



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

**“ IDENTIDAD GRÁFICA
PARA LA
COORDINACIÓN NACIONAL
DE RESTAURACIÓN
DEL PATRIMONIO CULTURAL “**

Tesis

Que para obtener el Título de:

Licenciado en Diseño Gráfico

Presenta

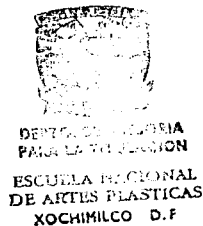
Luz Ma^{co} Del Pilar Martínez Huidobro

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Director de Tesis: D.G. María Elena Martínez Durán

Asesor: D.G. José de Jesús Molina Lazcano

Seminario de Simbología y Señalización
México. D.F., 1997





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

A LA MEMORIA DE:

Don Pablo Martínez Mandujano

49
24j.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I COORDINACIÓN NACIONAL DE RESTAURACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL

ANTECEDENTES
DE LA RESTAURACIÓN
DEL INSTITUTO NACIONAL
DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA
Y DE LA
COORDINACIÓN NACIONAL
DE RESTAURACIÓN
DEL PATRIMONIO CULTURAL
UBICACIÓN
ETIMOLOGÍA

FILOSOFÍA
OBJETIVOS
VISIÓN FUTURA
METAS

INFRAESTRUCTURA
ORGANIGRAMA OPERATIVO
RECURSOS FÍSICOS

SERVICIOS
RECURSOS HUMANOS

NECESIDAD DE UNA IDENTIDAD

RESUMEN CAPITULAR

ANTECEDENTES

**ASPECTO SEMIOLÓGICO
DE LA COMUNICACIÓN**

DISEÑO GRÁFICO

IDENTIDAD GRÁFICA
TIPOS DE IDENTIDADES
ELEMENTOS QUE CONFORMAN
UNA IDENTIDAD

REQUERIMIENTOS DE
LA IDENTIDAD GRÁFICA
DE LA COORDINACIÓN

RESUMEN CAPITULAR

FUENTES DE CONSULTA

CHURUBUSCO

LOGOTIPO
ARREGLOS TIPOGRÁFICOS

COLOR

JUSTIFICACIÓN DE TRAZOS

RETÍCULA

**IMAGEN EN POSITIVO
Y NEGATIVO**

**PRUEBAS DE LEGIBILIDAD
DE LA IDENTIDAD**

APLICACIONES

CONCLUSIONES

ANEXO

BIBLIOGRAFÍA

INTRODUCCIÓN

En los umbrales del siglo XXI, los avances de la humanidad en el terreno científico-tecnológico han rebasado el acumulado en los siglos anteriores.

La informática ha revolucionado los procesos, sobre todo la cantidad y la velocidad del tratamiento de la información.

- Las telecomunicaciones han sido el medio esencial a través del cual se ha trastocado la relación espacio-tiempo, dejando la posibilidad abierta de transmisión y recepción de información, prácticamente instantánea.

A partir del momento, ya lejano, en que el hombre supo comunicarse a través de *mensajes gráficos* y posteriormente escritos, fue capaz de hacer ejecutar órdenes a distancia valiéndose de otros hombres, unos dispuestos a trasladarlas (correos o mensajeros), otros a ejecutarlas. La incorporación de la electricidad, con el telégrafo y el teléfono, significó la posibilidad de eliminación del mensajero, sustituido ahora por ondas eléctricas a través de un hilo conductor, consiguiéndose la comunicación instantánea.

Con el salto a las ondas electromagnéticas la comunicación se difunde en todas direcciones, con lo que solamente se requiere de *un emisor y unos receptores*, (que pueden ser un número ilimitado), lo que posibilita la recepción de la misma información desde cualquier punto del espacio en el que se disponga de un receptor.

La importancia del rayo láser como medio de potenciación de muchas otras tecnologías, con numerosas aplicaciones, en campos que van desde la defensa hasta los videodiscos, pasando por las telecomunicaciones, la energía, la industria, la instrumentación científica, la construcción y obras públicas, la medicina, la química, el ornamento y *las artes gráficas*.

Bajo la creación de redes internas de muy diversa extensión, y el manejo de Internet, la información gráfica asume una importancia

preponderante que obliga a maximizar su potencial en el *proceso de comunicación*. La *globalización que surge*, hace necesario que en cualquier ámbito en que el ser humano se desenvuelva tenga inherente una *representación gráfica adecuada*, en esta caso una *Identidad*.

La Coordinación Nacional de Restauración del Patrimonio Cultural del INAH actualmente se encuentra en la etapa de expansión de funciones y alcance de las mismas, motivo por el cual se hace necesaria la implantación de una *Identidad Gráfica* que le de reconocimiento nacional e internacional.

Al hablar de *Identidad Gráfica* nos referimos a imágenes mentales específicas, vinculadas al aspectos característicos de la Coordinación, de igual forma a los servicios que esta presta a la sociedad, expresadas por medio de *signos gráficos*

La Coordinación Nacional de Restauración del Patrimonio Cultural posee pues una forma perceptible y memorizable, que es característica de su individualidad y la diferencia de los demás dependencias del INAH.

El identificar y aplicar adecuadamente los signos de identidad de la Coordinación Nacional de Restauración del Patrimonio Cultural permitirá resolver de manera contundente la *Identidad Gráfica* motivo del siguiente trabajo de investigación y aplicación.



COORDINACIÓN NACIONAL DE RESTAURACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL

El presente documento es el resultado de un estudio realizado por el Centro de Estudios e Investigaciones Científicas del INIA, en el marco del proyecto de investigación "El patrimonio cultural en el desarrollo urbano de Bogotá", financiado por el Fondo de Desarrollo Urbano de Bogotá.

El estudio se realizó en el marco del proyecto de investigación "El patrimonio cultural en el desarrollo urbano de Bogotá", financiado por el Fondo de Desarrollo Urbano de Bogotá. El estudio se realizó en el marco del proyecto de investigación "El patrimonio cultural en el desarrollo urbano de Bogotá", financiado por el Fondo de Desarrollo Urbano de Bogotá.

El estudio se realizó en el marco del proyecto de investigación "El patrimonio cultural en el desarrollo urbano de Bogotá", financiado por el Fondo de Desarrollo Urbano de Bogotá. El estudio se realizó en el marco del proyecto de investigación "El patrimonio cultural en el desarrollo urbano de Bogotá", financiado por el Fondo de Desarrollo Urbano de Bogotá.

COORDINACIÓN NACIONAL DE RESTAURACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL

ANTECEDENTES

DE LA RESTAURACIÓN

En el presente siglo, la conservación del patrimonio cultural a tomado gran importancia por lo que esto significa para un país dentro de su desarrollo histórico, así como por su función social y económica.

Para comprender el interés que ha tenido el Estado Mexicano en la conservación del patrimonio cultural, así como el desarrollo actual que presenta la disciplina de la conservación en México, es necesario remontarse a los antecedentes que le dieron origen:

* Hacia fines del siglo XVIII encontramos los primeros antecedentes escritos que señalan el interés por preservar obras de la época prehispánica.

Tanto Alzate como León y Gama - destacados criollos de la época - tratan de crear una conciencia sobre los valores históricos que encierran las manifestaciones culturales materiales de la época prehispánica, refutando a críticos europeos su concepción de que la cultura indígena era inferior.

* En el siglo XIX se intensifica el nacionalismo iniciado en el siglo anterior. Durante los gobiernos de Benito Juárez y Porfirio Díaz se emiten leyes en donde se aprecian las corrientes que sobre la materia existían en esa época en Europa, que es importante

mencionar ya que fueron los antecedentes históricos que permitieron sentar las bases legales y normas técnicas que se tienen actualmente en el mundo.

Como consecuencia de la Revolución Industrial se empieza a tomar conciencia de la importancia de preservar los vestigios del pasado. Entre los cambios culturales y científicos que surgen es esa época, nace por primera vez el concepto de restauración, y es precisamente en el siglo XIX cuando se establece la diferencia del pasado y el presente.

Los primeros informes escritos en relación de la restauración en México datan de los primeros años del siglo XX, cuando con influencia de las ideas europeas, se inician las primeras acciones de tratamiento en monumentos arqueológicos. Tocó al arqueólogo Leopoldo Batres ser el iniciador de estas actividades durante el gobierno de Porfirio Díaz, y el desarrollo teórico de sus trabajos en San Juan Teotihuacan y en Mitla, Oaxaca.

La década de los treinta es sin duda una de las más importantes para la disciplina de la restauración, pues por una parte se sientan las bases de legislaciones nacionales con la normatividad que se da en el ámbito internacional, y por otra marca el inicio de la formación de personal técnico con una visión más académica y científica.

En la misma década, en 1931, surge la Carta de Atenas como elemento unificador de todas las corrientes anteriores; en ella se plantearon, a través de diez resoluciones las normas y criterios necesarios para la restauración.

La formación de especialistas de bienes inmuebles con una visión científica y metodológica se muestra por primera vez en Italia con la creación, en 1938, del Centro de Restauración, del cual se desprenden posteriormente otros como el Centro Internacional de Restauración de la UNESCO, los de Inglaterra, Bélgica, Alemania, España y otros; centros que dieron el carácter profesional a la especialidad, cambiando desde entonces y paulatinamente el concepto artesanal que se le había dado desde sus orígenes.

**DEL INSTITUTO NACIONAL
DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA
Y DE LA
COORDINACIÓN NACIONAL
DE RESTAURACIÓN
DEL PATRIMONIO CULTURAL**

En este marco de sucesos internacionales, la restauración se institucionaliza en México con la creación, en 1938, del Instituto Nacional de Antropología e Historia, INAH, al que corresponde, según su Ley Orgánica, la función de "vigilancia, conservación y restauración de monumentos arqueológicos, históricos y artísticos de la República, así como de los objetos que en dichos monumentos se encuentren".

En 1939, el INAH inicia sus actividades en la conservación y restauración del patrimonio cultural, y paralelamente a los trabajos de exploración y restauración en Teotihuacan, realiza trabajos de restauración en la pintura mural de los templos de Agricultura, Tepantitla, Zacuala, Yayahuala en la misma zona arqueológica.

Es importante hacer notar que las necesidades de conservación y restauración de los bienes inmuebles hacen que se vayan creando pequeños talleres en diversas dependencias del INAH. De esta manera, se crea en 1943 una sección en sus instalaciones dedicada al tratamiento de documentos gráficos.

Por otra parte, el Departamento de Prehistoria del INAH crea en 1960 su propia sección de restauración, lo que permitió que piezas y materiales fueran investigados después de su tratamiento, evitando así la pérdida de importantes fuentes para la historia de México.

Con la creación de estos y otros pequeños laboratorios en varios museos de la institución, se resolvieron de manera provisional muchos de los problemas de conservación que sus colecciones presentaban. Los tratamientos que recibían las obras en ese entonces no se regían en general por las normas y principios internacionales de restauración, sino más bien por el criterio del personal de quienes los realizaban. No es sino hasta 1961 con la creación del Departamento de Catálogos y Restauración del Patrimonio Artístico, que se instaló en el exconvento de Culhuacan, en el D.F. cuando se empieza a unificar los criterios y normas de intervención.

Se puede afirmar que con la creación del Departamento de Catálogos y Restauración y el inicio de los cursos de capacitación, la restauración entra en una nueva etapa, en la que se sustituyen las improvisaciones por una metodología técnico-científica.

Ese departamento termina instalándose en el exconvento de Churubusco en 1966, con el nombre de Departamento de Restauración del Patrimonio Cultural, e inicia la etapa de formación y actualización de especialistas con el apoyo de la UNESCO, para la cual contó desde el principio con entusiastas colaboradores, quienes consciente o inconscientemente fueron sumando esfuerzos para el desarrollo de la disciplina en nuestro país.

Sus primeras actividades fueron: desarrollo de la profesión, participación de especialistas internacionales de la restauración para la formación de personal nacional y extranjero. La selección de éstos se basó siempre en las necesidades de conservación y restauración de los distintos materiales y técnicas a utilizar que comprenden los bienes culturales que se encuentran en nuestro país.

En 1972, se separan administrativamente el Departamento de Restauración del Patrimonio Cultural y la Escuela de Restauración y Museografía; separación que provocó serios problemas, ya que era difícil un crecimiento paralelo ocupando el mismo espacio físico, con la misma infraestructura y con dos divisiones diferentes sobre la conservación del patrimonio cultural mexicano, antagonismo que fue diluido en 1977 con la nueva administración del INAH, volviéndose a unificar nuevamente bajo una sola cabeza la escuela y el departamento.

En 1980, la Dirección General del INAH eleva al Departamento de Restauración del Patrimonio Cultural al rango de dirección, para cumplir cabalmente con las funciones de conservación del patrimonio cultural mexicano que le confiere la Ley Federal al INAH. A 17 años de este cambio, la Dirección de Restauración continúa cumpliendo con las funciones de conservar, restaurar, y mantener el patrimonio cultural mueble e inmueble en museos nacionales, regionales y de sitio, así como en zonas arqueológicas y monumentos históricos. Para ello cuenta con un financiamiento de 90% de su presupuestopor parte del gobierno mexicano, 0.2% de donaciones, 0.5% de organismos internacionales y 0.3% de otro tipo de ingresos.

En 1993, la Coordinación Nacional de Restauración del Patrimonio Cultural se responsabilizó de marcar las políticas y directrices en el campo de la conservación del patrimonio cultural de la nación, y dar a conocer la importancia de esta área sustantiva

UBICACIÓN.

La Coordinación tiene su sede en lo que en otros tiempos fue la huerta del convento dieguino de Santa María de los Ángeles, Churubusco, fundado por la Orden Seráfica de San Francisco de Asís, en el año de 1524.

Durante los siglos XVI, XVII y XVIII, funcionó como convento; a través del tiempo, el antiguo convento ha pasado por etapas de reestructuración y se le ha dado diversos usos, como en el año de 1847, cuando sirvió como valuarte del ejército,

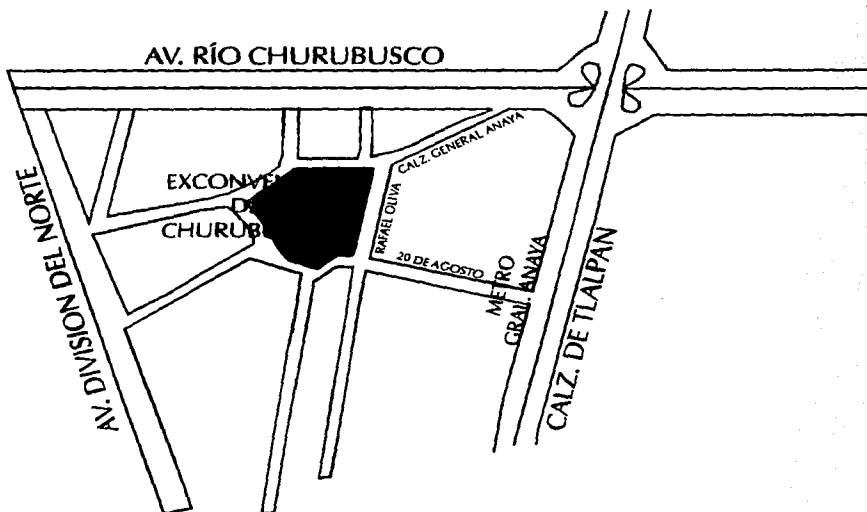


mexicano, para contener el avance del ejército norteamericano, durante el gobierno de López de Santa Anna.

En el año de 1933, el exconvento de Churubusco fue declarado monumento nacional, bajo custodia del INAH. Para conservar memoria del hecho histórico, se instaló un pequeño museo en ese sitio.

En 1966 se trasladó el Departamento de Catálogo y Restauración del Patrimonio Cultural Artístico, al exconvento de Churubusco , adquiriendo la categoría de Departamento de Restauración del Patrimonio Cultural.

Actualmente en el exconvento, además de la Coordinación Nacional, se localizan las siguientes dependencias del INAH: la Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía Manuel del Castillo Negrete, la Coordinación Nacional de Museos Históricos, y el Museo Nacional de las Intervenciones.



ETIMOLOGÍA DE LA PALABRA CHURUBUSCO

8

CAPITULO

Coordinación
Nacional de
Restauración
del Patrimonio
Cultural

Huitzilopochtli, del nahuatl *huitzillin* = colibrí; *opochtli* = del sur o zurdo; también nombre o designación del sacerdote o caudillo guerrero, dios de la guerra de los antiguos mexicas, de donde procede el nombre de Huitzilopochco, con el que se designó en tiempos de la gentilidad al pueblo que conocemos con el de Churubusco (transformado por los conquistadores), donde fue levantado uno de los templos paganos más famosos del poderoso imperio azteca. Con parte de sus elementos, el primer Obispo de la Nueva España, Fray Juan de Zumarraga construyó el templo parroquial y casa rural anexa, que desde el siglo XVI existe con ese nombre.

FILOSOFÍA

En la actualidad el Centro de Conservación del INAH se denomina Coordinación Nacional de Restauración del Patrimonio Cultural, y tiene como objetivos la conservación, investigación, supervisión y difusión en materia de conservación del patrimonio cultural mueble e inmueble por destino, arqueológico, histórico y paleontológico. Su política de trabajo está enfocada preferentemente a los bienes culturales que el INAH custodia en las zonas arqueológicas, monumentos coloniales, los museos, los archivos y las bibliotecas. Los criterios de intervención en la obra se han redefinido al considerar en primer término la importancia de preservar y conservar, y sólo en última instancia la de restaurar.

OBJETIVOS

a) Definir políticas, criterios, normas técnicas y procedimientos en materia de restauración de los monumentos históricos y zonas arqueológicas.

b) Realizar los estudios de viabilidad y requerimientos de obras de restauración con los otros dictámenes y peritajes técnicos correspondientes.

c) Realizar labores de investigación y restauración en todas aquellas manifestaciones materiales de la actividad humana realizadas en nuestro territorio desde los tiempos más remotos hasta fines del siglo XIX, incluyendo los testimonios paleontológicos.

d) Coordinar y asesorar, en el campo de la restauración del patrimonio cultural mueble e inmueble, a todas las dependencias del Instituto, externas y particulares.

e) Realizar estudios y análisis de los materiales que conforman un bien cultural así como de las características y propiedades de los materiales utilizados para su restauración.

f) Integrar el catálogo, inventario y registro público del patrimonio cultural mueble.

g) Impulsar consejos consultivos en materia de conservación.

h) Publicar obras en materia de su competencia, y participar en la difusión de los bienes y valores que constituyen el acervo cultural de la nación, haciéndolo accesible a la comunidad y promoviendo el respeto y uso social del patrimonio cultural.

i) Capacitar y actualizar al personal técnico-profesional en tareas de conservación.

j) Establecer reglas técnicas para la salida y tránsito de los bienes de patrimonio en el extranjero

VISIÓN FUTURA

La restauración en México se extiende cada vez más en las instituciones que por necesidad requieren de cierta infraestructura para resolver los problemas de conservación que presenten las obras que custodian, independientemente del INAH y del INBA, que por ley tienen dicha función; la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología (ahora Secretaría de Desarrollo Social), la Universidad

Nacional Autónoma de México, la Secretaría de Relaciones Exteriores, el Archivo General de la Nación, entre otros, han venido resolviendo sus propias necesidades.

Se considera que este crecimiento puede ser el inicio de la creación de otras dependencias en los gobiernos de los estados, que resuelvan también los problemas de restauración que se presentan en su entidad. La fortaleza o debilidad que se presente en el INAH en el futuro, en lo que refiere al cumplimiento de esta función que le marca la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas, así como su nueva Ley Orgánica, dependerán en gran medida de la política de conservación que se dicte para resolver no sólo los problemas internos de la institución, sino también la política de apoyo técnico a los gobiernos de los estados e instituciones de la federación, también influirá el apoyo que se preste a la investigación para el desarrollo de nuevas tecnologías que resuelvan de manera más expédita los problemas que actualmente se tienen en ese campo.

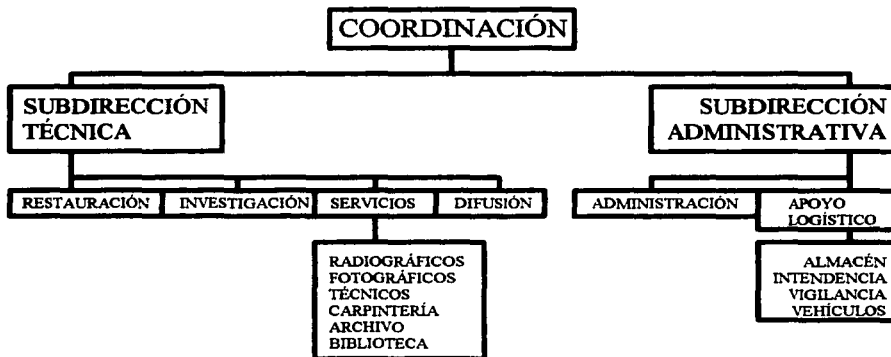
METAS

- * Incrementar el personal especializado.
- * Actualización académica y técnica para el personal del centro.
- * Ampliar las investigaciones en materia de conservación.
- * Reunión de toda el área de conservación del INAH, con el fin de establecer un programa coordinado de trabajo entre la Coordinación Nacional de Restauración y las Entidades Federativas.
- * Promover el Programa Nacional de Conservación.
- * Constituir un órgano consultivo en materia de conservación
- * Establecer convenios de colaboración con instituciones nacionales e internacionales y propiciar el intercambio cultural técnico-académico en materia de conservación.
- * Incrementar la difusión y la publicación en lo que respecta a la conservación del patrimonio cultural. Asimismo, impulsar la publicación de trabajos realizados por personal de este centro.

INFRAESTRUCTURA

ORGANIGRAMA OPERATIVO

La estructura operativa de la Coordinación está integrada por dos subdirecciones: La Técnica y la Administrativa (ver diagrama anexo). La Subdirección Técnica es la encargada de los servicios de Restauración, Investigación, Difusión; así como servicios radiográficos, fotográficos, de carpintería, fototeca y biblioteca. Las actividades administrativas y de apoyo logístico están a cargo de la Subdirección de Administración.



RECURSOS FÍSICOS

12

CAPÍTULO
Coordinación
Nacional de
Restauración
del Patrimonio
Cultural

Para el cumplimiento de esas funciones la Coordinación Nacional de Restauración cuenta con las siguientes áreas de trabajo:

- * Laboratorios analíticos y de investigación en las áreas de Química y Biología
- * Laboratorios fotográficos y de rayos X
- * Taller de materiales textiles
- * Taller de materiales cerámicos
- * Taller de escultura policroma
- * Taller de documentos gráficos
- * Taller de pintura de caballete
- * Taller de materiales pétreos y silicios
- * Taller de material etnográfico
- * Auditorio
- * Biblioteca
- * Fototeca
- * Archivo
- * Área de redacción y edición
- * Área de computo
- * Carpintería
- * Bodega

SERVICIOS

Los proyectos se agrupan de la siguiente manera:

- 1) **Proyectos de conservación in situ.** Son aquellos que se realizan en: zonas arqueológicas, museos, monumentos, archivos, bibliotecas, etcétera.
- 2) **Proyectos de apoyo técnico.** En este rubro se incluyen los proyectos realizados en los talleres de la Coordinación (trabajando diversos tipos de colecciones de distinta procedencia), apoyo a centros regionales, dictámenes, inspecciones, asesorías y peritajes. También se incluyen los proyectos de capacitación y difusión.

3) *Proyectos de investigación.* Los proyectos de investigación son de diversa índole; aquí están involucradas, entre otras, las siguientes disciplinas: restauración, biología, historia, arquitectura, arqueología y química.

Los estudios que se realizan en la Coordinación están enfocados al conocimiento de los mecanismos de deterioro y a su control; a desarrollar técnicas analíticas, y al conocimiento de los materiales constitutivos de los bienes, por parte del personal encargado de la restauración; así como de la búsqueda de nuevas opciones técnicas.

En este tipo de proyectos también se conjugan los conocimientos de disciplinas de análisis histórico y social que permiten situar espacial y temporalmente al bien cultural, así como discernir su técnica constructiva e interpretar su función social.

RECURSOS HUMANOS

Para desarrollar sus funciones, la Coordinación cuenta con un equipo de especialistas en diferentes disciplinas, como son restauradores, químicos, biólogos, historiadores, arquitectos, arqueólogos, etc. La finalidad del área de investigación es conocer materiales y técnicas de manufactura de la obra a intervenir, entender los mecanismos de deterioro, buscar alternativas para la realización de procesos de conservación; nuevos métodos o materiales. Para esto se auxilia de reuniones técnicas, publicaciones, boletines, conferencias, etcétera.

NECESIDAD DE UNA IDENTIDAD

La Coordinación Nacional de Restauración del Patrimonio Cultural del INAH como resultado de la adopción de una nueva estructura interna ha aumentando sus campos de acción, por lo que requiere contar con una Identidad Gráfica que la identifique como una dependencia del Instituto Nacional de Antropología e Historia.

Cabe señalar que el diseño de la Identidad de la Coordinación , será la base para el posterior diseño de un sistema de señalización para los departamentos y secciones que la componen, y la realización de manuales, folletos, trípticos, fichas de registro y documentación, entre otros.

RESUMEN CAPITULAR

En el presente siglo, la conservación del patrimonio cultural ha tomado gran importancia por lo que éste significa para el país (históricamente hablando) así como por su función social y económica. En 1938 fue creado el Instituto Nacional de Antropología e Historia con el objetivo de: vigilar, conservar y restaurar los monumentos arqueológicos, históricos y artísticos del país, así como de los objetos que en dichos monumentos se encuentren.

Con la creación, en 1961, del Departamento de Catálogos y Restauración del Patrimonio Artístico, se unifican los criterios y normas de intervención, aplicados en la restauración. En 1966, el departamento se instaló en el ex Convento de Churubusco con el nombre de Departamento de Restauración del Patrimonio Cultural y en 1980, la Dirección General del INAH eleva el departamento al rango de Dirección, teniendo como objetivos: la conservación, investigación, supervisión y difusión en materia de conservación del patrimonio cultural mueble e inmueble por destino arqueológico, histórico y paleontológico.

La estructura operativa de la Coordinación está conformada por: dos subdirecciones:

- * **Técnica.** Encargada de los servicios de restauración, investigación y difusión; así como servicios radiográficos, fotográficos, carpintería, fototeca y biblioteca
- * **Administrativa.** Encargada de las actividades administrativas y de apoyo logístico

Los estudios que realiza esta Coordinación están enfocados al conocimiento de los mecanismos de deterioro y a su control, conjugando los conocimientos de disciplinas de carácter histórico y social que permitan situar espacialmente al bien cultural así como discernir su técnica constructiva e interpretar su función social.

Dada la trascendencia del trabajo realizado por esta Coordinación resulta indispensable que ésta cuente con una identidad gráfica acorde con la importancia de sus funciones.

COMUNICACIÓN VISUAL

COMUNICACIÓN VISUAL

ANTECEDENTES

La comunicación es una actividad inherente al ser humano, es "la interacción social por medio de mensajes"¹. Para entender mejor a la comunicación la especificaremos en dos niveles de representación.

El primer nivel se refiere a la comunicación únicamente como transmisora de mensajes. Estudia la codificación y la decodificación que de él hagan el emisor y el receptor, exalta la eficacia del proceso por medio de los modelos de comunicación.

Los primeros modelos desarrollados se centran mas en el proceso de transmisión del mensaje que en el contenido de la información enviada:

(modelo de Shannon y Weaver)

FUENTE - TRANSMISOR- RECEPTOR - DESTINO

Al pasar el tiempo se desarrollaron modelos de comunicación más complejos, en los cuales se da más importancia al significado e interpretación que de el mensaje hagan el emisor y el receptor.

El segundo nivel representado por el modelo de Roman Jakobson que, como lingüista, estuvo interesado en el significado y la estructura interna del mensaje, representa un puente entre los dos modos de estudiar a la comunicación

Jacobson representó los factores constitutivos presentes en un esquema desde entonces clásico de la comunicación, al igual que las funciones lingüísticas que cada factor tiene en el proceso. (figura 1)

¹ FISKE, John. "Introducción al Estudio de la Comunicación Visual" p. XX

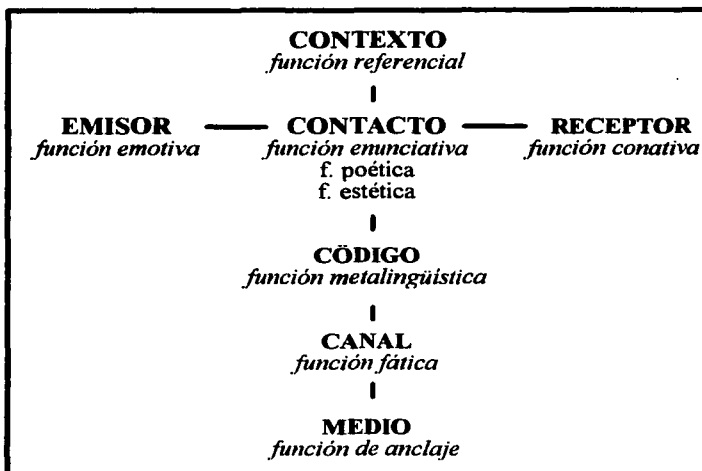


Figura 1

Emisor. Es el transmisor del mensaje; con él se origina el proceso de comunicación.

F. Emotiva o de intencionalidad. Sin la intención por parte del emisor de comunicarse no existe la posibilidad de comunicar las ideas, expresiones o emociones.

Receptor o lector. Aporta su propia interpretación al significado del mensaje por medio de su experiencia, emociones y actitudes.

F. Conmativa. Su intención es atraer la atención del receptor hacia el mensaje.

Contexto. Marco de antecedentes que determinan las circunstancias dentro de las cuales se moverá el mensaje.

F. Referencial. Hace alusión a los factores sociales, históricos, políticos y culturales que envuelven al mensaje.

Contacto. Es el momento en el cual el mensaje llega al receptor.

F. Poética, estética y enunciativa. La función enunciativa es la que enuncia a la identidad; la función poética es la representación de las anteriores estructuradas eficazmente en forma y contenido. Con ambas se logra la funcionalidad y lo estético.

² Modelo propuesto en el Seminario de Simbología y Señalización.

Código. Son los signos implícitos del mensaje que aportan elementos para poder interpretarlo y conocer su significado.

F. Metalingüística. Su posición es identificar al código del signo utilizado en el mensaje que son las claves para conocer su significado.

Medio. Modo de expansión, distribución o difusión del mensaje.

F. Fática. Es la que mantiene la relación entre el emisor y el receptor, mantiene el canal abierto por el cual pasará el mensaje.

Canal. Medio físico por el cual viaja un mensaje: luz, ondas sonoras etc.

F. Anclaje. Nos permite que ciertos elementos nos atraigan, proporcionando impacto al mensaje.

ASPECTO SEMIOLÓGICO DE LA COMUNICACIÓN

Anteriormente se definió a la comunicación así como algunos modelos que la jerarquizan como un proceso; pero en Semiótica se estudia a la comunicación como generadora de significados.

La Semiótica es la disciplina encargada del estudio de los signos y su funcionamiento³ y cubre tres áreas de estudio.

1. El signo en su unidad, significado, diversidad y relación con el hombre.
2. Los códigos o sistemas de organización de los signos.
3. El comportamiento de los códigos y signos dentro de una cultura.

Como definición de signo diremos que es la representación de algo físico que puede ser captado por cualquiera de los cinco sentidos y que requiere de un reconocimiento colectivo consolidado.⁴

³ Op Cit. p, 34

⁴ LÓPEZ Juan Manuel. "Semiótica de la Comunicación Gráfica" p, 14

La Semiótica también abarca el estudio del significado de los signos, qué papel tienen los signos en la generación de ese significado y los clasifica según la manera de cumplir con esta función.

Para realizar la interpretación del significado de los signos; se retoman modelos de la antigüedad en los cuales interactúan tres elementos. (figura 2)

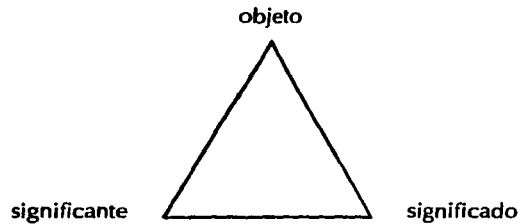


Figura 2

Objeto:	Es el signo.
Significante:	Es la representación del signo tal como lo percibimos.
Significado:	Es el concepto mental al cual se refiere el signo.

Uno de los modelos más importantes y que está vigente en la actualidad fue propuesto por el filósofo Charles S. Peirce quien propone que cada elemento del signo puede ser tripartita y le designa diferente nombre a cada elemento del modelo: (figura 3)

- * en cuanto al representamen (signo) en sí mismo
- * en cuanto al representamen en relación a su objeto y
- * de acuerdo al signo en relación con su interpretante



figura 3

OBJETO	REPRESENTAMEN	INTERPRETANTE
CUALISIGNO	ÍCONO	REMA
SINSIGNO	ÍNDICE	DICENT
LEGISIGNO	SÍMBOLO	ARGUMENTO

OBJETO

Cualisigno. Incluye las cualidades formales, aisladas, físicas, que son perceptibles de manera material de cada objeto.

Sinsigno. Agrupa las cualidades reconocidas y permite una definición de lo que un objeto es o no es.

Legisigno. Es el reconocimiento del signo, por las características del sinsigno se sabe a que se refiere.

REPRESENTAMEN

Icono. Es aquel que se parece ampliamente al objeto, similitud física.

Índice. Es un indicador o conector, no guarda necesariamente parecido; relaciona la esencia del objeto con la experiencia del receptor.

Símbolo. Es un signo de similaridad asignada, no necesariamente guarda relación física con el objeto pero lo representa universalmente como resultado de una convención o regla establecida.

INTERPRETANTE

Rema. Es la forma de conjuntar los elementos que generan una representación, conceptualización y funcionalidad (ejemplo gráfica).

Dicent. Maneja la cuestión estética, la solución plástica, contraste de color. (ejemplo. boceto).

Argumento. Se da la verificación del diseño, es aquí donde se agrupa el rema y dicent. es el momento del contacto, asimilación de un mensaje.

DISEÑO GRÁFICO

El Diseño Gráfico, es “la disciplina que se encarga de la comunicación visual; puede considerarse como la expresión visual de una idea”⁵ y se divide en tres áreas de aplicación : “diseño de entidades gráficas; diseño editorial; empaque, embalaje y publicidad: carteles, folletos, espectaculares, displays, etc.”⁶; medios eminentemente de expresión visual .

“Los elementos visuales constituyen la sustancia básica de lo que vemos y son la materia prima de toda información visual.”⁷ Estos elementos son: el punto, la línea, la textura, la escala, la dimensión, el movimiento, el color, etc.

El correcto aprovechamiento de estos elementos básicos, su comprensión y buena administración está a cargo del propio diseñador gráfico, ya que con estas herramientas de trabajo se puede llegar a crear efectos y resultados bien logrados.

IDENTIDAD GRÁFICA

La identidad en su definición dice: filiación, características, señas personales de un individuo; entendiendo por seña una nota o marca que se pone a las cosas para distinguirlas.

⁵ WONG, Wucius. “Principios del Diseño en Color” p, 23

⁶ SWANN, Alan. “Bases del Diseño Gráfico” pp, 110-111

⁷ DONDIS, A.D. “La Sintaxis de la Imagen” p, 39

La identidad gráfica retoma las características personales que cada individuo posee; la identidad no es exclusiva de un solo individuo, también lo es de las organizaciones sociales, un grupo étnico, nacional, ideológico, cultural o mercantil, para que por medio de elementos gráficos sea cada una de ellas reconocible por un conjunto de signos perceptibles que le son propios y característicos: sus signos de identidad.

TIPOS DE IDENTIDADES

Identidad Corporativa. De la palabra sajona *corporation*: compañía, empresa. Se engloba en esta categoría a formas organizativas más complejas, por ejemplo a empresas privadas, a organismos públicos y/o sectores de la comunidad a través de sus entidades representativas⁸ es decir, todas las empresas que tengan actividades con lucro se identificarán con esta definición.

Identidad Institucional. Aquí se engloban las Instituciones que no persiguen ningún lucro directo como Escuelas, Dependencias Gubernamentales, del Sector Salud, etc.

Identidad Profesional. Será la identidad representativa de disciplinas que pueden ser desde un nivel técnico: plomero, electricista; o bien algún grado a nivel profesionista como Licenciado, Médico, Arquitecto, Ingeniero, etc.

Identidad Comercial. Aquí se toma en cuenta a los establecimientos de tipo comercial como Tiendas, Farmacias, Panaderías, Talleres de cualquier tipo de compostura, etc.

ELEMENTOS QUE CONFORMAN UNA IDENTIDAD

La Identidad Gráfica está integrada por su cuatro elementos

- * El Imagotipo
- * El Logotipo
- * Razón Social
- * Color

⁸ CHAVEZ, Norberto. "La Imagen Corporativa" p. 17

Imagotipo.

Toda forma visual de cualquier característica, que garantice algún grado de identificación. Puede funcionar como imagotipo con sólo aplicarse de un modo recurrente y asociado a una entidad dada, ya se trate de una empresa, producto, acontecimiento o institución.

Podemos ordenar el universo de imagotipos de acuerdo con tres grandes grupos:

motivación / arbitrariedad
abstracción / figuración
ocurrencia / recurrencia

Analicemos cada uno por separado.

La dualidad **motivación / arbitrariedad** se presenta cuando el signo visual puede tener algún grado de relación con nociones o hechos asociados con la Institución que identifica.

Si se trata de **abstracción / figuración** nos estamos refiriendo a la coherencia entre imagotipo y la noción o idea a que nos remite, sin importar si está o no asociada a la Institución, puede oscilar desde un lazo puramente convencional o símbolo hasta la referencia más realista o icono que pueda darse.

Tendremos una correlación **ocurrencia / recurrencia** si se trata del grado de innovación en el criterio general y en el diseño visual concreto del imagotipo respecto a los códigos o convenciones vigentes.

Teniendo en cuenta que el imagotipo es una imagen, podemos encontrarlo como una marca, símbolo, un signo, un emblema, un pictograma, un ideograma, un monograma, un logograma o un grafismo.

- * **Marca.** Es el medio por el cual los comerciantes distinguen sus productos o servicios de los que ofrecen otros.
- * **Signo.** Es la representación evocativa de una cosa.
- * **Símbolo.** Es una figura altamente ritualizada de una idea, así pues, la simple figura de un corazón, simboliza amor.
- * **Emblema.** Es una figura adoptada convencionalmente, pero ya muy introducida que tiene como fin representar una idea, un ser físico o moral.

- * **Pigtoograma.** Es una figura análoga. Por ejemplo, la clásica figura señalética del peatón.
- * **Ideograma.** Es un esquema de una idea, un concepto o un fenómeno no visualizable.
- * **Monograma.** Es la asociación de dos a más niveles fonéticos a nivel de iniciales o siglas.
- * **Logogramas.** Representa gráficamente los conceptos, por ejemplo, el pelicano de Comercial Mexicana.
- * **Grafismo.** Representación gráfica de un concepto en cualquier nivel de expresión, formal o informal, por ejemplo, una firma.

Logotipo.

La forma gráfica del nombre es el logotipo. Se trata de un elemento de gran valor, porque la tipografía en sí es poseedora de una enorme dimensión semiótica no verbal, sino icónica que por connotación incorpora significados complementarios al propio nombre. Esta observación se basa no sólo en la utilización cabal de los alfabetos especialmente diseñados, sino, incluso en aquellas familias tipográficas convencionales, hecho que abre una gama enorme de posibilidades que permite un apoyo semántico enriquecedor de las funciones de identificación del logotipo.

El peso de los tipos sugiere de inmediato fuerza y solidez, si se trata de una fuente bold. Efecto contrario se obtiene con el uso de fuentes ligh. Uno es ideal para anunciar maquinaria y el otro para ofrecer joyería o perfumes.

El cambio de tamaño en la letra tiene una función claramente técnica, pero al mismo tiempo de manera paralela aporta una serie de connotaciones laterales. La exageración de la diferencia de tamaños de las letras y la limpieza de la reproducción técnica hacen evidente la contemporaneidad del mensaje.

Razón social

La razón social o nombre puede ser el resultado de diferentes características lingüísticas, y por consiguiente, adopta distintos aspectos: desde un signo abstracto en su totalidad hasta una expresión claramente denotativa de la identidad, atravesando por una diversidad de variantes, al tiempo de pasar por todas sus formas

mixtas, tales como descriptivas, simbólicos, patronímicos, toponímicos y contracciones.

Veamos en qué consta cada una de ellas.

- * **Descriptivos.** Se refiere a la enunciación sintética de los atributos de identidad de la institución.
- * **Simbólicos.** Hacen alusión a la institución mediante una imagen literaria.
- * **Patronímicos.** Aluden a la institución mediante el nombre propio de una personalidad clave de la misma, puede tratarse del dueño, del fundador o de un hijo de alguno de ellos.
- * **Toponímicos.** Son aquellos que hacen referencia al lugar de origen o área de influencia de la institución.
- * **Contracciones.** Se trata de construcciones artificiales mediante las siglas o fragmentos de la institución.

Color de identidad

La inherente necesidad de implantar signos identificadores ha hecho imperioso que cada día se preste más atención al sistema totalizador de mensajes de reconocimiento, por ello se ha debido hacer énfasis en el color que, indudablemente, funciona como refuerzo adicional de la razón social, la tipografía y del imago tipo.

REQUERIMIENTOS DE LA IDENTIDAD GRÁFICA DE LA COORDINACIÓN

La Coordinación Nacional de Restauración del Patrimonio Cultural requiere que su Identidad Gráfica además de estar sustentada en las normas que la rigen, tenga las siguientes características:

- * **Funcionalidad:** es decir que sea útil y que satisfaga de manera práctica las necesidades requeridas.
- * **Ambientalidad:** que se encuentre dentro del contexto al cual pertenece.

- * **Contemporaneidad:** que la vigencia del diseño le permita tener uso correcto de él por el mayor tiempo posible.
- * **Expresividad:** que comunique y asocie eficazmente el concepto de una forma llamativa y agradable.
- * **Constructividad:** que la imagen pueda ser reproducida en sus diferentes tamaños sin perder proporción ni visibilidad.

RESUMEN CAPITULAR

La comunicación, vista como el motor de la interacción de la sociedad, nos permite discernir el significado interno de los mensajes que utilizamos para manifestar nuestras emociones, estados de ánimo, aspectos culturales, sociales, comerciales o profesionales.

Como disciplina la Semiótica interpreta los posibles significados que un mensaje puede tener dependiendo del receptor y su nivel de cultura; el diseñador gráfico desarrolla su trabajo retomando los resultados semióticos para que el diseño puesto a consideración de los espectadores o usuarios del mensaje tenga el correcto significado para ellos.

La Identidad Gráfica permite diferenciar a cada individuo, al igual que a profesionistas, empresas, corporaciones etc. por medio de cuatro elementos: imagen, logotipo, razón social y color.

La Identidad Gráfica de la Coordinación Nacional de Restauración del Patrimonio Cultural del INAH, deberá de satisfacer sus necesidades de identificación al igual que resaltar aquellas relacionadas con su misión de proteger y preservar el patrimonio cultural de los mexicanos, fruto de siglos de trabajo artístico, ornamental o funcional elaborado por indígenas antes de la conquista o bien a través de la simbiosis con la cultura española, muestra representativa del arte colonial que tanto prestigio y admiración a nivel internacional ha dado México en el campo artístico.

FUENTES CONSULTADAS

CHÁVEZ, Norberto.

**"La Imagen Corporativa, Teoría y Metodología
de la Imagen de la Identificación Institucional"**

Gustavo Gili, Barcelona, 1988.

DONDIS, A. D..

"La Sintaxis de la Imagen"

Gustavo Gili, Barcelona, 1985.

FISKE, Jonh.

"Introducción al Estudio de la Comunicación Gráfica"

Ed. Norma, Barcelona, 1984.

LÓPEZ Rodríguez, Juan Manuel.

"Semiótica de la Comunicación Visual"

INBA-UAM Xochimilco, México, 1993.

SWAN, Alan

"Bases del Diseño Gráfico"

Gustavo Gili, Barcelona, 1990.

WONG, Wucius.

"Principios del Diseño en Color"

Gustavo Gili, Barcelona, 1992.

CHURUBUSCO

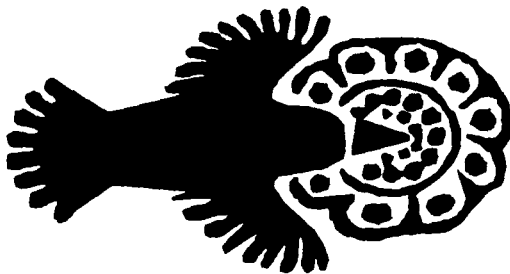
CHURUBUSCO

Después de haber analizado las necesidades y el entorno que rodean las actividades de la Coordinación Nacional de Restauración del Patrimonio Cultural del INAH, se seleccionó al ave conocida como colibrí para presentarla como la referencia etimológica de la palabra Churubusco, lugar donde la Coordinación tiene su sede: El exconvento de Churubusco.

De igual forma el colibrí al ser una especie en extremo elegante, de movimientos gráciles nos asocia la idea de delicadeza, aspecto que comparte con la disciplina de la restauración.

El colibrí en México, también llamado chupamirto es un ave muy difícil de ver en una metrópoli como la nuestra, donde la mancha urbana ha modificado el ecosistema de las zonas en donde en la época precorteciana se encontraba en abundancia, por ejemplo: el área conocida como Churubusco.

Al estudiar los códices prehispánicos existentes se encontraron diversas formas de representar al colibrí, una de ellas lo ejemplifica absorbiendo el néctar de una flor.



Esta representación aportó el elemento floral, al que se le dará la connotación de componente a restaurar por parte de la Coordinación / colibrí.

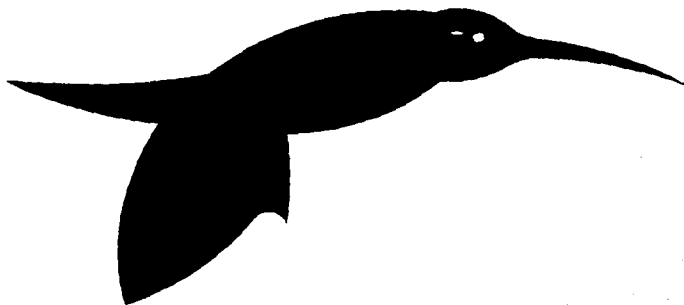
Representación seleccionada

1. Por considerar que representa al colibrí de una manera que lo hace identificable y diferenciable de otras pequeñas aves con las que pudiera confundirse: la golondrina, el mirlo o el picho (Pequeña ave de plumaje negro brillante que habita en el sureste del país).

2. Al considerar que el colibrí es una ave delicada y de vuelo grácil, por connotación estas características las asociaremos a la disciplina de la restauración quien comparte éstas propiedades en la realización de su trabajo.

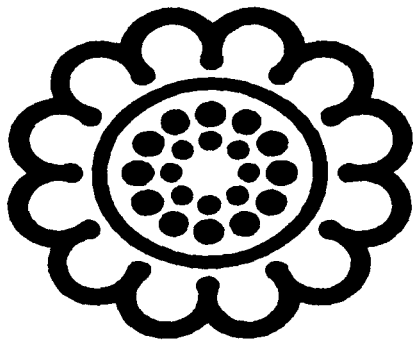


Una vez seleccionada la representación del colibrí se procedió a estilizarlo en forma sintética pero sin perder sus características propias y obtener así los trazos auxiliares para su representación. Este es el momento de mencionar que se invirtió la imagen para que por representación el vuelo del colibrí se genere de izquierda a derecha al igual que una lectura formal.

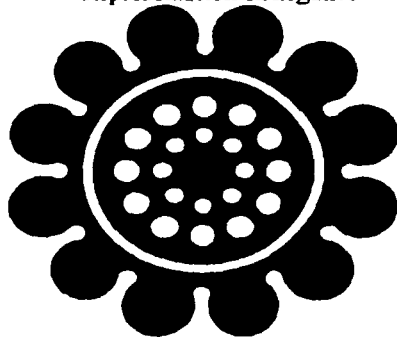


Se procedió a geometrizar la flor del códice prehispánico, en positivo y en negativo, sintetizando los elementos al mínimo para que éstos no rivalizaran con la estilización del colibrí.

Representación en positivo

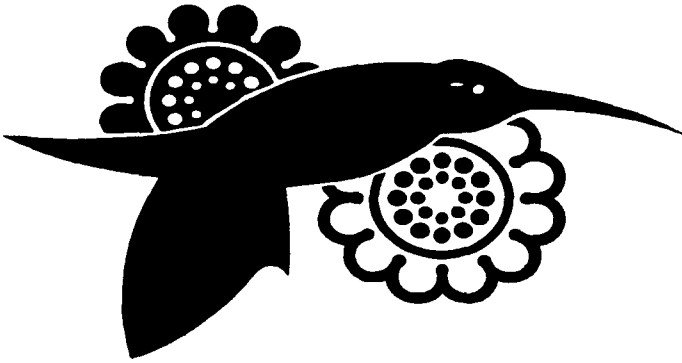


Representación en negativo



Una vez que se geometrizaron los elementos que componían la imagen, se hicieron pruebas de acomodo utilizándolos tanto en positivo como en negativo. Se decidió por la representación de la flor como la referencia de un elemento a restaurar antes y después del proceso, ejemplificando con la flor en negativo en la parte superior del colibrí y la flor ya restaurada (positivo) en la parte baja del ave.

Se presenta la imagen que desde el punto de vista estético logra el equilibrio visual de los tres elementos.



LOGOTIPO

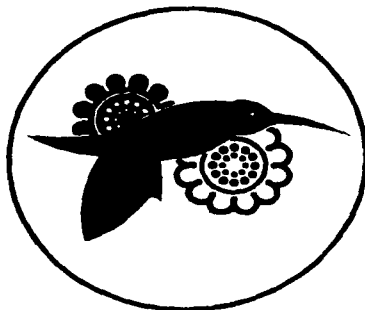
Para el logotipo, se seleccionó la fuente OPTIMA, por sus características de legibilidad y su adecuada integración con el imagotipo.

OPTIMA

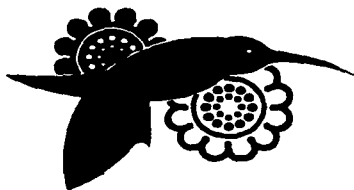
A B C D E F G H I J K L M N Ñ
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ
o p q r s t u v w x y z

ARREGLOS TIPOGRÁFICOS

Presentación de algunos de los arreglos tipográficos propuestos.



COORDINACION NACIONAL
de RESTAURACION
del PATRIMONIO CULTURAL



COORDINACION NACIONAL
de RESTAURACION
del PATRIMONIO CULTURAL



DE RESTAURACION
DEL PATRIMONIO CULTURAL



COORDINACION NACIONAL
de RESTAURACION
del PATRIMONIO CULTURAL

Representación seleccionada: imagotipo + logotipo + razón social

1. La tipografía en envoltorio circular se le asocia con el infinito y protección; aspecto que la Coordinación tiene entre otros objetivos, el de conservar el Patrimonio Cultural de la Nación.

2. Alcanza el equilibrio visual de los tres elementos hasta ahora conjuntados: el arco superior de la tipografía asciende del ala del colibrí y se corta en el pico del ave, regresando la lectura al ala de donde parte el arco descendente de la tipografía, el cual termina nuevamente en el pico.



Representación seleccionada:
imatotipo + logotipo + razón social + color

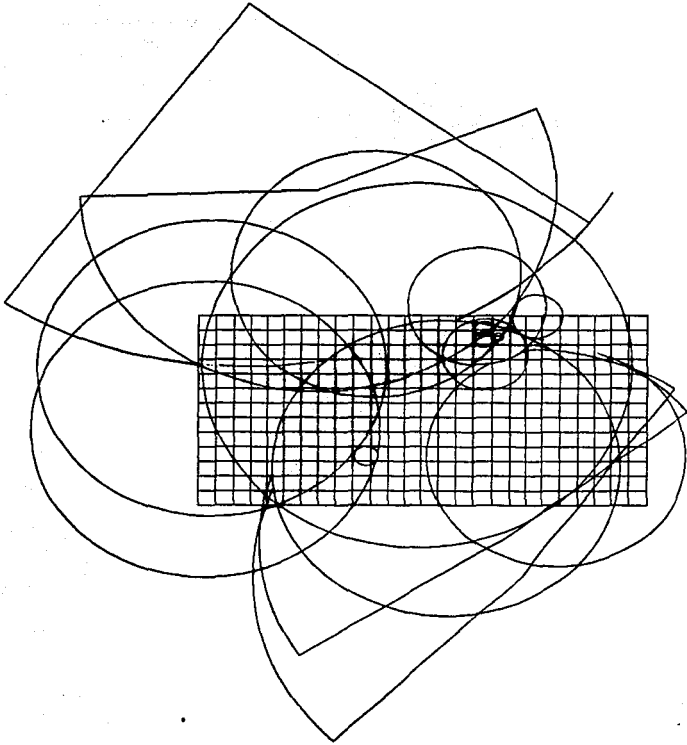
1. El gris (negro al 70 %), proporciona elementos referenciados con aspectos de cultura, tranquilidad, al igual que sutileza (accesibilidad y economía) enfatizando las características contenidas en la identidad.

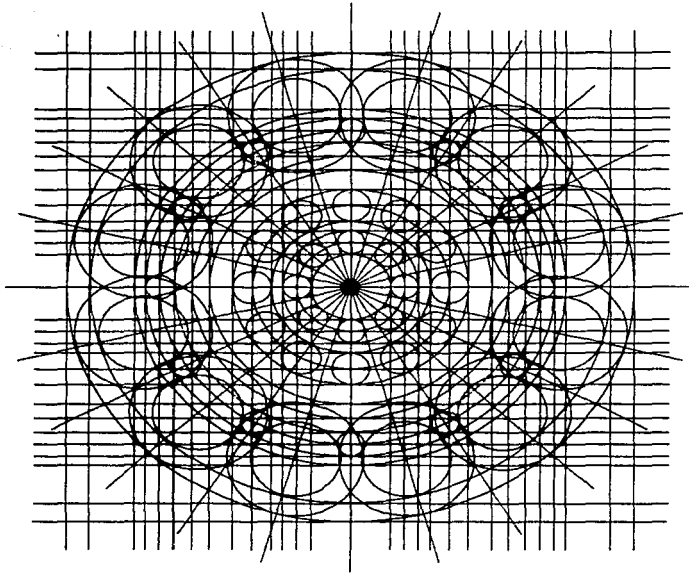
2. Las flores como elemento a restaurar, se representan en rosa (pantone 170 CV), con el fin de emular los bajo relieves en cantera rosa.

La tipografía se mantendrá en gris (negro al 70 %) para así lograr uniformidad con la imagen.



JUSTIFICACIÓN DE TRAZOS





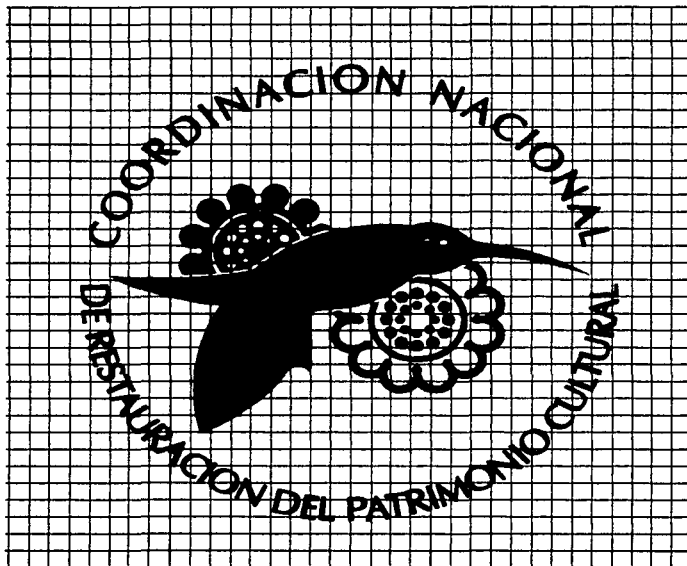
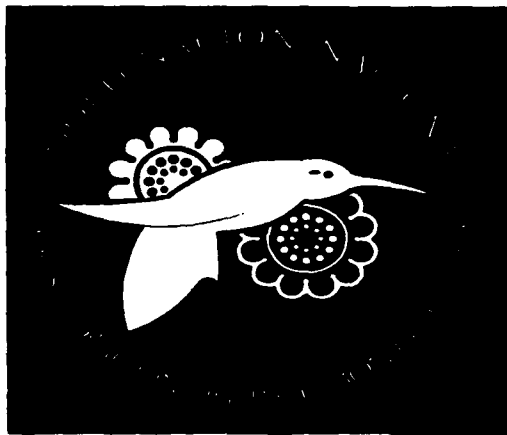


IMAGEN EN POSITIVO Y
NEGATIVO



**PRUEBAS DE LEGIBILIDAD
DE LA IDENTIDAD**



100%



90%



80%



70%



60%



50%



40%



30%



20%



Lic. Sandra Cruz Flores
SUBDIRECTORA DE INVESTIGACIÓN

EXCONVENTO DE CHURUBUSCO
Xicoténcatl y General Araya
CP. 04120 México, D.F.
TEL 015- 688-2961/688-27-74
688-2886/688-99-79
Fax: 015- 688-45-19

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA



INSTITUTO NACIONAL DE
ANTROPOLOGÍA E HISTORIA
COORDINACIÓN NACIONAL
DE RESTAURACIÓN
DEL PATRIMONIO CULTURAL
Españamiento de Chuchulucos,
Xicatlilco y General Anaya,
C. P. 04170
México, D. F.



Tel: 6-88-2941/6-88-27-74
6-88-26-85/6-88-99-75
Fax: 6-88-45-19



INSTITUTO NACIONAL DE
ANTROPOLOGÍA E HISTORIA

COORDINACIÓN NACIONAL
DE RESTAURACIÓN
DEL PATRIMONIO CULTURAL

Exconvento de Churubusco,
Xicorencastl y General Anaya,
C.P. 04120
México, D.F.



CONCLUSIONES

La importancia que tiene actualmente la restauración no solo en México, sino a nivel mundial, dada su finalidad de preservar el patrimonio cultural fuente de datos antropológicos e históricos que nos ilustran sobre lo que fue nuestro pasado, lo que estamos viviendo en el presente y lo que muy probablemente verán las generaciones futuras, es la mejor forma de englobar el alcance social que tendrá la Identidad Gráfica de la Coordinación Nacional de Restauración del Patrimonio Cultural del INAH.

A través de la vinculación que se logró entre la disciplina de la restauración y la del diseño gráfico, se demuestra que el diseño de identidades gráficas, una de las áreas de aplicación del diseño gráfico, es viable no sólo tratándose, como en este caso de una dependencia cultural sino también en situaciones de aspecto comercial, social o educativo.

Del universo de posibilidades que se tomaron en cuenta para desarrollar la identidad gráfica de la Coordinación se optó por la referencia etimológica de la palabra Churubusco que es primordial ya que a la Coordinación se le reconoce en el interior de la República por estar ubicada en el exconvento de Churubusco.

De igual importancia resultó el aspecto institucional que la Coordinación tiene con el Instituto Nacional de Antropología e Historia que a su vez forma parte del Consejo Nacional Para la Cultura y las Artes. Al elaborar la identidad se cuidó que guardara el mismo nivel de síntesis que caracteriza a la Identidad Gráfica del INAH y la del CNA.

La Identidad Gráfica de la Coordinación Nacional de Restauración es funcional, pues satisface las necesidades de identificación ; su ambientalidad se logró al estar dentro del contexto al cual pertenece el inmueble, es expresiva ya que asocia eficazmente el concepto de delicadeza de la restauración con el ave por todos conocida como colibrí.

La Identidad Gráfica será aplicada a corto plazo en papelería; a mediano plazo a la señalización del inmueble y a largo plazo en promocionales: carteles, revistas y publicaciones periódicas, folletos y tarjetas de identificación del acervo con el que cuenta la Coordinación.

ANEXO

La importancia que el Diseño Gráfico tiene dentro de la sociedad quizá no se aprecia en su totalidad debido a que la profesión todavía no tiene un reconocimiento popular. Cada persona requiere en algún momento del Diseño Gráfico. Todos nos movemos a diario en el universo del Diseño Gráfico, pero no lo reconocemos o le damos la significación que ésta disciplina tiene.

En la etiqueta de las papas favoritas de Juanito, en la colonia del abuelo, en la revista de Mamá o quizá en el empaque de los cigarrillos de Papá. Al encender la televisión, al hojear el periódico o tal vez en la estampa de la Milagrosa a la que nos encomendamos todas la mañanas está presente el trabajo de un diseñador.

Son tan variadas las posibilidades de aplicación del diseño como el número de personas que requieran comunicarse con otras.

No hay que perder de vista el papel que tiene el diseñador en el proceso de la comunicación. Podemos apoyar la campaña publicitaria de un cantante y ayudar a encumbrarlo o quizá a pasar desapercibido en el gusto del público. Tenemos la posibilidad de llegar a donde queramos pero también tenemos la obligación de desarrollar nuestra profesión con ética; pues también podemos manipular a las masas a conveniencia de unos cuantos y para el perjuicio de todo un pueblo.

Pero después de todo detrás de un diseñador gráfico hay venas, sangre, sentimientos: un ser humano. Un hombre que también forma parte de esa cadena de comunicación social o de masas que necesita relacionar se con sus semejantes mediante una convivencia.

Un hombre que pretende dominarse a sí mismo, a sus semejantes, al medio que lo rodea modificándolo para su confort, que ha logrado explorar el fondo del mar o ascender a la montaña más alta

en su afán de depredación; ahora hemos vuelto la mirada al cielo y pretendemos llegado el momento dominarlo de igual forma.

Hemos perdido el significado de la palabra raciocinio, convivencia, altruismo. Vivimos al ritmo del reloj; nos enajenamos con las cosas fatuas o sin importancia y no tendemos la mano al que lo necesita.

Subestimamos el mundo que nuestros antepasados nos heredaron. Exterminamos a los animales por gusto o quizá por vestir sus pieles, nos depredamos uno a otros por no comprender que su diferencia de color , ideología o religión sólo es un proceso de adaptación al medio.

El compromiso que como diseñadores gráficos adquirimos es sin duda aquel que como filosofía personal manejamos en nuestra vida diaria. Tenemos principios que nos rigen hacia lo que es correcto y sin duda también en el terreno profesional tenemos que desarrollarnos es una moralidad.

BIBLIOGRAFÍA

ALMEIDA, Luis.

**"Programa de Identidad Corporativa
del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes"
Trama Diseño, México, 1993.**

CHÁVEZ, Norberto.

**"La Imagen Corporativa, Teoría y Metodología de la Imagen de la
Identificación Institucional"
Gustavo Gili, Barcelona, 1988.**

COLEGIO DE DISEÑADORES

**"Diseño Mexicano Industrial y Gráfico"
Grupo Editorial Iberoamérica, México, 1991.**

DONDIS, A. D..

**"La Sintaxis de la Imagen"
Gustavo Gili, Barcelona, 1985.**

ENCINO, Jorge.

**"Desing motifs of ancient Mexico"
Dover Publications Inc., New York, 1953.**

ET,AL

**"INAH, una Historia"
INAH, 1990.**

FISKE, Jonh.

**"Introducción al estudio de la Comunicación visual"
Ed. Norma, Barcelona, 1984.**

LÓPEZ RODRÍGUEZ, Juan Manuel.

**"Semiótica de la Comunicación Visual"
INBA-UAM Xochimilco, México, 1993.**

MONTES DE OCA, Rafael.
"Colibríes y orquídeas en México"
UNAM, 1970.

MÜLLER-BROCKMANN, Josef.
"Sistema de Reticulas, Un Manual para Diseñadores Gráficos"
Gustavo Gili, Barcelona, 1982.

OLINS, Wally.
"Imagen Corporativa Internacional"
Gustavo Gili, Barcelona, 1992.

OTL, Aicher.
"El Mundo como Proyecto"
Gustavo Gili, Barcelona, 1994.

PRIETO Castillo, Daniel.
"Diseño y Comunicación"
UAM-Xochimilco, Colección Ensayos, 1998.

ROSELL, Lauro.
"Convento Dieguino de Santa María de los Ángeles"
Monografías Mexicanas, INAH, 1947.

SATUÉ, Enric.
"Los Demiurgos del Diseño Gráfico"
Mondori, Madrid, 1992.

SATUÉ, Enric.
"El Diseño Gráfico desde los orígenes hasta nuestros días"
Alianza Editorial, Madrid, 1988.

SCOTT, Robert G.
"Fundamentod del Diseño"
Ed. Victor Leru, Buenos Aires, 1977.

SWAN, Alan
"Bases del Diseño Gráfico"
Gustavo Gili, Barcelona, 1990.

SWAN, Alan.
"Cómo Diseñar Reticulas"
Gustavo Gili, Barcelona, 1990.

TEJEDA Palacios, Luis.
"Gestión de la Imagen Corporativa"
Norma, Colombia, 1987.

TURNBULL, Arthur T.
"Comunicación Gráfica"
Trillas, México, 1990.

WONG, Wucius.
"Principios del Diseño en Color"
Gustavo Gili, Barcelona, 1992.