.2. CARACTERISTICAS

DE LA IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA

2.2.2.1. NIVEL SINTACTICO

2.2.2.2. NIVEL SEMANTICO

2.2.2.3. NIVEL PRAGMATICO

2.2.3. REQUISITOS QUE DEBE CUMPLIR

UNA IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA

2.2.4. CLASIFICACION

DE LA IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA

2.2.4.1. IDENTIDAD CORPORATIVA

2.2.4.2. IDENTIDAD INSTITUCIONAL

2.2.4.3. IDENTIDAD PROFESIONAL

**2.2.4.4. FACTORES PARA LA CLASIFICACION
DE UNA IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA**

**2.2.5. NIVELES DE COMUNICACION
DE LA IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA**

2.2.5.1. NIVEL EXTERNO

2.2.5.2. NIVEL INTERNO

2.1. IDENTIDAD

"Para el hombre la necesidad de identificarse existe desde el momento en que es consciente de ello, y a partir de ésta necesidad es que desea diferenciarse de entre los demás".³

Identidad (del latín *idenitas-âtis*, de *idem*, lo mismo), es el conjunto de circunstancias, condiciones o características que distinguen o diferencian a una persona o grupo de personas de las demás.

2.2. IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA

Cuando un grupo de personas se reúnen para formar una organización, legalmente o no, adquieren derechos y obligaciones como personas físicas. En ese momento ya es poseedor de personalidad jurídica y desarrolla alguna actividad con un fin preciso creando una determinada reputación en la mente de otras personas. Surge entonces como una entidad con ideas, necesidades, intenciones, información y un propósito por el cual comunicarse.

El primer contacto de comunicación entre una organización y su público o usuario se realiza en forma impersonal por medio de su *imagen de identidad gráfica* y elementos gráficos secundarios que lo identifican o reconocen visualmente.

La **Imagen de identidad gráfica** es un elemento de comunicación visual que nos permite identificar, señalar y resaltar las cualidades propias de alguien o algo reflejando con ella la auténtica esencia de su filosofía y servicio.

Tiene como objetivo general:

- Establecer comunicación entre un grupo específico de personas y su contexto.

Podemos mencionar como objetivos secundarios:

³ "Historia de las Comunicaciones". Valery Ponty

- Identificar el producto o servicio ofrecido con el público, para estimular su consumo o uso.
- Intimidar a la competencia.

2.2.1. ELEMENTOS QUE COMPONEN UNA IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA

Una imagen de identidad gráfica completa debe estar formada por los siguientes elementos básicos:

2.2.1.1. SIMBOLO

" Los símbolos son imágenes gráficas que representan un objeto o idea preestablecida con anterioridad" ⁴ (Es un intermediario entre lo conscientemente comprensible y lo inconscientemente comunicado), y es el encargado de representar o reflejar el carácter de la corporación en su generalidad.

Los símbolos se dividen en grupos de acuerdo a la forma de representación. Así tenemos que los hay:

A) Arbitrarios. *"Son aquellos que no se asemejan a objetos ni se encuentran relacionados con los conceptos que representan ya que la forma es la que se encarga de sustituir dichos objetos o conceptos". ⁵*

- **Ideogramas.** Representaciones de ideas o conceptos.

B) Equivalentes. *"Estos hacen referencia a objetos mediante la semejanza de lo que representan". ⁶* Dentro de este grupo podemos encontrar:

- **Iconos.** Representaciones naturales de objetos o elementos reales en los que el hombre no ha intervenido para su creación.

⁴, ⁵, ⁶ "Apuntes de Diseño". Maestra Ma. Elena Díaz López

- **Pictogramas.** Son representaciones estilizadas y simplificadas de sucesos de la vida diaria que definen algo muy concreto.
- **Representacional.** Representan cuestiones creadas por el hombre.

Al realizar un símbolo hay que tomar en cuenta el contexto socio-cultural para el cual vamos a trabajar para manejar el código más adecuado. (Entendiendo como cultura al conjunto de valores, expresiones y tradiciones, resultado tanto de la inventiva individual como de la experiencia colectiva de un determinado grupo social humano).

2.2.1.2. TIPOGRAFIA

El adecuado uso de las familias tipográficas dentro de la imagen de identidad gráfica contribuye a dar poder y efectividad a su manejo en general.

El arreglo tipográfico debe poseer características psicológicas que representen y apoyen las actividades o servicios que nos ofrece el producto u organismo.

Dentro de los arreglos tipográficos se pueden mencionar:

- **Monograma.** Que es el tratamiento tipográfico uniformado derivado de las primeras iniciales de un nombre.
- **Caligrafía.** Es el arte de escribir letra realizada a mano, clara, bella y correctamente formada.
- **Logotipo.** Tiene su origen en *logos* letra, *tipo* tratado. Es el diseño del arreglo tipográfico específico de una razón social.

2.2.1.3. COLOR

La correcta propuesta en la utilización del color en una imagen de identidad gráfica es fundamental para su presentación y unificación. Sus connotaciones han de fusionarse a los dos elementos básicos anteriores para así transmitir acertadamente la información que el organismo pretende.

Sin embargo éste no ha de ser tomado en cuenta como elemento fundamental para la correcta interpretación de la imagen y su mensaje, ya que en algunas ocasiones dicha imagen podría verse limitada en su color, al blanco y negro, por factores de reproducción como lo son actualmente la copia fotocopia y el fax.

La utilización del sistema Pantone PMS como guía para la elección del color a utilizar, proporciona una garantía de que la imagen será reproducida fielmente en su color.

2.2.2. CARACTERISTICAS DE LA IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA

Una imagen de identidad tiene que cumplir con ciertas características generales que son:

2.2.2.1. NIVEL SINTACTICO

- **Originalidad.** Que presente características propias y singulares que permitan considerarla innovadora.
- **Unidad.** Que cada uno de los elementos que la compongan tengan una relación armónica entre ellos y reunidos formen un todo.
- **Legibilidad:** que resulte clara y sintética.

2.2.2.2. NIVEL SEMANTICO

- **Carácter.** Es la cualidad por medio de la cual la organización refleja su propia personalidad, ya que representa una entidad que comparte un lugar en la

sociedad con otros individuos y debe comunicar su mensaje claramente a cualquiera que esté en contacto con ella.

Caracter Ambiente. A veces el ambiente se convierte en un factor crucial para la presentación de una identidad gráfica, ya que un diseño que destruye el escenario de la ciudad, pierde la estimación del público.

Es por eso que la imagen debe ser diseñada en relación con el medio con el cual va a competir y en el que se va a situar.

- **Memoria Gráfica.** Es la característica que permite memorizarla y recordarla, no solo inmediatamente, sino de tal forma que a través del tiempo gane efectivamente la popularidad y la confianza del público.
- **Comprensible.** Que el mensaje se encuentre formado por elementos que pertenezcan al código del usuario.

2.2.2.3. NIVEL PRAGMATICO

- **Impacto.** Es la influencia de una imagen en un individuo para atraer su atención. El impacto es necesario para que la gente lo grave en su subconsciente, primero y lo haga después consciente reconociendo y recordando.
- **Visibilidad.** De acuerdo a su proporción, colocación e iluminación debe ser perceptible.
- **Reproducible.** Que pueda ser reproducible con cualquier técnica de impresión, material, tamaños y en blanco y negro.

2.2.3. REQUISITOS QUE DEBE CUMPLIR UNA IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA

Una imagen de identidad debe cumplir con los siguientes puntos para alcanzar sus objetivos y lograr la aceptación de su público o usuario.

- A) Apegarse en un 100% a la situación real del organismo, esto es, definir claramente su giro, enfoque y aspectos relevantes.
- B) Ser congruente con el producto o servicio que ofrece.
- C) Adecuarse al sector social al que va a ser dirigido.
- D) Establecer una comunicación fluida entre el organismo y su público o usuario.

2.2.4. CLASIFICACION DE LA IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA

Las imágenes de identidad se clasifican en tres grupos dependiendo de su objetivo. Así tenemos:

2.2.4.1. IDENTIDAD CORPORATIVA

"Es la imagen gráfica formada por una serie de elementos que representan el objetivo de una organización que persigue el lucro en su servicio".⁷

2.2.4.2. IDENTIDAD INSTITUCIONAL

Representa las características propias de las actividades de una organización teniendo como finalidad su aceptación y reconocimiento, sin perseguir el lucro.

2.2.4.3. IDENTIDAD PROFESIONAL

"Es la que a través de una representación definida, expresa la profesión o servicio que desempeña una persona".⁸

2.2.4.4. FACTORES PARA LA CLASIFICACION DE UNA IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA

Para saber a cual de estos dos primeros grupos pertenece una organización, es necesario realizar una investigación sobre ella, para obtener una visión clara de lo que ésta es realmente; sus particularidades, objetivos, factores geográficos, sociales y de servicio así como sus expectativas futuras.

Para la realización de esta investigación es necesario responder a las preguntas ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿A quienes?, etc; para lo que nos pueden servir como guía, los siguientes puntos:

A) De la organización.

- 1) Cómo se llama
- 2)Cuál es su giro.
- 3) Qué tipo de servicio o producto ofrece.
- 4) Cuáles son sus objetivos y expectativas.
- 5)Cuál es su ubicación geográfica.
- 6)Cuál es el ambiente físico de trabajo, etc.

B) De su público o usuario.

- 1) Quienes son.
- 2) Dónde viven.
- 3) A que nivel socio-económico pertenecen.
- 4) Qué intereses tienen.
- 5) Por qué asisten al organismo o consumen el producto.
- 6) En qué concepto lo tienen.

C) De sus competidores mas cercanos.

- 1) Cómo se llama
- 2)Cuál es su giro.
- 3) Qué tipo de servicio o producto ofrece.
- 4) Cuáles son sus objetivos y expectativas.
- 5)Cuál es su ubicación geográfica.

6) Cuál es el ambiente físico de trabajo, etc.

Estos puntos contribuyen a completar el panorama de como es percibida la organización o producto.

Después de haber concluido esta investigación, se realiza la síntesis con los datos relevantes, eliminando la información innecesaria.

2.2.5. NIVELES DE COMUNICACION DE LA IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA

Una imagen de identidad establece comunicación a dos niveles básicamente:

2.2.5.1. NIVEL EXTERNO

Con su público, usuario o visitante.

Se reporta soluciones positivas a los objetivos del organismo, al obtener una respuesta favorable de su público, lo que a su vez impulsa su desarrollo.

2.2.5.2. NIVEL INTERNO

Con las personas que laboran o desempeñan alguna actividad.

La comunicación a este nivel reporta beneficios psicológicos que se manifiestan en aspectos tales como el rendimiento en el trabajo, agilidad administrativa, armonía y unidad laboral.

Por último es importante mencionar que la imagen de identidad gráfica afecta directamente en la respuesta del público y por lo tanto en el futuro de las actividades del organismo.

La Revolución Industrial y tecnológica, ha provocado que el hombre tenga más confianza en los símbolos que en los propios objetos, ya que éstos se han vuelto tan

similares a los de sus competidores, que para poder diferenciarlos las compañías se han visto obligadas a inventar nombres diferentes a productos equivalentes como identidad, que a su vez le proporciona un valor psicológico a los productos u organismos.

3 JARDIN BORDA

3.1. ANTECEDENTES HISTORICOS

3.2. LOCALIZACION

3.3. OBJETIVOS

3.4. ACTIVIDADES

3.5. INSTALACIONES Y SERVICIOS

3.6. PUBLICO RECEPTOR

3.1. ANTECEDENTES HISTORICOS

En el siglo XVIII, comenzó a extenderse el gusto por el estudio y cultivo de las plantas, y muchos ricos de México formaron huertos muy adornados que embellecían las casas de recreo. De esta época del último tercio del siglo XVIII, data el Jardín Borda.

Don José de la Borda y Verdugo, de origen francés, construyó el Jardín Borda en la ciudad de Cuernavaca por su tranquilidad y clima privilegiado. Sin embargo, toda la obra se debió realmente a su hijo, Don Manuel de la Borda, ya que su padre murió a tan sólo dos años de comenzado el trabajo.

Se sabe que durante la inauguración del estanque grande, el 4 de noviembre de 1783, se trajeron embarcaciones xochimilqueñas y un barquito fue botado al agua en honor al soberano.

Don Manuel de la Borda recibió ese mismo año a distinguidos huéspedes como Don Matías de Gálvez, Virrey de la Nueva España y al Arzobispo de México Don Alonso Nuñez de Haro y Peralta.

Se tienen noticias de que el emperador Maximiliano se hospedaba con frecuencia en esta casa a partir de 1865, en sus visitas a Cuernavaca.

En 1874 se ofreció un banquete al Presidente de la República Don Sebastian Lerdo de Tejada por el General Francisco Leyva.

En 1896 el ilustre poeta mexicano Don Guillermo Prieto estuvo viviendo algún tiempo en este lugar.

En la inauguración del ferrocarril de Cuernavaca en 1897, se llevó a cabo un gran banquete en el Jardín Borda, con la asistencia del General Porfirio Díaz.

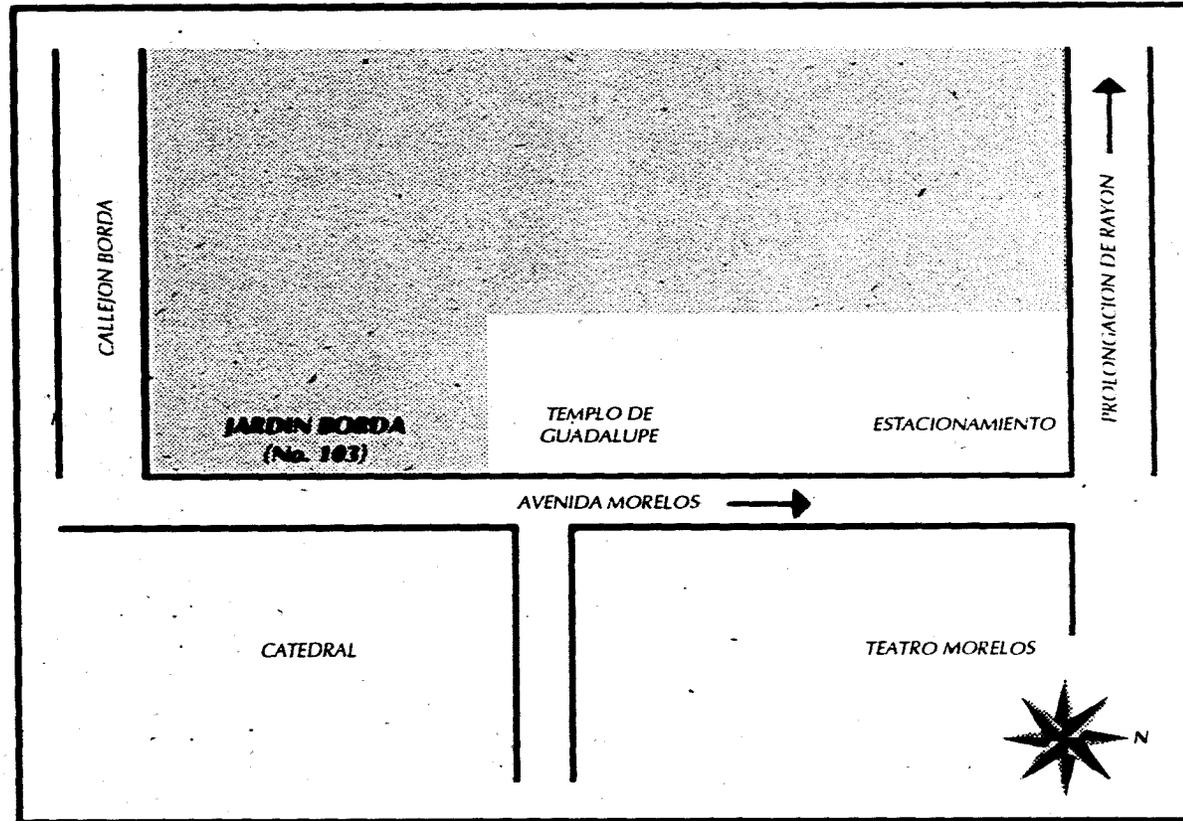
En tiempos de la Revolución, Don Francisco I. Madero asistió también a un banquete en este jardín.

Al tomar posesión del Instituto Nacional de Antropología e Historia, el Prof. Bonfil, lo hizo Museo Regional.

En el Primer Encuentro Nacional de las Artes Plásticas, se presentó la proposición de abrir en el Jardín Borda el Salón Permanente de las Artes Plásticas en México.

3.2. LOCALIZACION

Se encuentra ubicado en la Av. José Ma. Morelos No. 103 de la ciudad de Cuernavaca en el Estado de Morelos, casi frente a la Catedral de la Ciudad, pasando la Iglesia de Guadalupe y contiguo a ella, hacia el Sur.



3.3. OBJETIVOS

"El Instituto tiene como objetivo: promover, fomentar y difundir la cultura en todas sus manifestaciones, fomentar la investigación y la docencia; el fortalecimiento de los valores locales y nacionales, el impulso de las artes, la preservación del patrimonio Arqueológico e Histórico y el estímulo de las manifestaciones de la Cultura Popular, a fin de alentar la participación de los habitantes de Estado".⁹

3.4. ACTIVIDADES

Comprende las siguientes actividades:

Artes Plásticas

- Pintura
- Escultura
- Fotografía
- Artesanías
- Cerámica

Artes Escénicas

- Teatro
- Danza
- Audiovisuales
- Video
- Cine

Artes Musicales

- Recitales
- Conciertos

Artes Literarias

- Poesía
- Ensayo
- Periodismo
- Cuento
- Novela

"Dará atención especial a los artesanos y artistas del Estado de Morelos, a fin de promover la Cultura Popular y las expresiones originales de cada municipio".^{9 bis}

3.5. INSTALACIONES Y SERVICIOS

El Jardín Borda cuenta con las instalaciones para la realización de todas sus actividades, siendo las más frecuentes por orden de importancia las pertenecientes a los grupos de Artes Plásticas, Artes Musicales y Artes Escénicas.

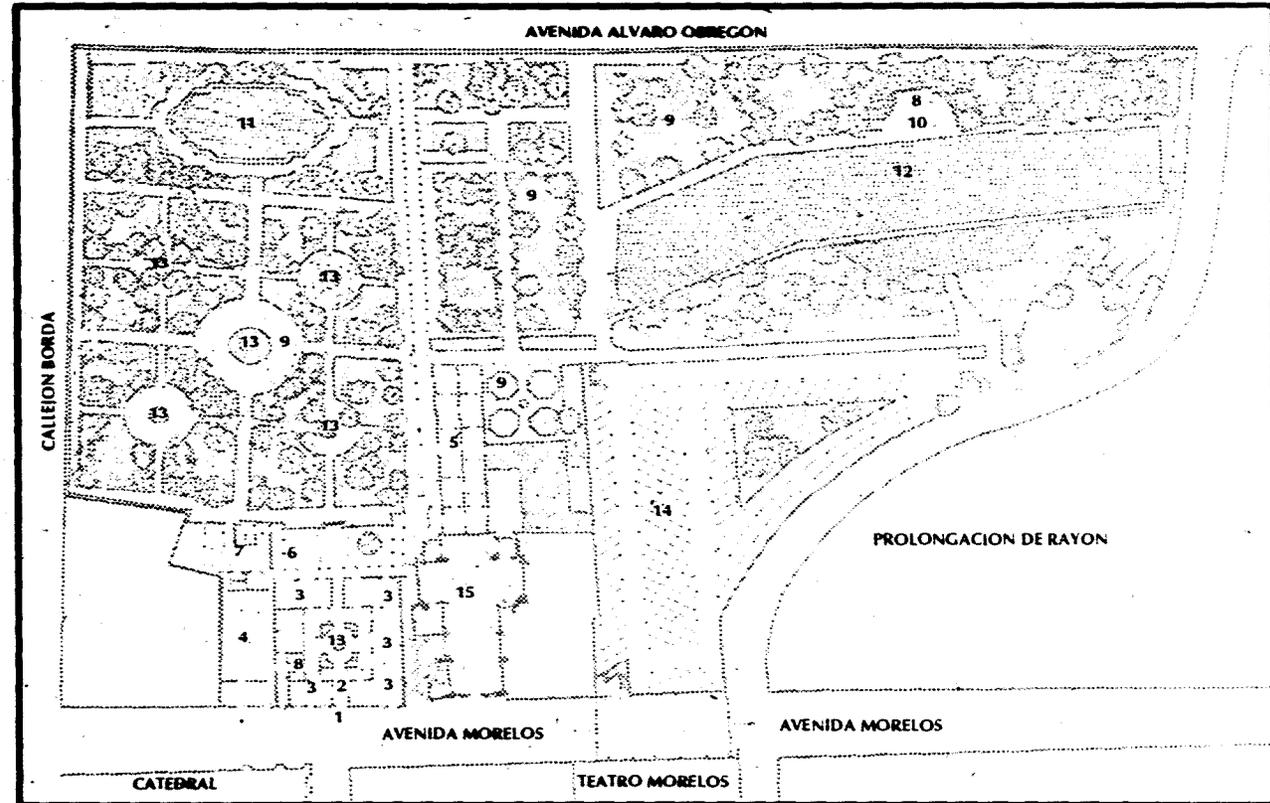
El Jardín Borda se caracteriza principalmente por su extensión. De esta manera da cabida a múltiples espacios de expresión artística. Así es como el Jardín Borda cuenta con seis salas de exposición cerradas, las cuales llevan los siguientes nombres: (mencionándolas por su ubicación, de izquierda a derecha)

- Sala José C. Orozco.
- Sala de conciertos y exposiciones Manuel M. Ponce.
- Sala José G. Posada.
- Sala Diego Rivera.
- Sala David A. Siqueiros.
- Sala José Ma. Velazco.

También tiene:

- Un auditorio cerrado.
- Un teatro al aire libre.
- Amplio estacionamiento.
- Cafetería restaurant con mesas al jardín.
- Sanitarios.
- Guardarropa.
- Librería.
- Oficinas internas, y por supuesto, amplísimos y hermosos jardines con fuentes y estanques.

- 1) Entrada
- 2) Guardarropa
- 3) Salas de exhibición
- 4) Auditorio
- 5) Museo
- 6) Cafetería-restaurant
- 7) Oficinas
- 8) Sanitarios
- 9) Jardines
- 10) Teatro al aire libre
- 11) Estanque pequeño
- 12) Estanque grande
- 13) Fuentes
- 14) Estacionamiento
- 15) Templo de Guadalupe



3.6. PUBLICO RECEPTOR

En el reglamento que regula las actividades del Instituto de Cultura del Estado de Morelos, y, por lo tanto, las de los centros culturales a su cargo, se hace énfasis constantemente en la importancia de crear centros para la promoción de actividades culturales propias del Estado.

Es por esto que el Jardín Borda muestra principal interés en llegar en primer lugar al público nativo, para fomentar su participación y ampliar su horizonte cultural y artístico. Así mismo para con su ayuda, preservar y difundir las manifestaciones culturales regionales de arte popular, que a su vez son patrimonio cultural nacional.

En segundo lugar, pretende llegar al turista tanto nacional como internacional. Al primero, para la difusión de su cultura regional y al segundo, para dar por su conducto difusión a la cultura y las artes nacionales en el extranjero y promover el intercambio cultural.

SEGUNDA PARTE

4. EL ROL DE LA COMBINACION GRAFICA EN EL DISEÑO

4.1. EL DISEÑO DE LA COMBINACION GRAFICA

4.1.1. EL DISEÑO DE LA COMBINACION GRAFICA

4.2. APLICACIONES DE LA IMAGEN DE IDENTIDAD

4.2.1. LA COMBINACION GRAFICA COMO SOLUCION A PROBLEMAS DE COMUNICACION

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

**4 APLICACION DE
LA COMUNICACION GRAFICA
EN EL JARDIN BORDA**

4 APLICACION DE LA COMUNICACION GRAFICA EN EL JARDIN BORDA

4.1. IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA PARA EL JARDIN BORDA

4.1.1. BUGANVILIA COMO SIMBOLO DEL JARDIN BORDA

4.1.1.1. NIVEL SINTACTICO

4.1.1.2. NIVEL SEMANTICO

4.1.1.3. NIVEL PRAGMATICO

4.1.2. CALIGRAFIA, ANTIGUO ARTE PARA UN JARDIN BORDA INNOVADOR

4.1.2.1. NIVEL SINTACTICO

4.1.2.2. NIVEL PRAGMATICO

4.1.3. ESPECIFICACIONES

4.1.3.1. PROPORCIONES

4.1.3.2. COLOR

4.1.3.2.1. APLICACION DE COLOR

4.2. APLICACIONES DE LA IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA COMO SOLUCION A PROBLEMAS DE COMUNICACION

4.2.1. NIVEL EXTERNO

4.2.1.1. FOLLETO, UN DIALOGO VISUAL

4.2.1.1.1. NIVEL SINTACTICO

4.2.1.1.2. NIVEL SEMANTICO

4.2.1.1.3. NIVEL PRAGMATICO

4.2.1.2. ARTICULOS PROMOCIONALES

4.2.1.2.1. PLAYERA

4.2.1.2.2. VASO

4.2.1.2.3. VISERA

4.2.2. NIVEL INTERNO

4.2.2.1. PAPELERIA BASICA

4.2.2.1.1. NIVEL SINTACTICO

4.2.2.1.2. NIVEL SEMANTICO

4.2.2.2.1. HOJA MEMBRETADA

4.2.2.2.1.1. NIVEL SINTACTICO

4.2.2.2.1.2. NIVEL SEMANTICO

4.2.2.2.1.3. NIVEL PRAGMATICO

4.2.2.2. SOBRE MEMBRADO

4.2.2.2.1. NIVEL SINTACTICO

4.2.2.2.2. NIVEL SEMANTICO

4.2.2.2.3. NIVEL PRAGMATICO

4.2.2.3. TARJETA DE PRESENTACION

4.2.2.4. ELEMENTOS GRAFICOS DE APOYO

4.2.2.4.1. TARJETA DE IDENTIFICACION PARA
OBRAS PLASTICAS EN EXHIBICION

4.2.2.4.2. CERTIFICADO DE PARTICIPACION
PARA EXPOSITORES

4.1. IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA PARA EL JARDIN BORDA

Como Casa de Cultura legalmente establecida, El Jardín Borda comparte con sus visitantes, a través de sus espacios y actividades culturales y recreativas, ideas, emociones y conocimientos tanto regionales y nacionales como de diversas culturas y países del mundo, realizando de esta forma un valioso intercambio cultural.

Siendo parte tan importante del patrimonio histórico-cultural del Estado, carecía de los elementos gráficos necesarios con los que se le identificara y que al mismo tiempo ayudaran en la tarea de su difusión.

El Jardín Borda presentaba como necesidades inmediatas:

- La creación de una imagen de identidad gráfica, en este caso Institucional, que la identificara y destacara como Casa de Cultura digna promotora de los valores que tienen origen en la historia de su localidad, paralela a la de México, y que se encuentran latentes en su arte y tradición.
- Concientizar al visitante, de que el Jardín Borda es por sí mismo valioso, ya que resguarda grandes tesoros y tradiciones, nos habla de historia y ecología, por lo que es muy importante mantenerlo y preservarlo.

Para la elaboración de esta imagen de identidad se realizaron investigaciones de campo (visitas al lugar, entrevistas, etc) y documentales (archivos fotográficos, libros, cartas, etc.) para obtener la información necesaria de lo que debería representarse y reflejarse.

La Institución cuenta con un nombre reconocido, **Jardín Borda**, que fué dado, como ya se mencionó en capítulos anteriores, como reconocimiento a su fundador cuando el lugar funcionaba como huerto de aclimatación y jardín de recreo. Actualmente cuenta con la frase *Centro Cultural Cuernavaca* como apoyo para reforzar su actividad actual.

Se procedió a diseñar el tratamiento gráfico que se le daría al nombre para que cumpliera con las condiciones de imagen de identidad.

Como una imagen de identidad debe apegarse lo mas posible a la situación-real del lugar y ser congruente con su actividad, se enlistaron los conceptos más representativos y significativos que se manejaron durante la investigación y observación.

Se obtuvieron como resultado los siguientes conceptos:

- Arte
- Cultura
- Recreación
- Protección
- Difusión
- Historia
- Naturaleza
- Popular (actividades y costumbres características de las población de de esta region)

En cuanto a las características físicas del lugar quedaron como puntos más importantes:

- Los espacios o áreas son siempre cuadrangulares
- El color verde como predominante

Como aspectos psicológicos:

- Alegría
- Paz

Estos fueron los conceptos básicos y punto de partida para la realización de su imagen de identidad gráfica.

La imagen de identidad gráfica para el Jardín Borda, que en este caso se clasifica como Imagen Institucional, consta de tres elementos básicos:

- Símbolo
- Logotipo
- Color

4.1.1. BUGANVILIA COMO SIMBOLO DEL JARDIN BORDA

El Jardín Borda cuenta con las cualidades ambientales características de la ciudad de Cuernavaca, por lo que ofrece agradables y amplios espacios naturales abiertos que funcionan como áreas de descanso y recreo.

Tomando en cuenta las características y cualidades más relevantes del área del jardín, específicamente de su vegetación. Se tomó como símbolo del lugar la flor de buganvilia, por ser el más digno representante del arte natural y la belleza regional.

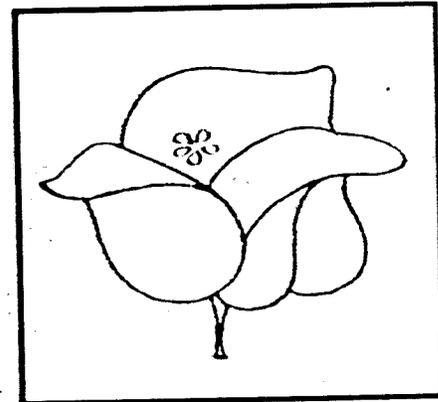
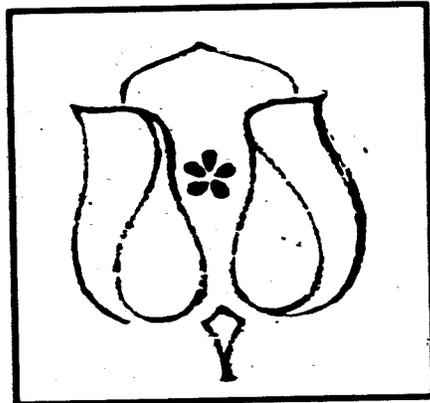
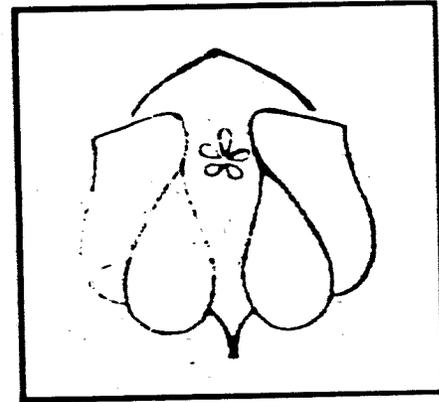
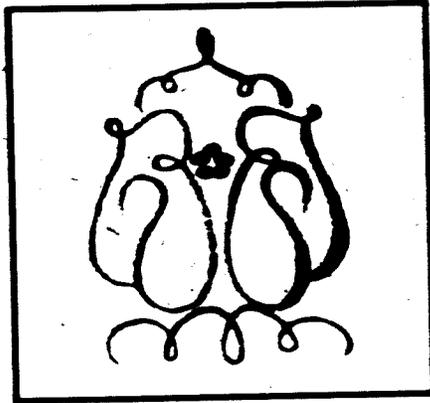
Esta es una flor tropical originaria del Brasil, y debe su valor decorativo a las tres brácteas foliformes ovalopuntiagudas y de colores comunmente cálidos (rojo, rosa, anaranjado, lila, etc.) que envuelven a sus pequeñas flores.

No es una flor originaria de Cuernavaca, pero fué en esta ciudad en donde se reprodujo por primera vez a su llegada a México. Esta flor fue adoptada por los habitantes de Cuernavaca como elemento decorativo natural más representativo de su ciudad.

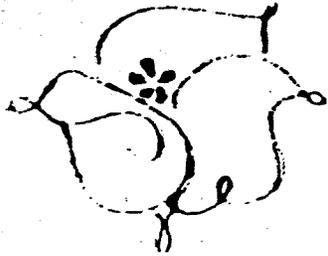
4.1.1.1. NIVEL SINTACTICO

Para que el trazo del símbolo fuera lo más fielmente apegado al original (símbolo equivalente), fue necesaria la observación de flores de buganvilia naturales.

■ Flor de Buganvilia

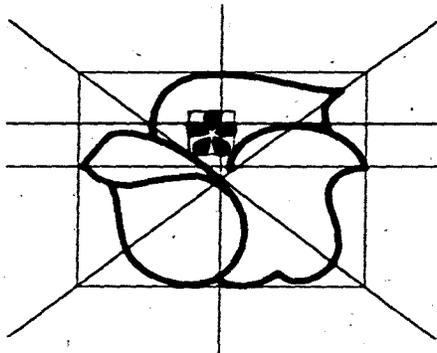


El símbolo consta básicamente de dos partes :



• **LAS BRACTEAS:** Su primer trazo fue realizado en base a una ejecución a mano alzada, manteniendo en lo posible la continuidad de línea para que, por tratarse de un elemento orgánico, se sugiriera la suavidad, calidez y dinamismo propios de la naturaleza, y buscando en todo momento la proporción y equilibrio de sus partes. (FIG. 1)

Posteriormente se escaneó la figura y con la ayuda de un ordenador Macintosh y del programa Aldus Free Hand, se retrazó. (FIG. 2)



• **LA FLOR:** La flor de buganvilla es pequeña y cuenta con cinco pétalos ovalopuntiagudos. Al contrario de sus brácteas, la flor es muy geométrica, por lo que su trazo se ejecutó en base a un pentágono geoméricamente construido. Cada pétalo se montó independiente a los demás y en su conjunto forman la flor. (FIG. 3)

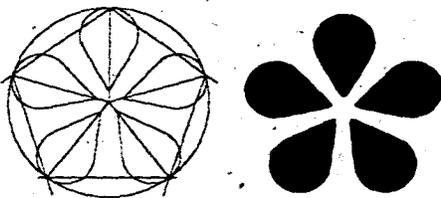
Toda la flor presenta un ligero giro de 30° hacia el lado derecho del plano. (FIG. 4)

4.1.1.2. NIVEL SEMANTICO

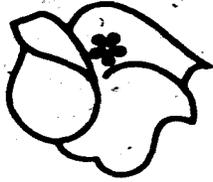
Como símbolo, la flor de buganvilla cumple con las condiciones de los siguientes conceptos:

- **Arte:** Por tratarse de una obra de arte de la naturaleza.
- **Naturaleza:** Ya que es parte de ella.
- **Regional:** Por ser por tradición el elemento natural decorativo de Cuernavaca.

En el trazo de este elemento gráfico tenemos un equilibrio armónico entre lo orgánico y lo inorgánico, mismo equilibrio que encontramos en el Jardín Borda en cuanto al manejo armónico del arte natural en combinación con sus actividades artísticas y culturales.



En un contexto más profundo tenemos que las tres brácteas corresponden a los tres objetivos principales del Jardín Borda que son:



- proteger,
- difundir y
- rescatar las actividades artísticas y culturales de la región

Así mismo las cinco pétalos de la flor corresponden a los cinco grupos en los que se dividen las actividades artísticas y que son:

- Artes plásticas
- Artes escénicas
- Artes literarias
- Artes musicales
- Cine

La inclinación de la flor hacia el lado superior derecho se dió, ya que dentro del plano básico, este ángulo evoca psicológicamente la idea de libertad y progreso.

4.1.1.3. NIVEL PRAGMÁTICO

La flor de buganvilia además de ser fácilmente reconocible es comunmente relacionada con la ciudad de Cuernavaca.

4.1.2. CALIGRAFIA, ANTIGUO ARTE PARA UN JARDIN BORDA INNOVADOR

El logotipo se compone de dos partes:

4.1.2.1. NIVEL SINTACTICO TIPOGRAFIA PRIMARIA

Se manejaron las palabras Jardín Borda con un arreglo tipográfico a base de una composición caligráfica.

La familia tipográfica en la cual se basó el trazo es la Unicial, la cual originalmente

JARDÍN
BORDA

JARDÍN
BORDA

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
1234567890

presenta un tamaño uniforme de caracteres, los cuales son redondos, moderadamente proporcionados, cercanos entre sí y de carácter vertical. (FIG. 5)

Para darle originalidad al trazo, y ya que corresponde al nombre del lugar, se le dió un tamaño mayor a las capitulares de cada palabra, proporcional a las otras, y en forma espontánea.

Este trazo se escaneó y se le dió el mismo tratamiento que al símbolo. (FIG. 6)

El punto de la *i* fue sustituido por un pétalo de la flor de buganvilia.

TIPOGRAFIA SECUNDARIA

La frase Centro Cultural Cuernavaca es secundaria y de apoyo. Para ella se utilizó la familia tipográfica Optima en altas y bajas por conciderarla formal, clara y moderna. (FIG. 7)

Al integrar esta frase al resto del nombre se dividió en dos partes. Así tenemos que, aprovechando la dirección de lectura que va de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo se obtiene una composición dinámica y con unidad. (FIG. 8)

4.1.2.2. NIVEL PRAGMATICO

Para lograr el carácter histórico-cultural que necesitaba el Jardín Borda proyectar en su imagen de identidad, se utilizó como tipografía primaria un trazo caligráfico que es una antigua manifestación artística que goza hoy de un destacado lugar entre artistas y artesanos, y que dota al Jardín Borda de originalidad y del carácter propio que lo define como Centro Cultural.

A la frase Centro Cultural Cuernavaca, se le dió otro tratamiento para que, junto con la flor de buganvilia, dotara a la totalidad de la imagen de contemporaneidad.

Con el propósito de introducir y enfatizar el carácter cultural de la institución, se colocó en primer termino la frase Centro Cultural, a continuación Jardín Borda y por último Cuernavaca para apoyar su ubicación y pertenencia como patrimonio histórico-cultural del Estado de Morelos. (FIG.9)

Centro Cultural **JARDÍN**
BORDA
Cuernavaca

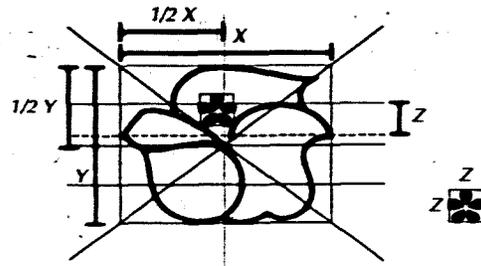
Es así como cumple con las condiciones de:

- Arte
- Cultura
- Historia

Por lo anteriormente expuesto, es claro que cumple también con las condiciones de originalidad, carácter y unidad al quedar sus elementos reunidos en la siguiente forma:

Centro Cultural **JARDÍN**
BORDA
Cuernavaca

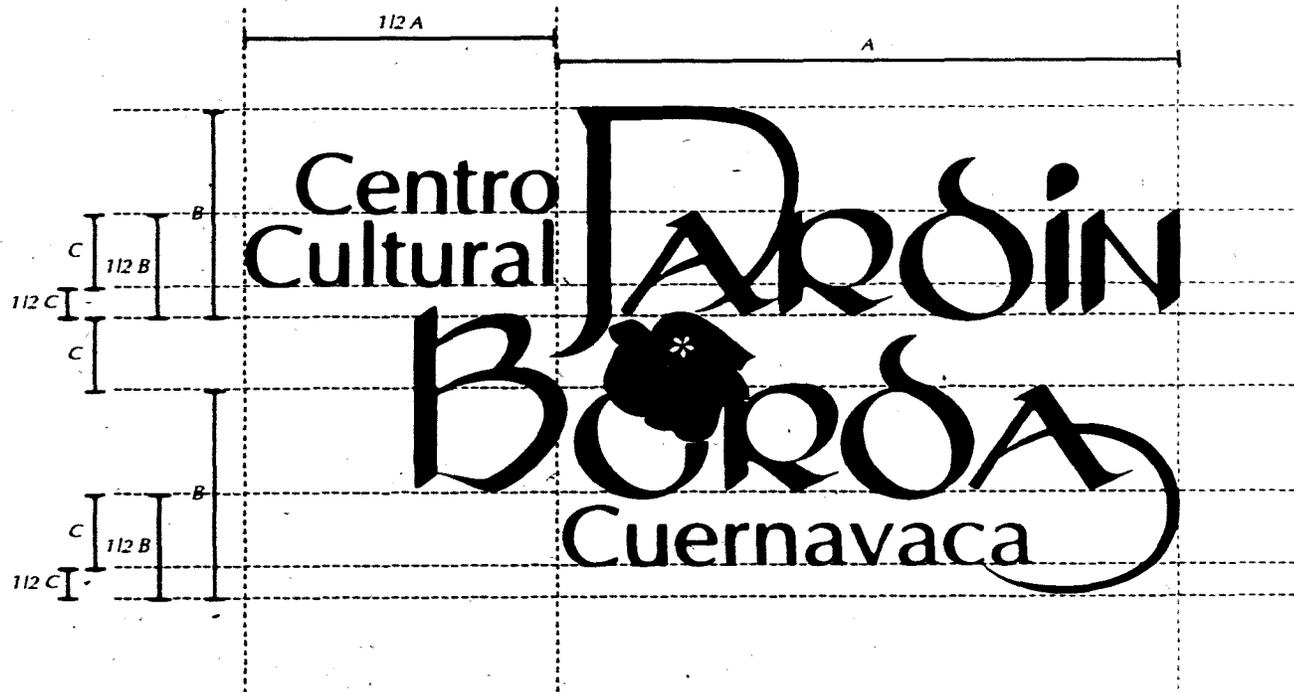
4.1.3. ESPECIFICACIONES



4.1.3.1. PROPORCIONES

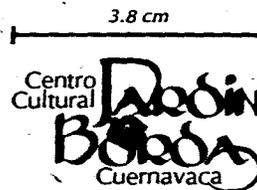
Esta imagen está justificada dentro de envolventes cuadrangulares, apoyando así uno de los conceptos que fueron punto de partida en la investigación previa para su diseño.

Es muy importante respetar las proporciones del diseño original, sin efectuarle cambio alguno.



Ya que el desarrollo del diseño de esta imagen de identidad gráfica se realizó por medio de un ordenador Macintosh, la reproducción de esta imagen se seguirá manejando a través de la computadora pues éste instrumento de trabajo nos brinda muchas alternativas para su reproducción (impresiones lasser, impresiones finas en papel fotográfico, positivos, negativos, impresiones a color, etc.) teniendo un control directo sobre las ampliaciones y reducciones necesarias.

En el caso de que tenga que reproducirse a gran escala, en donde ya no se pueda trabajar desde el ordenador Macintosh ni por medios fotográficos, se presenta también la imagen sobre una retícula para facilitar la realización del trazo.



Este será el tamaño mínimo autorizado para su reproducción y aplicación.

Con el objeto de aislar visualmente ésta imagen de identidad gráfica y evitar así su contaminación con otros elementos, se deberá conservar cierta área mínima a su alrededor equivalente a "1/2 B" que es la altura correspondiente a las letras bajas del trazo caligráfico.



Centro Cultural **JARDÍN BORDA**
Cuernavaca

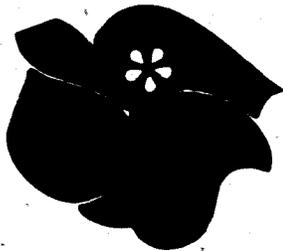
La imagen de identidad gráfica del Centro Cultural Jardín Borda, está formada por símbolo y logotipo, cuyas proporciones ya especificadas deberán respetarse en todas sus aplicaciones.

La imagen de identidad podrá ser aplicada en tres formas:

- 1) **Completa** para cualquier aplicación. (FIG. 10)
- 2) Para ser **aplicada en papelería, logotipo y símbolo** ya sea integrado o **desfazando el símbolo hacia abajo**, pero **siempre manteniendo su eje vertical** en relación a la totalidad de la imagen. (FIG. 11)

Nunca la tipografía se presenta sola.

- 3) Para ser **aplicada en artículos promocionales** puede utilizarse **unicamente el símbolo**. (FIG. 12)



4.1.3.2. COLOR

Los colores utilizados para esta imagen de identidad gráfica son el verde y el magenta pues son los más representativos y que encontramos en forma natural tanto en la Ciudad de Cuernavaca como en el Jardín Borda.



VERDE

Sus connotaciones Psicológicas que corresponden a las cualidades y características del lugar son:

- **Es sinónimo de vegetación**, misma que se encuentra en gran cantidad dentro de sus instalaciones.
- **Libertad y calma**, por ser un lugar de esparcimiento físico y mental.
- **Seguridad**, puesto que sus instalaciones se encuentran delimitadas por su propia construcción.
- **Sugiere** así mismo primavera, amistad y equilibrio por su posición entre cálidos y fríos.

Para su reproducción se utilizó el No. 355 de la guía de colores de Pantone PMS.



MAGENTA

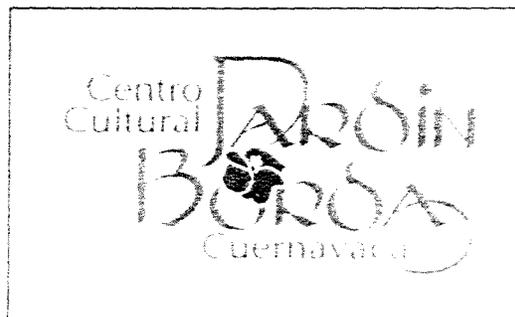
Es el color más característico de la flor de buganvilia, además de utilizarse predominantemente para la decoración de artesanías populares mexicanas, adoptando así el nombre de "Rosa Mexicano".

Para su reproducción se utilizó el Rodamine Red de la guía de Pantone PMS.

Ambos colores son complementarios en forma natural.

4.1.3.2.1. APLICACION DEL COLOR

La aplicación adecuada del color se describe a continuación.



A TODO COLOR SOBRE FONDO BLANCO

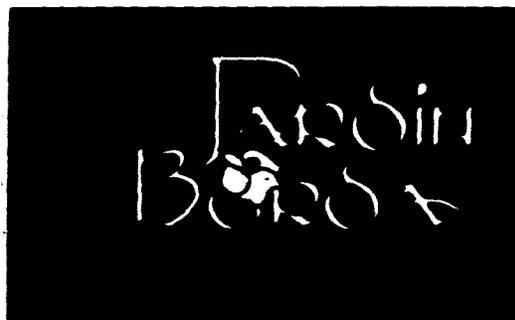
- **Símbolo** y tipografía secundaria Rodamine Red PMS
- **Logotipo** verde No.355 PMS



PARA CASOS DE IMPRESION A UNA TINTA

PARA FONDOS CLAROS

- **Símbolo** flor y outline del color del fondo, bracteas del color de la tinta seleccionada
- **Logotipo** y tipografía secundaria del color de la tinta seleccionada



PARA FONDOS OSCUROS

- **Símbolo** flor y outline del color del fondo, bracteas del color de la tinta seleccionada
- **Logotipo** y tipografía secundaria del color de la tinta seleccionada

Para la aplicación en promocionales se autorizan los colores blanco, verde 355 y negro para el fondo, en donde la aplicación de la imagen será:



PARA FONDO VERDE

- **Símbolo** flor y outline blanco, bracteas Rodamine Red PMS.
- **Logotipo** y tipografía secundaria blanco



PARA FONDO NEGRO

- **Símbolo** flor y outline negro, bracteas y tipografía secundaria Rodamine Red PMS.
- **Logotipo** verde No. 355 PMS.

4.2. APLICACIONES DE LA IMAGEN DE IDENTIDAD GRAFICA COMO SOLUCION A PROBLEMAS DE COMUNICACION

Ahora bién, esta imagen de identidad necesita ser aplicada en todos los apoyos gráficos que esta institución requiera para su adecuada identificación, difusión y organización; en otras palabras, en todo aquello que le servirá como instrumento para comunicarse.

Como ya he mencionado en el capítulo 2, una imagen de identidad establece comunicación a dos niveles básicamente: externo e interno.

Para realizar contacto a cualquiera de estos dos niveles, fué necesaria la aplicación de la imagen de identidad en elementos gráficos de apoyo adecuados a las necesidades de cada uno de estos niveles.

De esta manera se dividieron las propuestas de apoyo gráfico en dos grupos correspondientes a cada nivel.

Nivel Externo:

- Un folleto promocional.
- Artículos promocionales que mantengan congruencia con las características climatológicas, ambientales y contextuales del lugar.

Nivel Interno:

Aplicación y diseño de papelería básica que comprende:

- Hoja membretada
- Sobre membretado
- Tarjeta de presentación

Diseño de elementos gráficos de apoyo como:

- Tarjetas de identificación para obras plásticas en exhibición.
- Certificados de participación para expositores.

4.2.1. NIVEL EXTERNO

4.2.1.1. FOLLETO, UN DIALOGO VISUAL

La Ciudad de Cuernavaca se ha colocado como un centro turístico de importancia en nuestro país. Esta posición le ha permitido ser también escenario de un enriquecedor intercambio cultural a nivel internacional.

El Jardín Borda como Casa de Cultura de ésta ciudad, presentaba la necesidad de darle difusión a sus actividades, servicios e instalaciones.

Uno de estos medios de difusión es el folleto. Este es un instrumento de comunicación gráfica con el cual se establece contacto personal con el público. Es en este caso, un apoyo visual donde se maneja un lenguaje sin complicaciones, manteniendo un diálogo visual con su receptor mediante la utilización gráfica de los recursos ambientales del lugar, para que el público revalore el sitio, su medio y su historia.

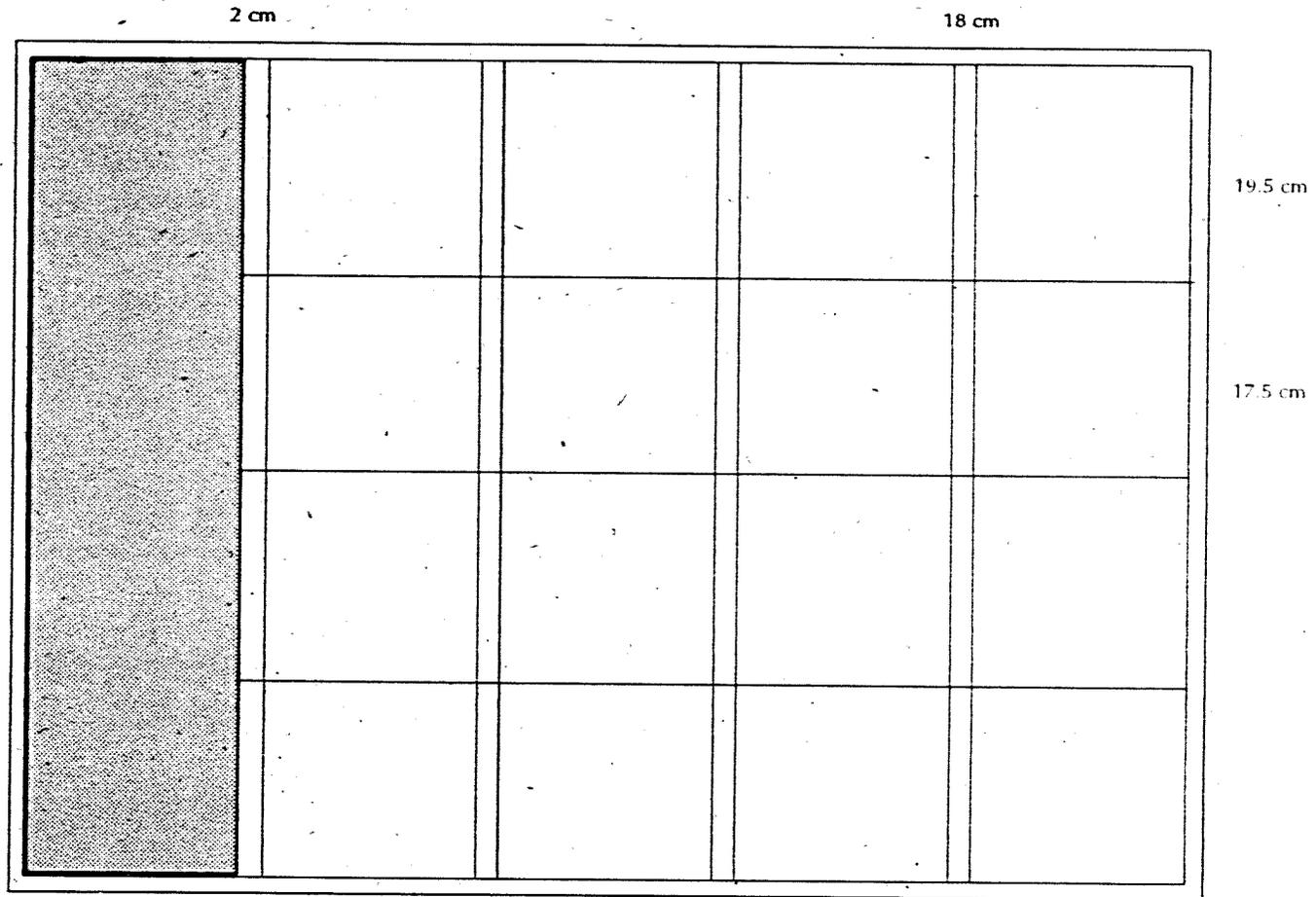
4.2.1.1.1. NIVEL SINTACTICO

La medida de su formato se adaptó a la medida standard del pliego de papel sobre el cual se propone su impresión, para lograr la optimización del material.

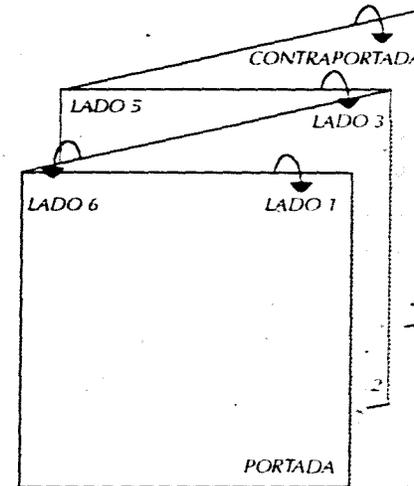
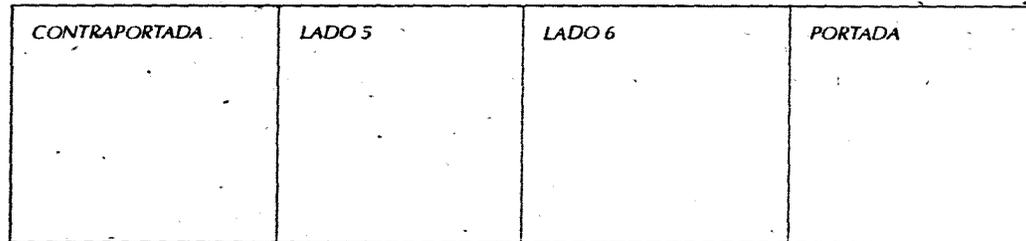
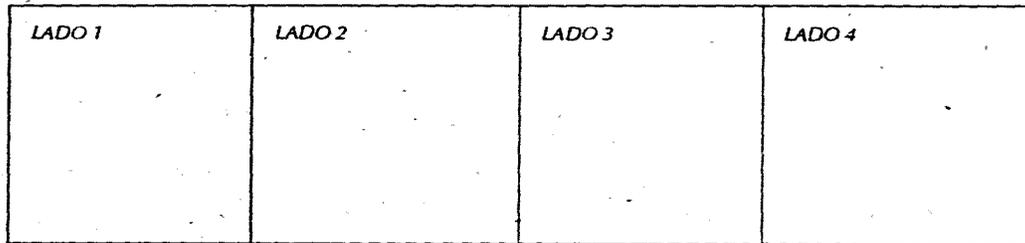
El material propuesto es:

- Papel couché mate dos caras
- Medida 77 x 100 cm.
- Peso 210 gr/m², 162 kg el millar
- Empaque con 250 hojas

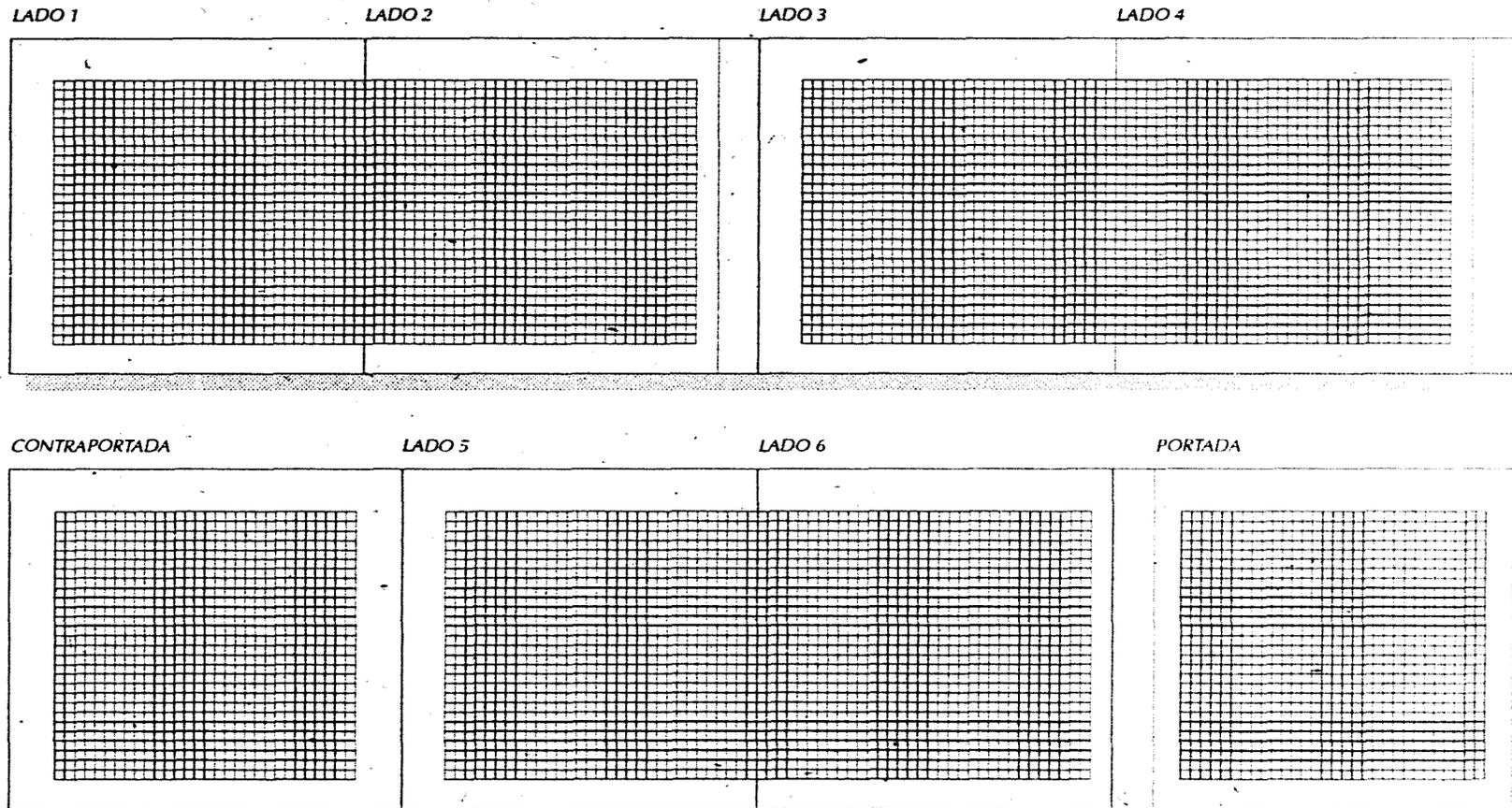
De cada pliego se obtienen cinco folletos cuyas medidas se ilustran a continuación:



Su doblez es en acordeón desfazado, por medio del cual se puede indicar una secuencia para abrirlo y al mismo tiempo, separar cada una de las secciones en que esta dividido. Estas secciones son cuadrangulares ya que esta figura sugiere firmeza y protección.

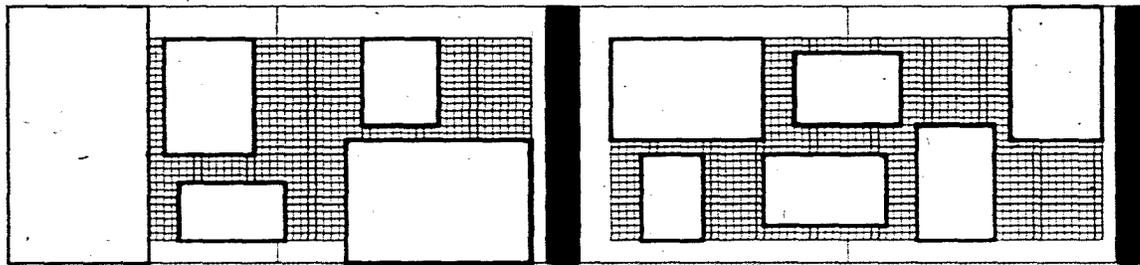


Para la ordenada distribución de las fotografías en cada una de sus secciones, se realizó una red a base de una retícula sencilla.



Para cada sección se utilizó una fotografía misma que funciona como textura visual, cubriendo la totalidad del fondo, respetando las áreas de las pestañas. Estas fotografías se trabajaron en alto contraste para lograr una ambientación que nos mostrara el contraste entre lo pasado y lo presente y se utilizaron fondos alternados para cada sección, estableciendo armonía entre lo orgánico e inorgánico.

Las pestañas con las que podemos señalar cada sección llevan alternados los colores verde y magenta, ya elegidos como representativos, además de llevar impreso el nombre correspondiente a cada sección, facilitando su manejo y localización.

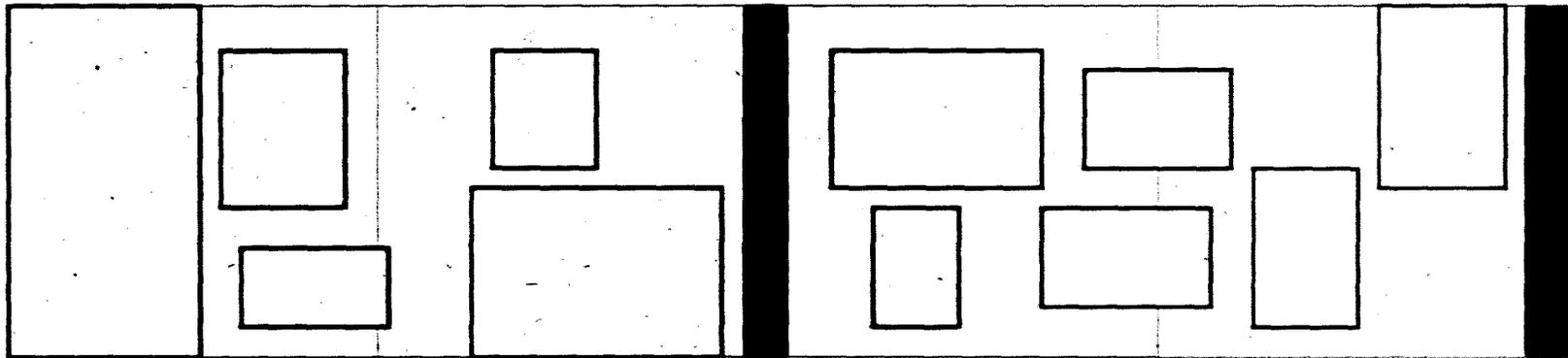


LADO 1

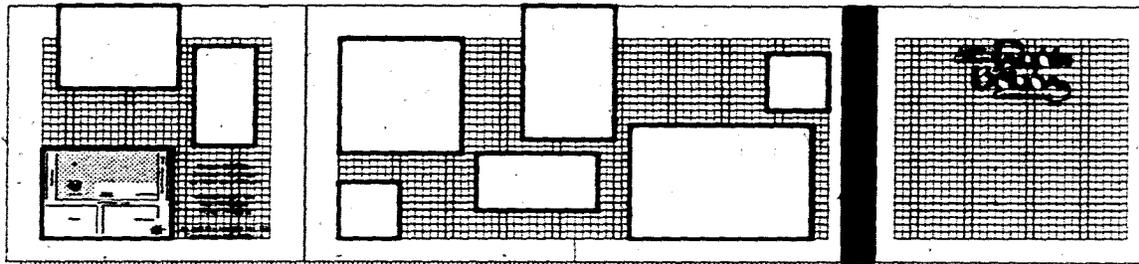
LADO 2

LADO 3

LADO 4



Se le ha dado en su totalidad un tratamiento gráfico ya que es un lugar lleno de imágenes en donde su historia, el ambiente, el colorido, texturas y técnicas de representación tienen un lenguaje propio. Es un lugar lleno de contrastes y armonías que podemos percibir con todos y cada uno de los sentidos.

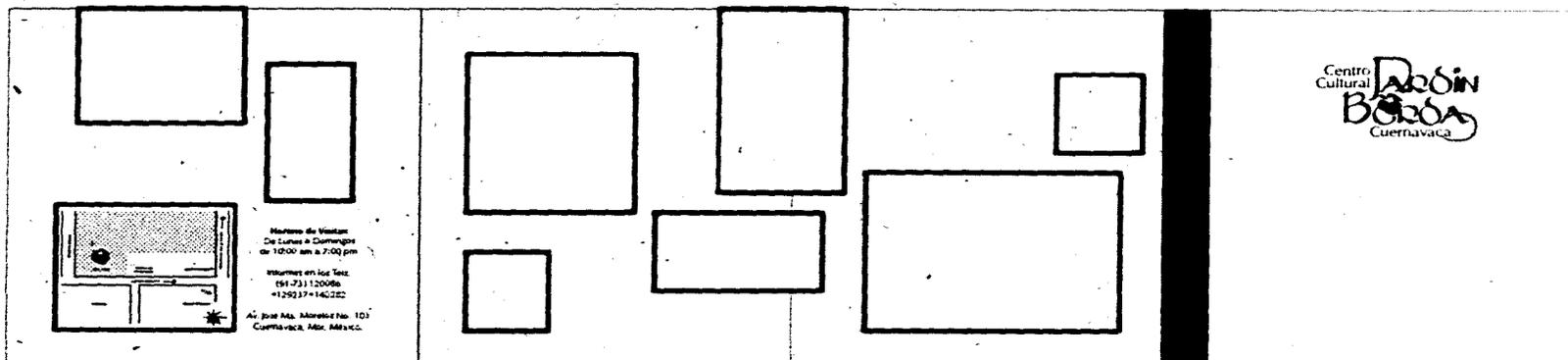


CONTRAPORTADA

LADO 5

LADO 6

PORTADA



Horario de Visitas:
De Lunes a Domingos
de 10:00 am a 7:00 pm

Horarios en los Telés:
191-73112006
+129237+146222

Av. José Ma. Morelos No. 101
Cuernavaca, Mor. México.

Centro Cultural
JARDÍN BORDA
Cuernavaca

4.2.1.1.2. NIVEL SEMANTICO

Para la realización de este folleto se manejaron conceptos congruentes a sus actividades, servicios, objetivos y espacios físicos.

El sistema de dobléz lo hace original, práctico, dinámico y económico.

El Jardín Borda alberga una de las áreas más importantes dentro de las manifestaciones de la actividad humana, el arte. Por esta razón es que se pensó en darle al diseño del formato de este folleto promocional, una forma cuadrangular por su connotación psicológica de protección, además de que éste es uno de los conceptos mencionados en los objetivos del lugar, mantiene relación con las áreas físicas del mismo y resulta original, ya que sale del clásico folleto con forma de rectángulo vertical.

4.2.1.1.3. NIVEL PRAGMATICO

Por su formato y estilo resulta un folleto original de fácil asimilación y con un mensaje corto, completo y claro.

Resulta un elemento de introducción e invitación al mundo cultural y recreativo del Jardín Borda, informando brevemente sobre lo que se está sucediendo en él, una imagen viva que aporta el redescubrimiento de un pasado vigente en nuestra cultura e importante patrimonio nacional.

4.2.1.2. ARTICULOS PROMOCIONALES

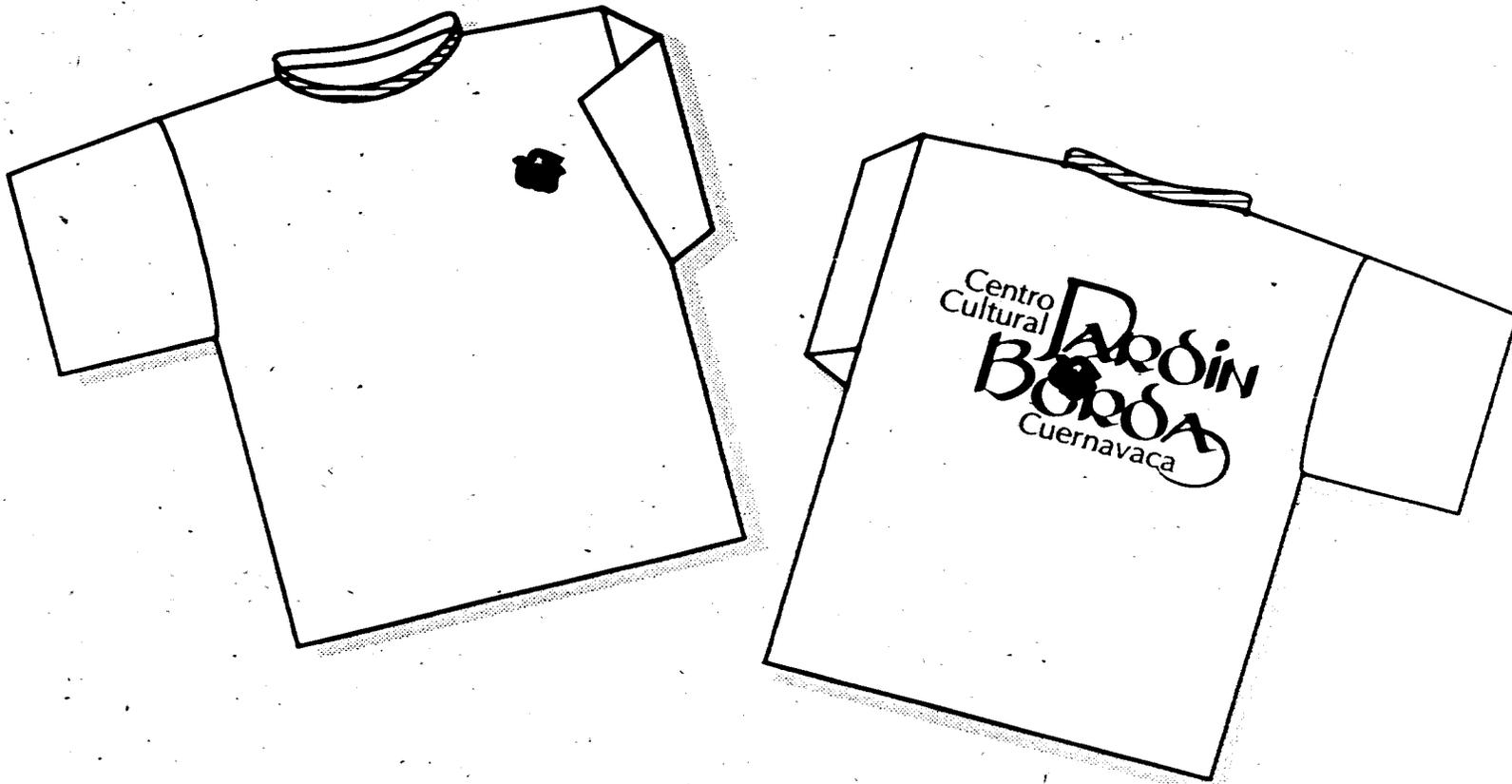
Con el propósito de impulsar al Jardín Borda como Casa de Cultura y promotora de las diferentes manifestaciones artísticas y culturales regionales y del extranjero, se detectó la necesidad de aplicar su imagen de identidad gráfica sobre artículos promocionales diversos.

Se pensó en artículos como son playeras, gorras y vasos ya que, a la vez que cumplen su objetivo como promocionales, también se adaptan a las necesidades del público visitante dadas las condiciones ambientales del lugar.

4.2.1.2.1. PLAYERA

Playera de algodón fina de cuello redondo, en color preferentemente blanco pero también puede ser verde o negra, sobre esta última opción los colores lucirían mucho pero, dadas las condiciones climáticas del lugar, no es muy recomendable el negro.

El estampado va impreso en serigrafía a una tinta frente y dos tintas vuelta.



4.2.1.2.2. VASO

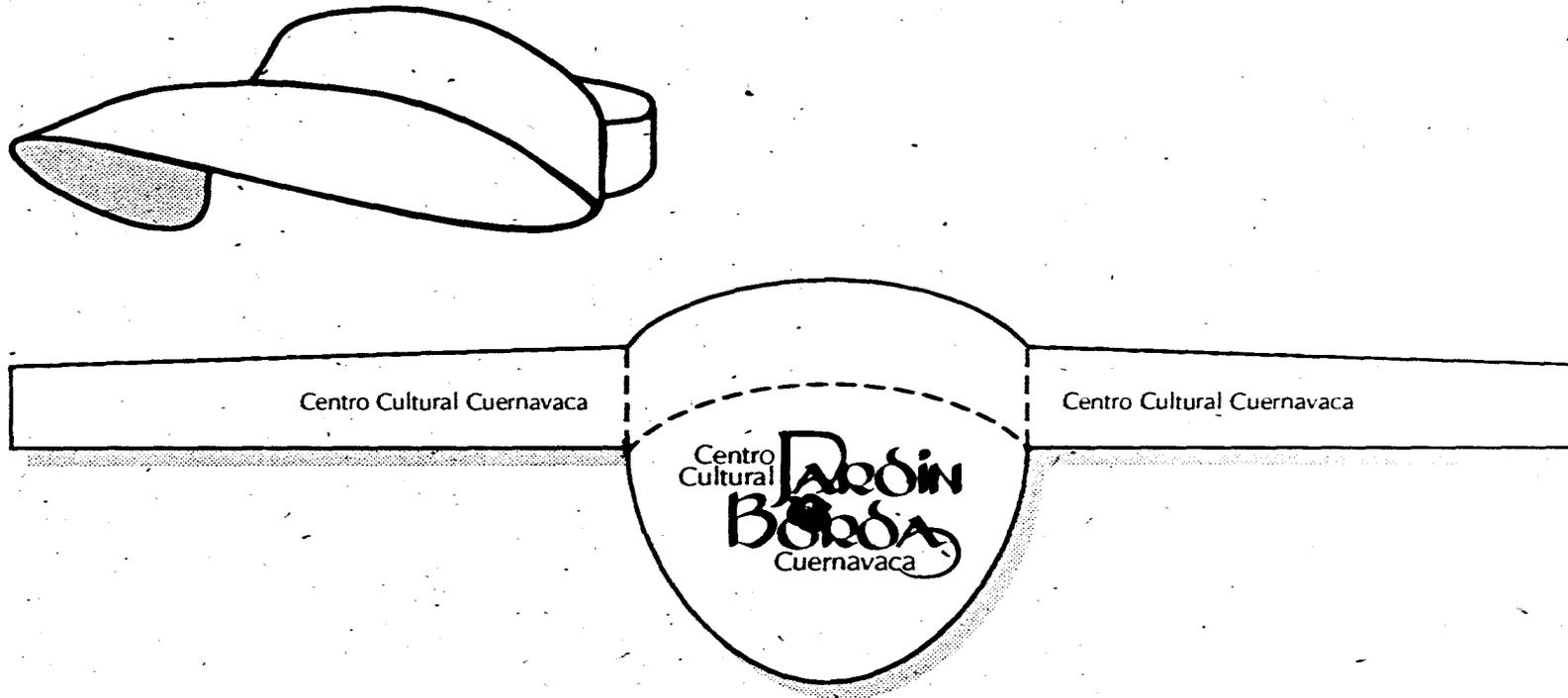
Impreso en serigrafía a dos tintas. Los colores a imprimir son los institucionales.



4.2.1.2.3: VISERA

Esta visera se realizará en papel Craftcena por ser económico, resistente, manuable y para respetar los materiales utilizados en su papelería. Su suaje es especial y ya existe en el mercado.

El estampado va impreso en serigrafía a dos tintas. Los colores a imprimir son los institucionales.



4.2.2. NIVEL INTERNO

4.2.2.1. PAPELERIA BASICA

El Jardín Borda requería del diseño de soportes gráficos originales que reflejaran las características que como Centro Cultural demandaba.

De esta forma se realizó el diseño de la papelería membretada que resolvería sus necesidades de comunicación más inmediatas.

Los tres soportes gráficos que conforman su papelería básica de presentación son:

- Hoja membretada
- Sobre membretado
- Tarjeta de presentación personal

4.2.2.1.1. NIVEL SINTACTICO

El que una papelería cumpla con las características adecuadas para cada una de sus piezas facilita su operación manteniéndola ágil y continua.

Es así que para el diseño de cada una de ellas se tomaron en cuenta características como:

- Especificaciones sobre medidas de cada pieza
- Materiales sobre los cuales se va a imprimir
- Los sistemas de reproducción adecuados
- Los colores y sus números de Pantone

Estas características se mencionan a continuación en forma individual, ya que cada soporte tiene sus particularidades.

4.2.2.1.2. NIVEL SEMANTICO

Para la realización de esta papelería se manejaron en forma general conceptos congruentes a sus actividades, servicios, objetivos y espacios físicos, cumpliendo así con características como:

Artisanal: Los trabajos de pintura a mano sobre papel amate que realizan nuestros artesanos mexicanos, son característicos de nuestro país y muy valorados en el extranjero.

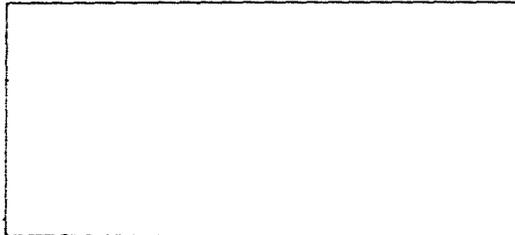
La serigrafía es un sistema de reproducción gráfico manual muy preciso que ofrece acabados mates o brillantes de excelente calidad. Utilizando este sistema de reproducción podemos simular la técnica original del artesano, además de que permite imprimir sobre casi cualquier superficie.

Rústico: Los materiales de las artesanías populares son los característicos y naturales de cada población. Es así, como por ejemplo, que se trabaja con barro, cobre, plata, palma, vidrio, cerámica, lana, madera, etc.

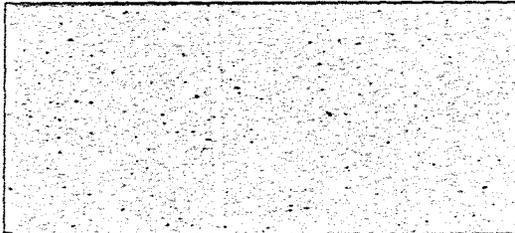
El papel Kraft es elaborado con la pulpa natural de la madera no refinada, pero con un acabado terso muy resistente y no contiene pigmentos, por lo que conserva su color y textura natural. Durante estos últimos meses a salido al mercado un papeles y cartulinas los cuales son 100% reciclable, (ecológico) de colores y textura agradables, que en determinado momento resultan otra opción muy interesante.

Dinámica: Los tres soportes gráficos que componen esta papelería básica mantienen unidad en su diseño ya que se manejó en ella un mismo estilo. Sin embargo, cada pieza tiene una variante que le da en su conjunto un carácter dinámico, como el lugar al que pertenece, que es un sitio en movimiento de constantes cambios.

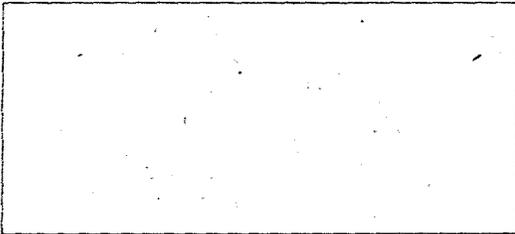
4.2.2.2.1. HOJA MEMBRETADA
4.2.2.2.1.1. NIVEL SINTACTICO



■ Papel Frandelato



■ Papel Quest



■ Papel Speckleton

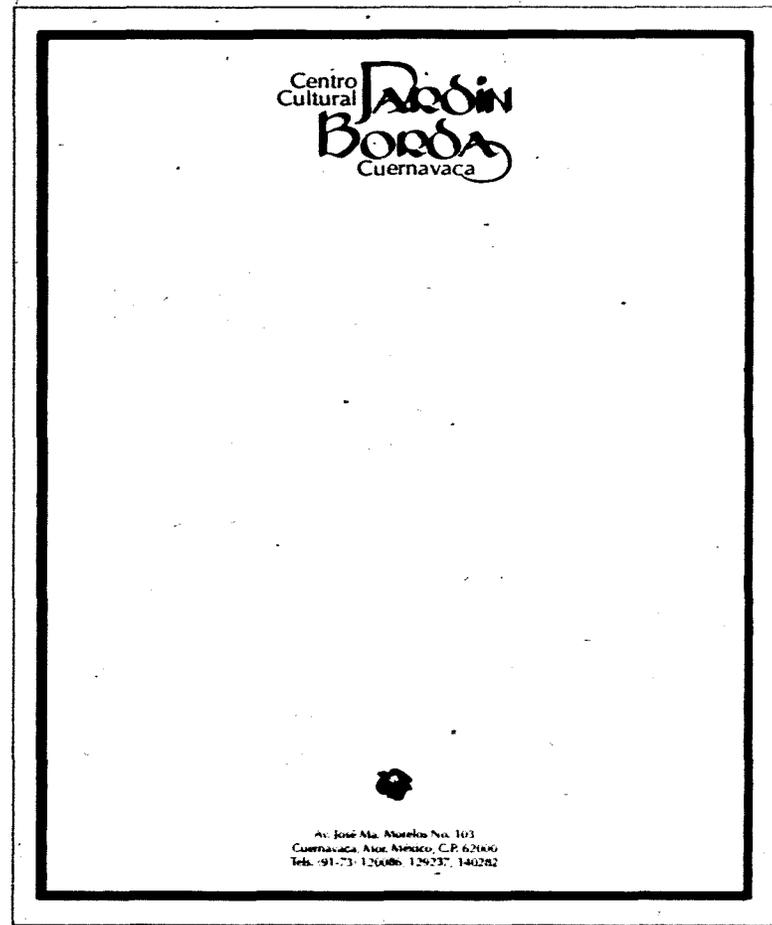
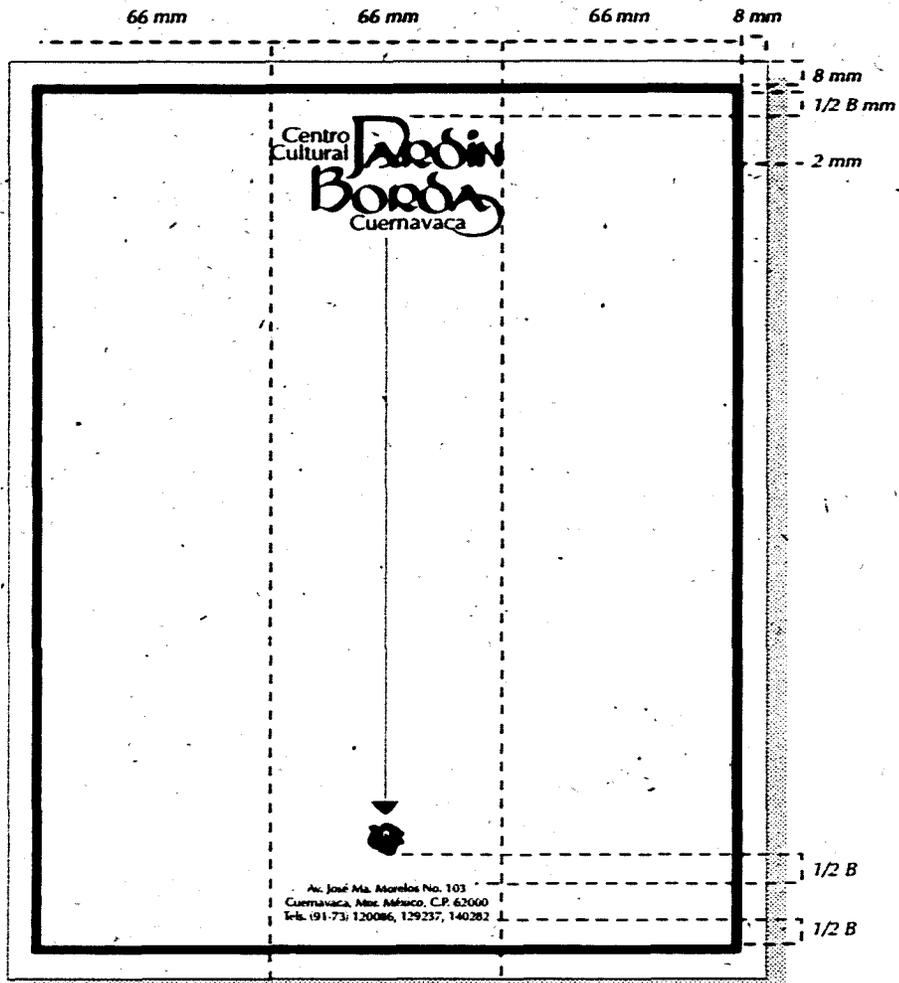
Medidas: 28 X 21.5 cm.
Medida standard tamaño carta.

Material: Papel Frandelato blanco

Sistema de reproducción: Offsete para las hojas de uso diario y serigrafía para correspondencia.

Colores y No. de Pantone: Magenta Pantone No. Rodemine Red y verde Pantone No. 355

Especificaciones Tipográficas: Datos de dirección y teléfonos, Fuente Optima 10 pts., altas y bajas, en dos líneas.



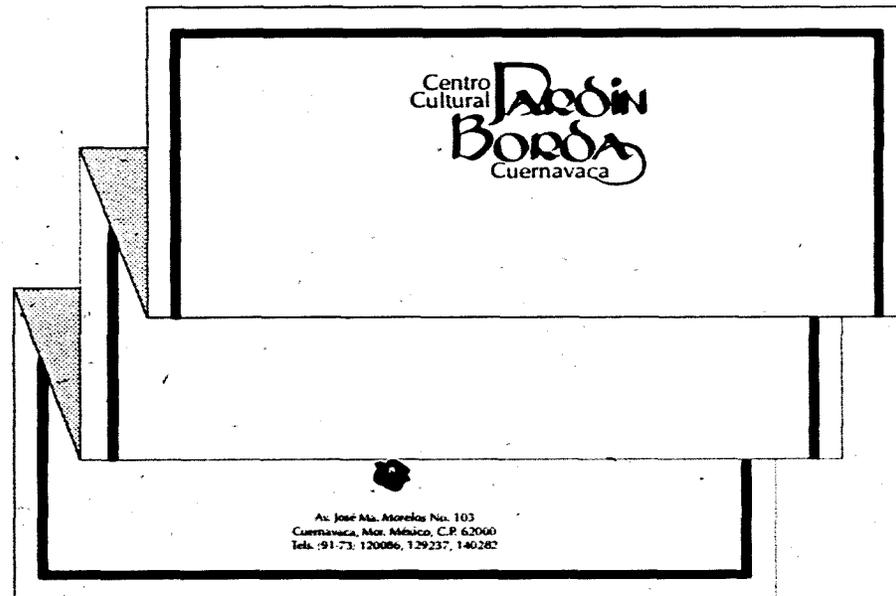
4.2.2.1.2. NIVEL SEMÁNTICO

Se delimitó el área de escritura dentro de la hoja mediante una pleca en analogía a como el Jardín Borda se encuentra delimitado por un muro.

Para la realización de esta aplicación se jugó con los dos elementos básicos de la imagen de identidad que son el logotipo y el símbolo, dejando como membrete al logotipo y dándole al diseño un sentido de libertad y dinamismo mediante el desplazamiento del símbolo hacia la parte inferior de la hoja, cumpliendo así también la función de ornamento y reforzando los datos del lugar.

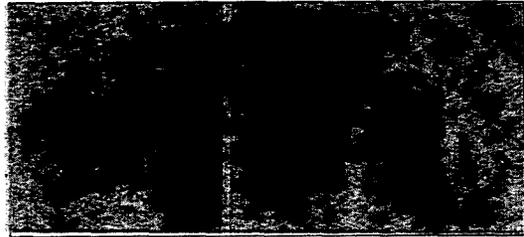
4.2.2.1.3. NIVEL PRAGMÁTICO

- Práctica para el uso diario
- Adecuada para máquina de escribir o impresoras de computadoras
- Apropiada para fotocopidora o fax
- Al doblarla para meterla al sobre, no se quiebra el membrete

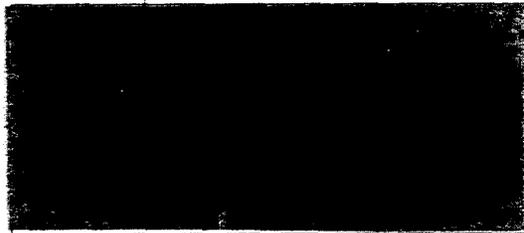


4.2.2.2. 2. SOBRE MEMBRETADO

4.2.2.2.1. NIVEL SINTACTICO



■ Papel Kraftcena



■ Papel Kraft

Medidas: 24 X 10.75 cm. Medida standard tamaño oficio.

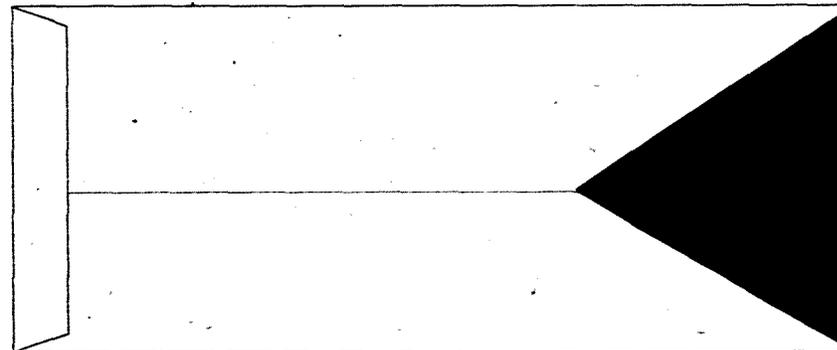
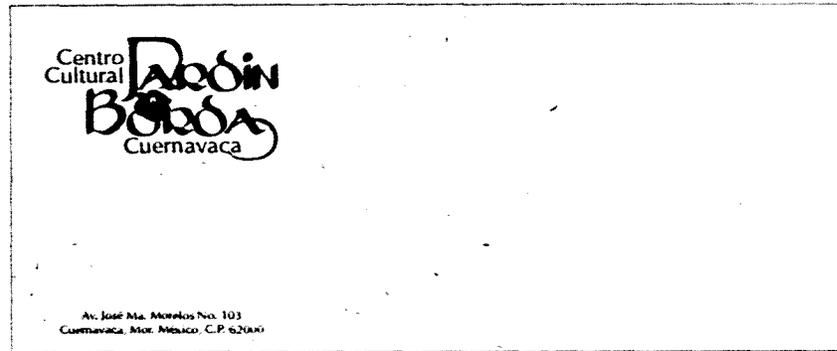
Material: Papel Kraftcena o Kraft de 125 gr.

Sistema de reproducción: Serigrafía

Colores y No. de Pantone: Magenta Pantone No. Rodemine Red y verde Pantone No. 355

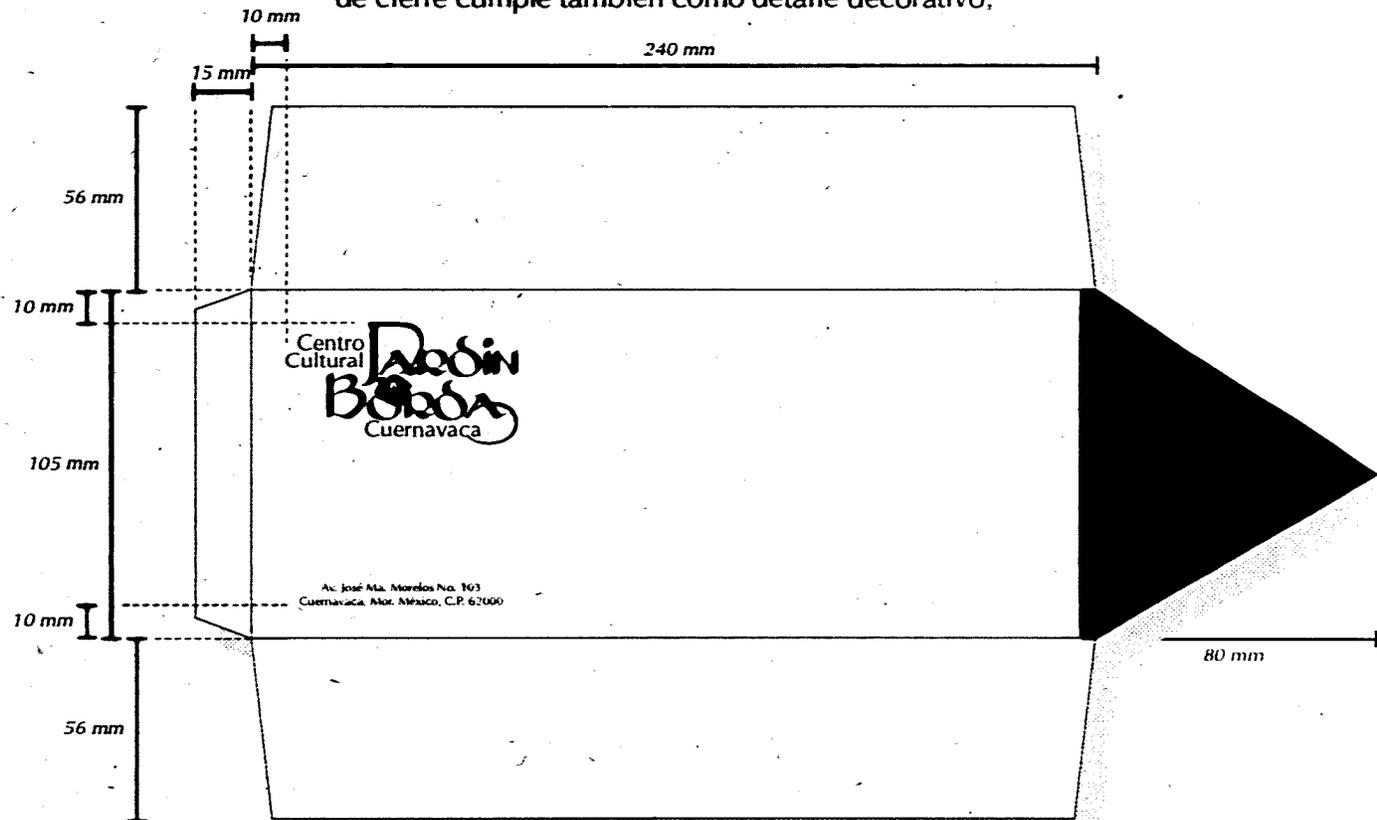
Especificaciones

Tipográficas: Datos de dirección y teléfonos, Fuente Optima 10 pts., altas y bajas, en dos líneas.



4.2.2.2.2. NIVEL SEMANTICO

La medida final del sobre es tamaño oficio (standard). Sin embargo, su suaje es especial para darle una presentación diferente a la tradicional, en la que la pestaña de cierre cumple también como detalle decorativo.



4.2.2.2.3. NIVEL PRAGMATICO

La función del sobre membretado no es únicamente utilitaria, sino que es en sí una forma directa de comunicación, ya que es lo primero con lo que tendrá contacto el receptor de la carta por lo que éste identificará a su emisor desde el primer momento.

4.2.2.2. 3. TARJETA DE PRESENTACION



■ Papel Kraftcena

Medidas: 5 X 9 cm. Medida standard tamaño de bolsillo.

Material: Papel Kraftcena

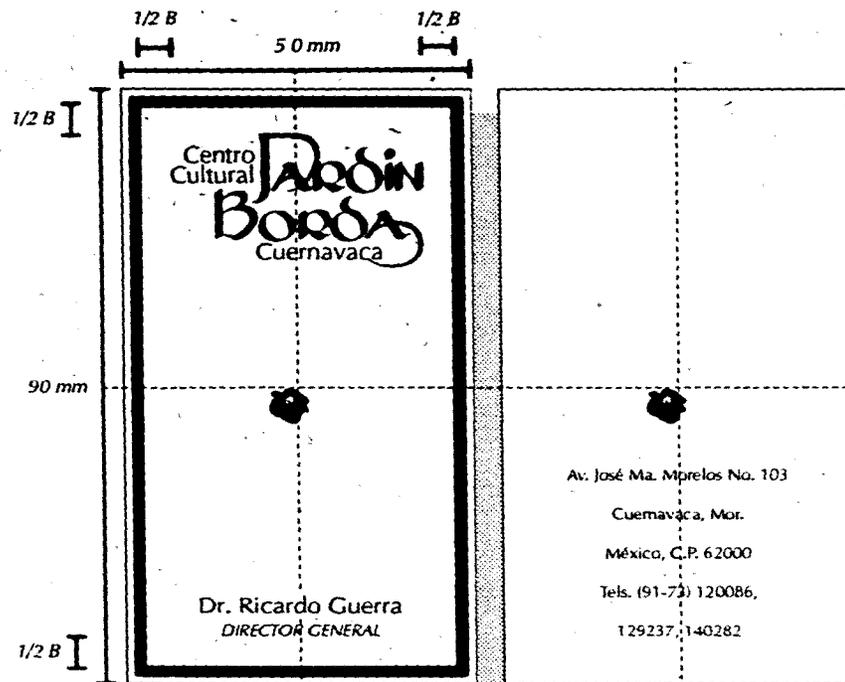
Sistema de reproducción: Serigrafía

Colores y No. de Pantone: Magenta Pantone No. Rodemine Red y verde Pantone No. 355

Características: Se imprimió la tarjeta frente y vuelta jerarquizando de esta forma la importancia de su información. Es así como tenemos en el frente el membrete y el nombre de la persona, su puesto dentro de la Institución y al reverso los datos generales de localización, dirección y teléfono.

Especificaciones

Tipográficas: Nombre Fuente Optima 10 pts, altas y bajas
Cargo, Fuente Optima 7pts, altas.
Datos de dirección y teléfonos, Fuente Optima 7 pts., altas y bajas.
Todo centrado.



Centro Cultural **JARDÍN BORDA**
Cuernavaca

Dr. Ricardo Guerra
DIRECTOR GENERAL

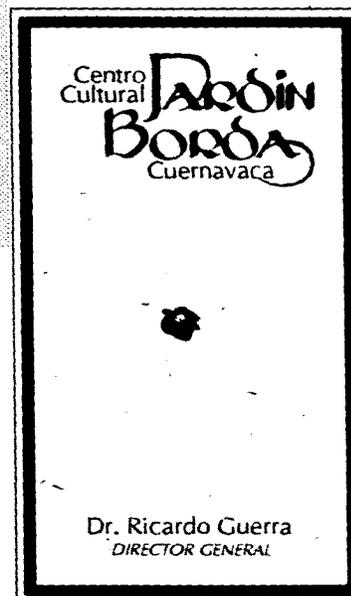
Av. José Ma. Mirelos No. 103

Cuernavaca, Mor.

México, C.P. 62000

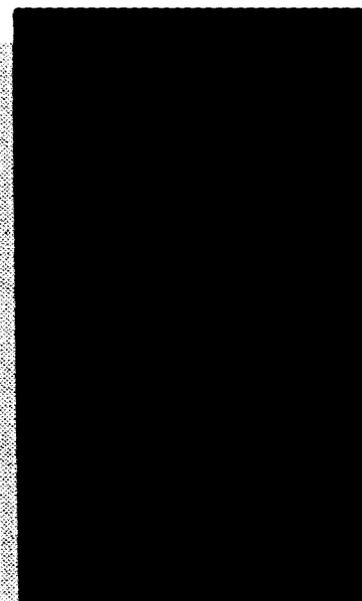
Tels. (91-72) 120086,

129237, 140282



Centro Cultural **JARDÍN BORDA**
Cuernavaca

Dr. Ricardo Guerra
DIRECTOR GENERAL



4.2.2.4. ELEMENTOS GRAFICOS DE APOYO
4.2.2.2.4.1. TARJETA DE IDENTIFICACION
PARA OBRAS PLASTICAS EN EXHIBICION

Medidas: 11 X 7 cm.

Material: Papel Kraftcena

Sistema de reproducción: Serigrafía

Colores y

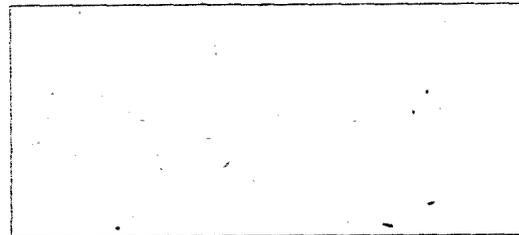
No. de Pantone: Magenta Pantone No. Rodemine Red y verde Pantone No. 355 y Blanco



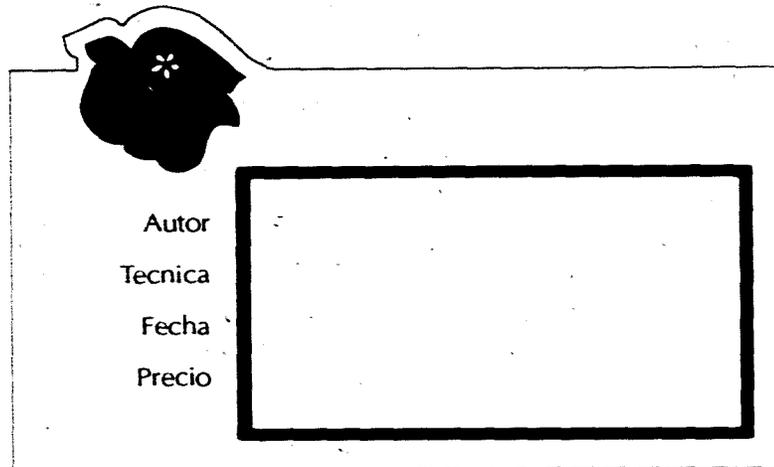
 Papel Kraftcena



 Cartulina Quest



 Cartulina Speckleton



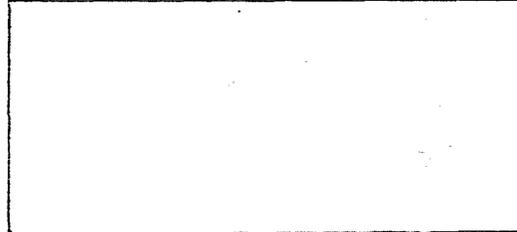
4.2.2.2.4.2.CERTIFICADO DE PARTICIPACION PARA EXPOSITORES

Medidas: 28 X 21.5 cm.

Material: Papel Amate blanco

**Sistema de
reproducción:** Serigrafía

**Colores y
No. de Pantone:** Magenta Pantone No. Rodemine Red y verde Pantone No. 355 y
Sepia.



■ Papel Amate Blanco

Rotulados a mano con tinta sepia y con la fuente Unicial.

Centro Cultural **JARDÍN BORDA**
Cuernavaca

Otorga el presente

RECONOCIMIENTO

a _____

Por su participación en

Cuernavaca, Morelos, a _____ de _____ de _____

Dr. Ricardo Guerra
DIRECTOR GENERAL

CONCLUSIONES

- 1) El Profesionalista debe aportar soluciones a problemas reales que presenta el país.
- 2) El Comunicador Gráfico debe mantenerse actualizado para permanecer vigente dentro de su campo de acción.
- 3) Para el Comunicador Gráfico es de gran ventaja el conocer, manejar e integrar Ordenadores Apple Macintosh como herramienta de apoyo en la realización de su labor, pues además de ofrecer gran variedad de alternativas en el diseño y producción, ahorra tiempo y trabajo.
- 4) La Comunicación Gráfica llegó a cubrir la necesidad de identidad gráfica que como Centro Cultural presentaba el Jardín Borda.
- 5) Por medio de la Imagen de Identidad Gráfica se logró dar una mejor difusión y organización del lugar.
- 6) Con la Comunicación Gráfica se logró optimizar y enriquecer el programa de difusión cultural en el que trabaja el Gobierno de nuestro País.

BIBLIOGRAFIA

BOTANICA

I.E. Motts, I. Calderón

Pag 139 y 180

DICCIONARIO ENCICLOPEDICO DE EDUCACION ESPECIAL

Santillana, S.A., Madrid

Nuevas Técnicas Educativas, S.A., México.

Tomo 1

pag. 421, 422, 437 a 444

DICCIONARIO DE LAS CIENCIAS DE LA EDUCACION

Santillana, S.A., Madrid

Nuevas Técnicas Educativas, S.A., México.

Tomos 1 y 2

pags. 284 a 288 y 1236

DICCIONARIO DURVAL DE LA LENGUA ESPAÑOLA

Durval, S.A. de Ediciones Marín S.A.

pag. 347

ENCICLOPEDIA BARSÁ DE CONSULTA FACIL

Enciclopedia Británica, Inc.

Tomo 5

GRAN DICCIONARIO ENCICLOPEDICO ILUSTRADO

Selecciones del Reader's Digest

Tomo 2, pag. 524

Tomo 6, pag. 1904

GRAN ENCICLOPEDIA DEL MUNDO DURVAL, S.A.

Ediciones Bilbao

Editorial Marín, S.A.

Tomo 5, pag. 535

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

HISTORIA DE LAS COMUNICACIONES

Ponti Valery
Salvat Editores de México, S.A.

HISTORIA Y PAISAJES MORELENSES

Salinas Miguel
De las academias mexicanas de la historia y de la lengua
y de de la academia de la historia, de Madrid.
Segunda edición de la primera parte y edición póstuma de la segunda parte.
Publicadas y someramente actualizadas por Ernestina Salinas.
México 1991

MONITOR. ENCICLOPEDIA SALVAT PARA TODOS

Salvat Editores de México, S.A.
Tomo 2, pag.1008

PEQUEÑO LAROUSSE EN COLOR

García Pelayo y Gross Ramón
Ediciones Larousse
pags. 244, 528

TESIS:

**CASA DE CULTURA MALINALCO:
UNA PERTA ABIERTA AL DISEÑO**

Córdova Pérez Lorena Litzahaya
Maltos Díaz Aurora
Solis Hozspodar Emilio
Universidad Iberoamericana
México, D.F.1989

DISEÑO DE IDENTIDAD.

UN SISTEMA DE COMUNICACION GRAFICA

Hinde Reire Rudomin
Universidad Anahuac
México, D.F. 1990

OTROS:

APUNTES DE DISEÑO

Armenta Miguel. Tercer y Cuarto semestre

Martinez Durán María Elena. Quinto y Sexto semestre

Díaz María Elena. Séptimo y Octavo semestre.

COMUNICACION GRAFICA

T. Twrnboll, Arthur

Cap. 14. El diseño combinación de ilustración y palabras

ELEMENTOS PARA UNA METODOLOGIA DEL DISEÑO

EL PROCESO DE LA COMUNICACION

K. Berlo David

Comunicación, alcances y fines

Un modelo del proceso de comunicación

La fidelidad de la comunicacion determinante en el efecto

FUNDAMENTOS DE PROYECTO GRAFICO

Fabis Germain

Cap. 6 Generalidades sobre el proyecto gráfico

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

PROPUESTA DE ORGANIZACION PARA

EL INSTITUTO DE CULTURA DEL ESTADO DE MORELOS

Lic. Contreras López-Araiza Miguel

Mayo 1990.

SIGNO Y COMUNICACION