



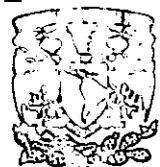
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

MEDIANTE EL DISEÑO EDITORIAL, LA DIFUSIÓN DE UN
NUEVO PROYECTO DE LA UNIDAD DE SERVICIOS SOCIALES Y
CULTURALES (USSYC) PERTENECIENTE A PETRÓLEOS
MEXICANOS (PEMEX).

TESIS QUE PRESENTA
VERÓNICA CARBELLIDO OLAYA
PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

DIRECTOR DE TESIS: LIC. LUIS ENRIQUE
BETANCOURT SANTILLAN



DEPTO. DE ASESORIA
PARA LA VITULACION
ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLÁSTICAS
XOCHIHILCO D.F.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

MEXICO, D.F.
JUNIO DE 1998

263429



Universidad Nacional
Autónoma de México

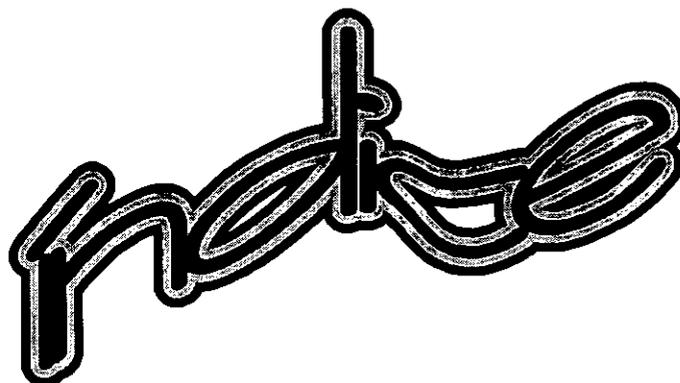


UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

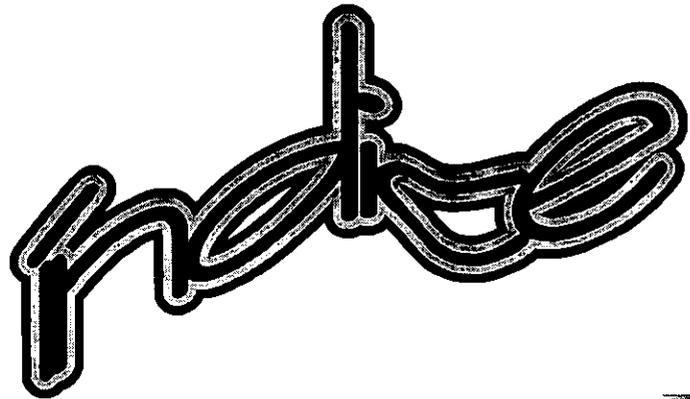
DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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.



| | páginas |
|--|---------|
| INTRODUCCIÓN | 1 - 2 |
| CAPITULO 1 "DISEÑO" | |
| • 1.1 RETROSPECTIVA | 3 - 4 |
| • 1.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS | 5 |
| • 1.3 DEFINICIONES | 6 - 8 |
| • 1.4 DISEÑO GRÁFICO Y TECNOLOGÍA | 9 |
| • 1.5 PROCESOS DE DISEÑO | 10 - 14 |
| • 1.6 DISEÑO EDITORIAL | 15 |
| • 1.7 ELEMENTOS DE DISEÑO EDITORIAL | 16 |
| -- 1.7.1 LENGUAJE VISUAL | 16 - 19 |
| -- 1.7.2 ESTRUCTURA COMPOSITIVA | 20 - 24 |
| | |
| CAPITULO 2 "PEMEX" | 25 |
| • 2.1 BREVE RESEÑA HISTÓRICA | 26 - 27 |
| • 2.2 LA CULTURA, SUS PRETENSIONES | 28 - 29 |
| • 2.3 ANTECEDENTES USSYC | 30 - 33 |
| • 2.4 UNIDAD DE SERVICIOS SOCIALES Y CULTURALES (USSYC) | 34 - 35 |
| • 2.5 OBJETIVOS USSYC | 36 - 38 |
| • 2.6 TRÍPTICO, TIPOS Y FUNCIONES | 39 - 44 |
| • 2.7 EL TRÍPTICO Y SU USUARIO | 45 - 47 |
| • 2.8 EL TRÍPTICO PARA PEMEX | 48 - 49 |
| • 2.9 SUS DÍPTICOS Y TRÍPTICOS | 50 - 66 |
| • 2.10 ANÁLISIS Y PROPUESTAS | 67 - 69 |
| • 2.11 OPCIONES DIFERENTES DE ACUERDO A LAS PRETENSIONES DE LA USSYC, PEMEX | 70 - 71 |



| | Páginas |
|--|-----------|
| CAPITULO 3 "ALTERNATIVA GRÁFICA" | 72 |
| • 3.1 EL TRÍPTICO COMO ALTERNATIVA Y JUSTIFICACIÓN | 73 - 77 |
| • 3.2 EL PAPEL | 78 - 80 |
| • 3.3 LA IMPRESIÓN | 81 - 82 |
| • 3.4 IDENTIDAD INSTITUCIONAL, PEMEX | 83 - 36 |
| • 3.5 APLICACIÓN LOGOTIPO PEMEX, EN EL TRÍPTICO | 87 - 96 |
| • 3.6 IMÁGENES | 97 - 103 |
| • 3.7 TIPOGRAFÍA | 104 - 116 |
| • 3.8 ELEMENTOS EXTRATIPOGRAFICOS SECUNDARIOS | 117 - 121 |
| CONCLUSIONES | 122 - 123 |
| BIBLIOGRAFÍA | 124 - 126 |

INTRODUCCIÓN

Se investigará todo cuanto sea posible para la resolución de esta tesis a través de investigaciones bibliográficas y reflexiones referentes a los temas a tratar. La bibliografía será particularmente de los archivos provenientes de Pemex, en el caso del resto de los puntos a tratar acerca del Diseño Gráfico y el Diseño Editorial, se indagará en fuentes alusivas a estos temas, necesidades y requerimientos que vayan surgiendo durante el desarrollo.

No se descartan las dudas y posibles tropiezos que se darán durante el proceso.

En el capítulo número uno, se desarrollará un panorama del Diseño Gráfico, retrospectiva, antecedentes históricos y definiciones. Se tocarán también puntos involucrados con el Diseño Gráfico para la realización de esta tesis, tales como el Diseño Editorial, sus elementos y factores que intervienen en ello. Todo esto con el propósito de comprender mejor el proyecto en su totalidad.

En el capítulo número dos, Pemex tiene como objetivo, mediante el tríptico a elaborar, elevar el nivel cultural de sus trabajadores, estimular el gusto por las manifestaciones estéticas y artísticas, adiestrándolos en actividades lúdicas, manuales y culturales, a través de la participación en diferentes actividades que compone el programa a difundir, tales como:

Brigadas, Concursos y Exposiciones.

Actividades Recreativas.

Bibliotecas.

En el capítulo número tres se expondrá el desarrollo de un objeto de Diseño Editorial, un medio impreso llamado "tríptico". Este ayudará a difundir, así como a dar a conocer un nuevo proyecto que Petróleos Mexicanos a través del departamento de Fomento Cultural y Recreativo perteneciente a la Unidad de Servicios Sociales y Culturales (USSYC), el cual implementará a sus trabajadores junto



con sus familias. En este capítulo se expresará paso a paso cada uno de los elementos que estarán contenidos en el tríptico, desde el material que servirá como soporte, pasando por cada gráfico y tipo hasta sus elementos secundarios.

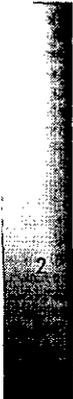
Se efectuará el tríptico haciendo hincapié en lo complejo que resultará cumplir con los objetivos planteados por la empresa (Pemex); siendo también totalmente insuficiente promover la información de todo un proyecto en un solo tríptico y más aun cuando se requiere elevar el nivel cultural de los trabajadores, ya que esto es todo un proceso y no se logra solo leyendo un tríptico y asistiendo a los eventos propuestos por la empresa.

El motivo por el cual me interesé en efectuar este proyecto fue debido al interés que me resultó al observar que en una institución de tan grandes dimensiones y cierto prestigio, se puedan proponer este tipo de cosas, plantearse objetivos y metas las cuales tendrán un porcentaje mínimo de recepción del usuario, en cuanto a resultados del programa se refiere.

Se pretenderá modificar un poco con el Diseño Tradicional que se maneja en la empresa, respecto a medios impresos, pero sin salirse del propio contexto e identidad que ellos manejan.

El tríptico, servirá también como contenedor de la fajilla de pago de la catorcena de los trabajadores (forma de pago que en la institución se maneja), a través de un suaje que será implementado dentro del tríptico.

Me interesa conocer hasta el más mínimo detalle de este proyecto, efectuar un análisis y un desarrollo lo más completo posible, ya que es complejo en su totalidad pero son necesidades de comunicación a las que se enfrenta un Diseñador Gráfico en esta gran urbe.



APR 1970

1.1 RETROSPECTIVA

Desde la antigüedad, el hombre ha empleado todo tipo de comunicación visual como la pintura, la escultura, el dibujo, el mosaico, entre otros, y sus soportes físicos habituales como la tabla, el lienzo, el muro, la piedra o el mármol, el papel, etcétera, llevando en todo esto siempre implícito un mensaje, esto ha ido transformándose sucesivamente hasta lo que hoy se conoce como Diseño Gráfico.

La Revolución Industrial y la litografía del siglo XIX aparecen como punto de partida del Diseño Gráfico que actualmente se conoce, ya que es, en esta época cuando la cantidad de material impreso aumenta de manera espectacular, "cuando el perfeccionamiento de las técnicas de impresión y de fabricación del papel permitió efectos decorativos mayores a la manipulación del texto y la ilustración".

Durante las dos primeras décadas del siglo XX, corrientes como el Futurismo, el Dadaísmo, el Cubismo y el Surrealismo, dejaron una fuerte influencia sobre el Diseño Gráfico, en cuanto a color, imágenes y formas se refiere, además de diversos elementos propios de cada una de estas corrientes.

Cerca a estos estilos de vanguardia, surge en 1919, en Weimar, Alemania la escuela de la Bauhaus dirigida por el arquitecto Walter Gropius. Esta escuela principalmente pugnaba por la fusión entre el arte y la industria, pensando en que en esta última, brindaba múltiples oportunidades al artista.

La Bauhaus influyó en gran medida en el campo del Diseño Gráfico, principalmente en lo referente a prácticas tipográficas usadas actualmente como la organización en cuerpo y densidad o el uso de tipos sin pie de letra, entre otras cosas.



Gran parte de esta vanguardia Europea era trasladada, a Nueva York, debido a las características con las que contaba este lugar, como el avance tecnológico y la economía entre otras cosas; en donde lo que realmente importaba era la originalidad del Diseño, abriéndose más a la información y buscando métodos más directos y abiertos para mostrarla, simultáneamente con la expresión de sus propias ideas; en sus trabajos comenzaban a observarse también, los collages, fotomontajes, etcétera.

En México se comienza a hablar de Diseño Gráfico hasta después de la segunda guerra mundial, encontrándose una de estas manifestaciones en la caricatura, entre otros. El grabado popular queda arraigado también en la historia del Diseño Gráfico así como en la historia de México.

Dentro de los artistas gráficos de principios de siglo se sabe que "el primer creador verdaderamente moderno dispuesto a poner su talento al servicio del Diseño Gráfico fue Gabriel Fernández Ledezma (1902)"², consiguiendo establecer una tendencia artística contemporánea.

Fernández Ledezma comparte el desarrollo histórico del Diseño Gráfico en México con su colega Francisco Díaz de León.

Por otro lado Vicente Rojo discípulo de Miguel Prieto es y ha sido el Diseñador Gráfico más notable junto con algunos otros pertenecientes al Grupo Madero, tales como Rafael López Castro, German Montalvo, Luis Almeida, entre otros.

Grupo Madero una de las primeras instituciones dedicadas a las artes gráficas en México, fue fundada en 1951 por Miguel Prieto junto con otros exiliados españoles, creando un Diseño Gráfico de vanguardia e instalándose en la cima del Diseño.

²"EL DISEÑO GRÁFICO DESDE SUS ORÍGENES HASTA NUESTROS DÍAS"
Enric Satué



1.2 ANTECEDENTES HISTORICOS

Pero ¿ de donde proviene la palabra DISEÑO ?, esta parece tener su origen....

(Diccionario Etimológico de la Lengua Española)

| LATÍN | pasa después al | ITALIANO | luego al | ESPAÑOL |
|-----------------------|-----------------|--|----------|---|
| <i>DESIGNARE</i> | | <i>DISEGNO</i> | | <i>DISEÑO</i> |
| Indicar | | Diseño o dibujo, de <i>DESIGNARE</i> , dibujar, indicar. | | Trazo o delineación de un edificio o de un aparato. |
| Su sonido: | | Su sonido : | | Su Sonido : |
| <i>DE / DESIGNARE</i> | | <i>DI / DESIGNO</i> | | <i>DE*</i> |

(Diccionario de la Lengua Italiana)

DESIGNARE

El origen de la palabra es :
"de" y "signare" derivada a
su vez de "signum",
DESIGNARE es un derivado
de *DISEÑO*, "representar la
imagen de alguna cosa por
medio de líneas y signos".

La palabra *DISEÑO*

Se relaciona con:
imágenes de cosas, lugares,
personas, figuras representadas
con líneas y signos; arte de
diseñar, esquema, huella,
plan, propósito; *DISEÑO* se
deriva de *DESIGNARE*. 3

*DE.- que pertenece a, que posee, que tiene, viene de, se origina en,
desde, hecho de, que contiene.

1.3 DEFINICIONES

Román Esqueda Atayde asevera que “el Diseño se perfila como una disciplina que se abre desde la perspectiva de la interpretación”, visto esto con la intención de permitir al observador de cualesquier forma de expresión concerniente al Diseño Gráfico, ya sea un cartel, un díptico, etcétera, su libre modo de ver, de observar, de sentir, y expresar, lo que estén mirando, tratando de encontrarle alguna explicación, traducción, razón o sentido a lo que tienen enfrente y este viendo en ese momento, ya sea a favor, en contra o mostrando total indiferencia hacia ello.

William Owen define al Diseño Gráfico “como una búsqueda de medios racionales y objetivos de comunicación de ideas a través de la apropiada aplicación de tecnologías de impresión ”⁴; este autor propone en su definición la elaboración de métodos de organización, es decir, una metodología acompañada de un medio de impresión adecuado como consecuencia para una excelente calidad, en suma, un meritorio resultado.

Por otro lado Wucius Wong menciona que “el Diseño puede considerarse como la expresión visual de una idea”.⁵

Asevera Wucius Wong que, “el Diseño es un proceso de creación visual con un propósito... cubrir exigencias prácticas”⁶, frente al usuario y tratando de abarcar todo tipo de información referente al tema que se esta tratando, no solo presentar un Diseño “bonito” ante los ojos de los demás, sin significado alguno, es decir, sin aportaciones que realmente pudiera importar o servir en la vida cotidiana de cualquier individuo.

4. “DISEÑO DE REVISTAS”

William Owen. G. G... Traducción de: Magazine Design, 1991.

5. “PRINCIPIOS DEL DISEÑO EN COLOR”

Wucius Wong. G. G.... México, 1990.

6. “FUNDAMENTOS DEL DISEÑO BI-Y TRI- DIMENSIONAL”

Wucius Wong. G. G... Barcelona, 1982.



Enric Satué nos brinda una definición del Diseño Gráfico un poco más amplia y detallada, "es un lenguaje de figuras o signos mínimamente convencionales al servicio de una necesidad informativa intencionada ya fuera política, religiosa, comercial o cultural".⁷

Para que el individuo pueda cubrir sus necesidades de comunicación, el Diseñador Gráfico tendrá que recurrir a muchos medios para poder conseguir un resultado eficaz (dentro de lo posible) y relacionado con el entorno para conformar así el Diseño, siendo este, no solo visualmente agradable, sino funcional y acorde con la época en que se este realizando el mismo.

Ser Diseñador Gráfico no es tan solo "adivinar", lo que la firma, empresa o corporación, al ordenar cualesquier elemento de Diseño, aplicación o requerimiento, quiera, desee o le guste, ni tampoco es tratar de indagar o encontrar el "buen gusto del empresario", siendo así, el Diseñador Gráfico sería propiamente un simple traductor de ideas.

A todo este respecto, Alejandro Cruz menciona muy acertadamente que "anteriormente el Diseñador se encontraba atrapado en la necesidad de satisfacer, antes que nada, problemas de comunicación y legibilidad, ahora trata de romper con esto para lograr mayor impacto visual y un nuevo sentido estético"⁸; para esto se necesita decididamente de la investigación así como la búsqueda y aportaciones referentes al Diseño.

Algo que es básico y primordial para el Diseño Gráfico es la comunicación, y el uso y circulación de mensajes, lo cual se ha convertido ya en una verdadera forma de organización durante la evolución de la humanidad.

Hoy en día la percepción de cada ser humano esta determinada en base a las experiencias y al grupo social al que pertenece "en la actualidad el polo de

7."EL DISEÑO GRÁFICO DESDE SUS ORÍGENES HASTA NUESTROS DAIS"

Enric Satué.

8."MEXICO EN EL ARTE"

Artículo "El Post-Oficio de la Modernidad". No. 16

Alejandro Cruz.

Primavera de 1987. Inba-Sep.

interés es más bien la manera propia de la cultura y cada comunidad de recibir y modificar los mensajes difundidos por las redes mundiales de comunicación".9

El Diseño a través de la comunicación, deberá por tanto, estar disponible para cualquier esfera o grupo, ahora solo quedará que el usuario "desea" obtener cierto nivel de información o cultura, hablando en términos generales.

9. "EL CORREO DE LA UNESCO".

Artículo: "Una Comunicación Desigual"

Autor: Armand Mattelart.

Febrero, 1995

1.4 DISEÑO GRÁFICO Y TECNOLOGÍA

Algo que repercute en la actualidad, en lo concerniente al Diseño Gráfico, es la tecnología, el Diseñador actual esta completamente separado de esto, no encuentra aun el justo medio entre Diseño y tecnología, es decir, medios y programas computacionales, los cuales pueden ayudar a desarrollar todo el proceso de Diseño y evidentemente un Diseño así comunica la experiencia de la tecnología.

Al Diseñador Gráfico lo van condicionando evidentemente todos los cambios tecnológicos: la edición, la diagramación de textos, la manipulación de imágenes, para las cuales existen actualmente programas de computo a través de los cuales se logra una buena calidad en cuanto a trabajo impreso se refiere, así como definición de texto e imágenes, y en un periodo de tiempo reducido.

Actualmente dichos programas implicados en el Diseño Gráfico están al alcance de todo el mundo, es decir, no solo del Diseñador Gráfico en este caso, sino de quien posea la habilidad para el manejo de todo este tipo de programas computacionales.

La habilidad para el manejo de dichos programas enfocados hacia el Diseño Gráfico, tiene como consecuencia que la persona que posea la característica necesaria para el manejo de dichos programas se autonombre "Diseñador Gráfico" arrebatándole muchas veces oportunidades a nivel profesional a los Licenciados en Diseño Gráfico.

1.5 PROCESOS DE DISEÑO

Las aplicaciones metodológicas enfocadas al Diseño se basan en el marco problemático de Diseño, buscando un servicio eficaz y dada una problemática de mercado en donde el Diseñador sea capaz de resolver con el objeto adecuado y atractivo a la empresa solicitante.

Un proceso de Diseño puede incrementarse o mejorarse en la medida en que el grado de colaboración humana/Diseñador requerida de la elaboración de un proyecto, este aumenta proporcionalmente la necesidad de formular métodos de trabajo que faciliten en cierta forma y ayuden a traducir a un lenguaje universal los cientos de miles de datos y propuestas provenientes de diferentes áreas las cuales permitan revertir las correcciones con que se afectan los diversos campos del Diseño por una propuesta aparentemente aislada.

Oscar Olea define el ordenamiento metodológico como “un proceso que parte de una situación elemental manifestada por medio de una demanda verbal , amparada por una serie de circunstancias que apoyan la realización de un objeto; es la materialización de la palabra mediante una serie progresiva de codificaciones, en las cuales se resume el encargo verbal”.¹⁰

Existen diferentes tipos de procesos dirigidos hacia la práctica del Diseño como son:

- Empírico, al cual se le aducen los objetos que de tanto usarlos se reconoce irrevocablemente que están bien hechos.
- Intuitivo, basado en una hipótesis o conjetura hacia una resolución. Este método se realiza a saltos y sin continuidad lo cual tiene una carga negativa, tomando algunas cosas y olvidando otras mostrando así deficiencias en el proceso.
- Deductivo, este proceso es sencillo, propone la clásica investigación de campo junto con la complementación bibliográfica, valora los objetos diseñados objetivamente por encima del simple “gusto”, su esquema general es:

10. METODOLOGÍA PARA EL DISEÑO URBANO, ARQUITECTÓNICO, INDUSTRIAL Y GRÁFICO.
OSCURA OLEA.

- 
- Acopio de la información,
 - Organización del programa o formalización de la demanda,
 - Determinación de las diversas interacciones entre los distintos niveles de información por medio de gráficas, “árboles”, funciones, etcétera
 - Formulación de hipótesis,
 - Proyecto.

Para la ejecución de un proyecto general o usual de Diseño (cartel ,díptico, volante, etcétera), se parte solo de un problema, una idea, una inquietud o una necesidad, para continuar con los pasos siguientes como bocetar, investigar, analizar, seleccionar el material adecuado y aplicar diferentes elementos gráficos, siendo la manera de organización diferente entre sí.

La creatividad dirigida hacia una resolución de un Diseño puede ser demostrada mediante la utilización de los diferentes elementos que al Diseño confieren, lo cual significa la obtención de la resolución mas sencilla, mas sintética, buscando alcanzar resultados óptimos y adecuados para la conclusión del impacto necesario.

La aplicación de la metodología para el proyecto de esta tesis se denomina “Modelo Diana”, el cual facilita y ordena el trabajo interdisciplinario, al delimitar claramente que decisiones y proposiciones corresponden al Diseñador y cuales otras a entidades ya sean de carácter técnico o cultural.

Este modelo principalmente organiza la estructura de la demanda, define su enfoque o estrategia de Diseño, establece los niveles propositivos y desicionales, opera con rapidez en la búsqueda de soluciones posibles y su optimización ulterior, regula todo el proceso lógico del Diseño al permitir examinar con relativa facilidad problemas con alta complejidad de carácter interdisciplinario.

El Método Diana se divide en tres etapas:

“1.- Obtener, organizar y usar la información necesaria para plantear con la precisión y la profundidad adecuadas los términos del problema por afrontar para solucionarlo.

2.- Estribar en encontrar la mayor cantidad de alternativas de Diseño viables que resuelvan el problema planteado.

3.- La elección de la solución mas adecuada entre todas las que se han anunciado previamente." //

Como primer fase para el proceso del proyecto de esta tesis, fué la información directa, necesidades, datos inmediatos, enlaces entre el Diseñador y la problemática de Diseño (Pemex-Diseñador); la información indirecta esta basada en visitas, consultas técnicas, investigaciones bibliográficas, información que sirva para cada caso en específico, para obtener así una amplificación de recursos ante la respuesta del Diseñador hacia el proyecto, es decir la información de campo como la bibliográfica y la reflexiva juegan un total e importante papel dentro del proceso de este proyecto.

Dentro del cúmulo de información obtenida se selecciona y clasifica esta en generales y específicos.

Habiéndose registrado ya la información requerida detalladamente y bien seleccionada se procede a analizar el problema de Diseño.

Obtenido el punto anterior se elaboran diferentes variables de diseño enfocados particularmente hacia este proyecto, los cuales sirvan para la solución final.

Se establecen criterios de relación que las reúnan por grupos de problemas para dar soluciones parciales.

Como siguiente paso:

- Se selecciona un grupo de personas capacitadas o con derecho a proporcionar ideas, en este caso personal vinculado directamente con el proyecto de Pemex.
- Se impone la condición de dar paso a todo tipo de ideas por extravagantes que estas sean.
- Se anotan y evalúan las ideas dadas. Se grafican de acuerdo a las mismas ideas otorgadas conjuntamente con la información obtenida.

Al agrupar las ideas se desechan datos o información innecesarios y se rescata lo realmente esencial. Se examinan factores como costos, áreas, volumen, etcétera, buscando valores máximos y mínimos.



Se concretan y combinan los Diseños entre sí, se establecen restricciones para eliminar decisiones absurdas.

Se establece claramente la demanda-usuario desechando soluciones que no satisfagan esta demanda.

Se toman en cuenta factores como: la belleza en el Diseño, material, gusto del usuario, uso, empresa, fabricación, etcétera.

En términos generales y para una óptima solución, se deben considerar criterios como:

- Encontrar la solución aceptable con el mas alto valor de preferencia sin importar las demás.
- Encontrar la solución aceptable que sea la mas competitiva en cuanto a costo.
- Encontrar la solución que satisfaga el mayor número de los requisitos impuestos por la demanda.

Estos criterios deben caer en una sola solución, la mas viable y optima o la mas conveniente, ajustándose a los requisitos institucionales (Pemex), siendo competitiva en todo aspecto regresando al análisis primero sino se encontrara la solución satisfactoria.

El porque del uso del método Diana para la ejecución de este proyecto:

- este método vuelve operativa la estructura teórica en que se fundamenta,
- no requiere un alto nivel de adiestramiento para su uso,
- coordina la labor interdisciplinaria entre el Diseñador, asesores y usuarios,
- obliga a un método de trabajo que amplifica por si mismo la visión que el Diseñador pueda tener del problema,
- el proceso de optimización hace posible un análisis exhaustivo de las alternativas en un tiempo mínimo,
- el Diseñador no necesita tener conocimientos previos de computación o de índole matemático mas allá de lo que su propia profesión lo exige,
- las soluciones señalan su grado de optimización y sus deficiencias con respecto a los términos de la demanda.

Todo ello hace del Método Diana un instrumento que facilite enormemente la labor del Diseño, sobre todo en aquellos casos en que, tanto por la complejidad del problema como por los riesgos del fracaso, la responsabilidad del Diseñador sea muy alta; sin embargo, su uso se recomienda aun en los casos en que solo existe el deseo de imponer cierto rigor metodológico al quehacer como Diseñadores.

1.6 DISEÑO EDITORIAL

El Diseño Editorial objeto de estudio de esta tesis tiene una mutua dependencia y esta inmerso dentro del Diseño Gráfico además de formar parte de este.

El Diseño Editorial, podría ser el encontrar o el buscar, los medios idóneos o ideales, para la exploración gráfica en determinados soportes.

Acerca de los antecedentes del Diseño Editorial se sabe que en los inicios del siglo XX cuando la tipografía y los arreglos tipográficos eran todavía simétricos, en donde solo existían textos de columnas sencillas y dobles, las ilustraciones eran completas y opuestas siempre al texto.

Para el Diseño Editorial los años sesentas se vieron favorecidos en el empleo de técnicas publicitarias y de redacción de anuncios. A finales de los setentas y principios de los ochentas revivieron las formas simétricas tradicionales.

Existe una variedad infinita dentro del Diseño Editorial con cierta tendencia hacia aspectos modernos como, ornamentación, tipografía extravagante, collages, fotomontajes, diagramaciones asimétricas, símbolos e imágenes entrelazadas.

Algo primordial para el Diseño Editorial es el soporte físico, lo cual no son sino formatos sobre los cuales se construye y alrededor de esto se crean diferentes temáticas y gráficas, consiguiendo a veces un Diseño coherente y razonable, siendo esto también el sostén de la tipografía, en donde probablemente sea necesaria y según métodos de cada Diseñador Gráfico, una retícula la cual será creada en base a secciones moduladas y dependiendo del espacio con que se cuente, sobre las cuales se colocarán los elementos necesarios para ese Diseño; funcionales en lo posible para su posterior producción y aceptación o negación del público.

1.7 ELEMENTOS DEL DISEÑO EDITORIAL

Para el Diseño Editorial es básica también, la diagramación tipográfica, haciéndola merecedora o no de un buen resultado en cuanto a Diseño confiere.

Estas estructuras tipográficas contendrán títulos, para introducir la temática a tratar, además de cumplir en lo mejor posible con atraer la atención del lector. Estará compuesta también de subtítulos los cuales cumplirán con la función de proporcionar una introducción, más detallada, breve y concisa (como el título), pudiéndose representar con mayúsculas y minúsculas o solo mayúsculas o minúsculas, etcétera.

Además de todo esto existen también los pies de ilustración, créditos, notas, etcétera, todo esto conformándose como elementos iniciales básicos.

1.7.1 LENGUAJE VISUAL

“La vista, aunque todos nosotros la usemos con tanta naturalidad todavía no ha producido su propia civilización. La vista es veloz , comprensiva y simultáneamente analítica y sintética. Requiere tan poca energía para funcionar, lo hace a la velocidad de la luz, que permite a nuestras mentes recibir y conservar un número infinito de unidades de información en una fracción de segundo.”¹²

Dentro del Diseño Gráfico como dentro de muchos campos, la vista es un elemento primordial, en este caso para el análisis visual del Diseño.

Comúnmente el ser humano tiende a buscar una imagen, una representación real de lo que se comenta, se platica o se expresa para no tener solo una idea de lo dicho o mencionado, sino toda una

¹² “TOWARDS A VISUAL CULTURE”
Caleb Gattegno



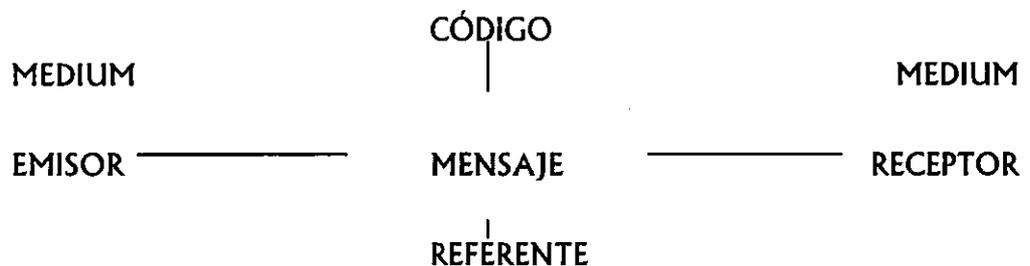
referencia del contexto, tanto visual como auditivo y táctil en ocasiones, sin quedarse solo en una mera descripción del objeto.

Únicamente por medio del uso y la aplicación de medios visuales para transmitir cualesquier tipo de información, brinda el Diseñador Gráfico una aproximación a la realidad.

Una realidad como objeto de Diseño regularmente lleva implícito factores como el mensaje, el significado de lo que se esta observando, su percepción de lo que se esta comunicando, que tanto le afecta al observador y si es no de su agrado, estéticamente hablando, principalmente de esto depende su aceptación o negación al objeto de Diseño.

Mediante un gráfico se estará transmitiendo un lenguaje, un significado, como en épocas pasadas, cuando la gente entendía su existencia y modos de supervivencia a través de gráficos explicativos de la vida cotidiana entre otras cosas; actualmente un objeto de Diseño sigue representando lo mismo solo que con diferentes enfoques sociales, con todo tipo de técnicas y tácticas publicitarias tratando de conseguir lo mismo que en eras pasadas: comunicar e informar.

Para comunicar, el Diseñador Gráfico transmitirá ideas a través de mensajes, para conseguirlo se debe utilizar un esquema básico de comunicación, como lo es el esquema de Roman Jakobson:



Vinculadas al mensaje o medium, Piere Guiraund efectúa las siguientes clasificaciones de las funciones que lleva implícito un Diseño:



- **Función Referencial:** Relación entre mensaje y objeto al que se hace referencia, base de toda comunicación, lo verificable o coherente.
- **Función Emotiva:** Relación entre mensaje y emisor.
- **Función Connotativa o Conminativa:** Relación entre mensaje y receptor.
- **Función Poética o Estética:** Relación del mensaje consigo mismo, ejemplo: en el arte el referente es el mensaje el cual elimina el ser solo un instrumento de comunicación para convertirse en el objeto en sí. **Función Fática:** Afirma, mantiene y detiene la comunicación. Como referente del mensaje fático es la comunicación.
- **Función Metalingüística:** Tiene como objeto definir el sentido de los signos de Diseño los cuales corren el riesgo de no ser comprendidos por el receptor.

El signo tiene como propósito comunicar un sentido. El signo es la combinación de dos elementos: Significado y Significante. "El significado es aquello que nos representamos mentalmente al captar un significante. Para nosotros el significante podrá recibirse por cualquiera de los sentidos y evocará un concepto. El significante podrá ser una palabra, un gesto, un sabor, un olor, algo suave o áspero."¹³

Factor por demás importante dentro del lenguaje visual de un objeto de Diseño son los aspectos psicológicos del color:

- Atraer y lograr la atención.
- Producir efectos psicológicos.
- Desarrollar asociaciones.
- Lograr la retención.
- Crear una atmósfera estéticamente placentera.

Para conseguir la atención y respuesta del lector, debe este sentirse atraído así como demostrar interés en el Diseño, esto puede darse tal vez por el uso del contraste en los colores y el empleo del esquema complementario: naranja-azul,

¹³ "COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN"
J. Antonio paoli.
Trillas, UAM, 1990.



contraste en los colores y el empleo del esquema complementario: naranja-azul, violeta-amarillo y verde-rojo; así como con los colores fríos, azules principalmente, los cuales son relajantes y dan profundidad, los colores cálidos forman también parte importante como son los rojos y los amarillos ejerciendo el papel de estimulantes.

Es común que la gente asocie ciertos colores con ciertos productos familiarizados con ellos mismos, como por ejemplo: para una persona el color rojo podría connotarle una cereza, este mismo color en otra persona lo podría asociar con un incendio o un fuego intenso; es por esto que la elección del color dirigido hacia la aplicación sobre el objeto de Diseño es por demás, difícil, por ser tan personal la connotación que cada una de ellas aplica a cada color, pues esta será siempre diferente.

Como preferencias personales por ciertos colores, encontramos que el azul es altamente popular, el color preferido de los hombres y el segundo preferido por las mujeres después del rojo, estas últimas tienen preferencia por los colores suaves, variando de acuerdo a la edad, educación, cultura y situación geográfica.

Es por esto que se tiene que crear un equilibrio entre el color y la forma en un Diseño, llevando implícito un mensaje y factores mencionados con anterioridad en este mismo subíndice, además de una estructura y demás elementos vinculados con esta, de los cuales se hablará a continuación, para poder crear así una unidad global de Diseño.



1.7.2 ESTRUCTURAS COMPOSITIVAS

Un Diseño necesita de una estructura la cual contiene soporta y justifica al Diseño en su conjunto, diversos factores intervienen para su adecuación como la diagramación, la retícula, las categorías formales, las técnicas visuales, los formatos, el color la tipografía, los soportes:

En el campo del Diseño Gráfico existen cuatro tipos de soportes los cuales se desarrollan a través de una serie de pasos programados que lo conducen a su afirmación:

- Soporte Físico: Son todos aquellos o conjunto de materiales que interactúan en la presentación de un proyecto, ejemplo, el vidrio , el cartón, el plástico, la madera, el acrílico, el metal.

- Soporte Geométrico: Es el conjunto de los sistemas estructurales los cuales pueden darse a través de retículas, redes o tramas, utilizando también sistemas de proporción o sección áurea, es decir, los soportes geométricos son los que van a sostener a la forma, en el espacio dentro de un plano por lo tanto existen dos métodos o sistemas para garantizar la efectividad de la imagen en un plano:

- Método matemático: método o sistema estructural.

- Método de intuición y experiencia estética: método o sistema visual.

- Soporte Gráfico: Es el área del conocimiento que como aplicación se regula como destreza y capacidad para configurar, ejemplos, cartel, audiovisual, folletos, historietas, revistas, periódicos, fotografías, mantas, cuentos, tarjetas, papelería, murales, videos, cine, televisión, propaganda, timbres, etiquetas, promocionales, calcomanías, trípticos, dípticos, simbología, boletos, cubiertas de libros y discos, displays, collages, anuncios espectaculares, material didáctico, envases, logotipos, etcétera.

- Los logotipos son tipografía referencial, al símbolo mas el logotipo se le llama identidad y esta se clasifica en:

- Identidad Corporativa

- Identidad Institucional

- Identidad Empresarial

- Identidad Comercial

- Identidad Profesional

- Identidad Personal



•Soporte Visual: Es la suma del soporte físico, geométrico y gráfico, el cual contiene: mensaje, concepto, color, significado, signficante, imagen, escala, proporción, dimensión, volumen y todas las categorías formales, como son, la Traslación, la Rotación, la Reflexión y la Dilatación.

Además de las categorías formales, influyen también en un soporte visual las técnicas visuales, las cuales son:

el Equilibrio, el cual se basa en el funcionamiento de la percepción humana. Su opuesto, la Inestabilidad se reconoce como la ausencia de equilibrio.

Existe también la Simetría, lo cual no es más que una forma de equilibrio axial. La unidad situada a la derecha o izquierda de una línea central corresponderá siempre y exactamente a la del otro lado. Contrariamente a la simetría existe la Asimetría, siendo esta la variación de los elementos con respecto a sus posiciones.

Favoreciendo la uniformidad de los elementos de un Diseño sin desviaciones sobre un mismo eje se denomina: Regularidad; contraponiéndose a esto se presenta la Irregularidad como significado de lo inesperado, lo insólito, lo impredecible.

La Simplicidad y la Complejidad dentro de un Diseño son parte importante, siendo la primera de carácter directo, simple y elemental, libre de toda complejidad, ésta es difícil de entender, de muchos objetos, fuerzas y unidades, diferentes organizaciones.

Un equilibrio visual de diferentes elementos, perceptible como un objeto de Diseño es la Unidad, la Fragmentación, opuesta a la Unidad es la descomposición en piezas independientes con relación entre ellas.

Un Diseño que cuente con organización visual de los elementos es la Economía, contrariamente a esto, un Diseño Sumamente recargado, detallado, se vinculándose con factores como el poder y la riqueza, se denomina Profusión.

Persiguiendo una respuesta máxima del espectador hacia el mas mínimo elemento que este observando, se denomina Reticencia;



denominación se encuentra la Exageración, la cual manipula, lo expresivo, intensifica y amplifica los objetos de Diseño.

Cuando un Diseño sugiere un orden o algo convencional en donde se prevé el mensaje, es llamado Predictibilidad; la Espontaneidad, su opuesto es la falta aparente de un plan de Diseño, de organización.

Factor por demás importante dentro de un Diseño es la Actividad, la cual Refleja el movimiento en todos los sentidos, contrariamente la Pasividad representa el poder absoluto.

Cuando un Diseño se encuentra carente de obviedad, visualmente representa gran delicadeza y refinamiento, a esto se le llama Sutileza; cuando este Diseño es muy obvio y tiene como propósito conseguir la visibilidad óptima es conocido como Audacia.

Cuando un Diseño es realzado fuertemente por un solo objeto contra un fondo uniforme, se denomina Acento, por otro lado cuando un Diseño representa un marco provocador en donde vence la resistencia, es llamado Neutralidad.

La Transparencia, representa un objeto visual a través del cual es posible ver, lo que se encuentra detrás es perceptible; su opuesto la Opacidad representa el bloqueo y la ocultación de los elementos visuales.

La Coherencia como técnica visual es la representación de lo uniforme y constante, permite la diversidad y la variedad; contrariamente la Variación muestra a los elementos en los cuales siempre existe un tema dominante.

Factor por demás atractivo dentro de un Diseño es el Realismo, formando este la fotografía en toda su expresión, cuando la la fotografía es desviada de su significado real se conoce como Distorsión, dentro del campo del Diseño.

Lo que se conoce como Plano, perteneciente al mundo del Diseño, es la Ausencia de perspectiva, el uso de esta se denomina Profunda.

La Singularidad transmite un énfasis específico para un Diseño, cuando la



interacción de los estímulos visuales manejados dentro de este se efectúa colocando mínimo dos objetos juntos y activando la comparación relacional, se conoce como Yuxtaposición.

La presentación de un objeto repetidamente con un orden lógico, es denominado como Secuencialidad, la Aleatoriedad, su opuesto, representa la falta de un plan, presenta accidentalmente la información visual.

Cuando un Diseño representa la claridad en todos sus aspectos, y el resultado final es fácil de interpretar, es conocido como Agudeza; cuando se pretende crear un ambiente, un sentimiento o un calor, entre otros factores, esto es denominado Difusividad.

La Continuidad en un Diseño se representa como la fuerza que mantiene unida a una composición de diversos elementos ordenados, por otro lado, cuando la Fragmentación del objeto en partes constitutivas forma un significado global, es llamado Episodicidad.

Además de todas las técnicas visuales mencionadas, cabe agregar que cualquier soporte gráfico debe estar contemplado bajo tres importantes elementos:

- **Motivo gráfico:** Es la materia que expresa o realza el significado del mensaje y puede darse de manera natural, geométrica y abstracta.
- **Tipografía:** Se da a través de un texto, el cual se redacta y ordena sintácticamente utilizando para ello, un buen slogan como reafirmación del contenido, siendo ello una frase breve fácilmente recordable y con uno o doble significado en su interior. Esta se puede dar a través de diferentes jerarquías:
 - Lugar.
 - Tamaño.
 - Tipo de letra.
 - Color.

La tipografía puede disponerse en diferentes arreglos:

- Central, epígrafe o piña.
- Bandera izquierda o derecha.
- Bloque o justificado.



Lo mas significativo de la tipografía es su reconocimiento como grado de legibilidad, su imagen como carácter, es decir, la relación de aquello que representa y por último su grado de construcción, es decir, la visualización del conjunto de líneas que conforman el texto tomando en cuenta la separación entre línea de base y línea de base, lo cual se denomina "interlínea", la separación entre letra y letra llamado "intertipo", y la separación entre palabra y palabra llevando por nombre "espaciado".

Un elemento de suma importancia, el cual puede estar considerado como el que sostiene a la composición del plano, es la estructura, siendo esta capaz de deducir un aspecto visual, utilizando para el efecto, estrategias como la sección áurea, las redes, las retículas, las tramas y cualquier otra estructura que sirva de justificante como buen desempeño de su ubicación en el espacio como plano.

El formato es la base de la identidad visual sin ser esta su única expresión de individualidad. El formato es un esquema el cual regula el espacio para tipografía, imágenes, etcétera. Recurso funcional que ayuda a la producción y al Diseño además de favorecer su reconocimiento.

Existe también otro elemento fundamental, la retícula, la cual tiene como función dividir el espacio en secciones moduladas sobre las que se coloca el tipo. Determina en mayor o menor medida donde deben situarse texto e imágenes de acuerdo al número de ilustraciones, tamaño y forma, así como la combinación y la interrelación de estas con el texto; "en síntesis los formatos son solo soportes sobre los cuales se construye y en torno a los que se crean variaciones temáticas y gráficas."¹⁴

En suma estos podrían ser los componentes estructurales que sustenta un Diseño básico y a partir del cual surge un Diseño bien cimentado.

¹⁴ "ESTRUCTURA, SÍNTESIS Y SIGNIFICADO"
WILLIAM OWEN.

capitulo 2
Penet

2.1 BREVE RESEÑA HISTÓRICA

En México, hablar de petróleo es hablar de cientos de años de historia. Durante la época precortesiana, los grupos que habitaron el territorio Mexicano utilizaron el petróleo como material de construcción, medicina, pegamento, impermeabilizante y como incienso para sus ritos religiosos. Los Totonacas, en lo que ahora es el Estado de Veracruz, lo recogían de la superficie de las aguas para utilizarlo como medicina y como iluminante.

Algunos habitantes de las costas Mexicanas los masticaban para limpiar y blanquear su dentadura.

En 1863, el sacerdote e historador Tabasqueño Manuel Gil Saénz, encontró en Tabasco lo que él llamó la Mina de Petróleo de San Fernando, cerca de Tepatitlán. Esta mina era una de tantas chapopoterías que existían en la región, de las cuales podía obtenerse fácilmente petróleo natural, por lo que atribuye a este religioso el descubrimiento del hidrocarburo en ese Estado.

Durante la COLONIA, las leyes mineras mantuvieron el dominio de las minas para la Corona y este se reserva el derecho de otorgar a particulares la explotación de vetas y yacimientos. Más tarde en la época independiente, el emperador Maximiliano decretó que nadie podía explotar las minas de sal, carbón, piedra, betún, petróleo y piedras preciosas sin la concesión del Ministerio de Fomento.

En el Porfiriato, la nueva legislación abrió las puertas de la explotación del petróleo a particulares y a las compañías extranjeras, ya que para ello era solo necesario pagar un impuesto federal sobre la propiedad del terreno. Aunado a esto, el presidente Díaz preparó un paquete de facilidades para impulsar la actividad petrolera, plasmado en la Ley del Petróleo de 1901, lo que fué también el principio de una época tumultuosa y de despojos para los propietarios de terrenos y para los trabajadores petroleros.

Una vez iniciada la Revolución, Madero y Carranza tomaron una serie de medidas tendientes a reivindicar dicha industria para los Mexicanos. La acción mas importante fue la promulgación del artículo 27 de la Constitución, que adjudica la propiedad de la tierra y de los recursos naturales a la Nación, con lo cual se logró un apoyo importante ante las fuertes embestidas del poderoso capital extranjero.

La expropiación petrolera penalizó el desacato a las autoridades, a las leyes y a las instituciones del país, cometido por un grupo de las citadas compañías extranjeras, que públicamente incumplieron una decisión de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, mediante la cual se les obligaba a mejorar las condiciones económicas y sociales de los trabajadores a su servicio; así mismo, puso en manos del Gobierno de México y de los trabajadores de la industria, la responsabilidad de satisfacer adecuadamente las necesidades del mercado nacional en materia de petróleo y sus derivados, y constituyó el primer paso en el camino para reivindicar el dominio directo de la Nación en lo relativo a los minerales y sustancias existentes bajo el suelo.

El 7 de Junio de 1938 se decreta la creación de la institución pública Petróleos Mexicanos, descentralizado del Estado, con personalidad jurídica y patrimonio propio. En los últimos años Pemex parte de dos premisas fundamentales: primero, el Estado Mexicano mantendrá la propiedad y el control de los hidrocarburos; segundo, Petróleos Mexicanos conservará la conducción central de cada una de las áreas en que se encuentren las actividades de la industria, que van desde la exploración hasta la comercialización de los productos.

Sobre estas dos bases Pemex realizó una transformación estructural, a partir de la cual se crearon cuatro nuevos Organismos Subsidiados Descentralizados que tienen a su cargo las funciones de Exploración y Producción, Refinación, Gas, Petroquímica Básica y Petroquímica, respectivamente, además de un ente corporativo encargado de la conducción central y de la dirección estratégica de la industria petrolera estatal en su conjunto. Lo anterior demuestra que, ante los tiempos actuales que nos conducen a una acelerada modernización, Pemex requiere una nueva perspectiva para poder competir exitosamente en los mercados nacionales e internacionales. ¹⁵

15. "MEXICO NEGRO"
Francisco Martín Moreno
Petróleos Mexicanos.

2.2 LA CULTURA, SUS PRETENSIONES

Pemex, pretende crear en sus trabajadores una cuando menos, incipiente cultura general, sin estar la institución consiente que al hablar de cultura generalmente los trabajadores le consideran como algo ajeno al individuo, a lo cual solo ocasionalmente se tiene acceso, considerándola como algo relacionado solo con el arte (teatro, música, danza, etcétera.) y que se conoce a través de espectáculos, libros o museos.

Petróleos Mexicanos considera que “la cultura se percibe como el cultivo de la mente o como una forma de patrimonio muerto, al que solo se accede para su contemplación sin que aporte elementos detonadores que activen un proceso de conocimiento dinámico que podamos hacer suyo, trasladándole a la vida cotidiana. Siendo así puede considerarse como una cultura fría, inerte y sobre todo pasiva”.¹⁶

Sin embargo, y desde otro punto de vista, la cultura se puede apreciar como un proceso vivo, cotidiano y actual, el cual esta unido a los hechos sociales. En este sentido, la cultura no se restringe únicamente al pasado como muchos de los trabajadores piensan, sino que esta presente y forma parte de la vida diaria, es decir, se habla de una cultura viva en donde las personas, además de ser espectadores vivos, crean y protegen su cultura, la cual se manifiesta en situaciones cotidianas, en sus relaciones interpersonales, sociales, económicas, políticas, etcétera.

Dentro de las pretensiones que Pemex desea implementar existe el crear una directa participación del trabajador en la vida cultural, es decir, una incorporación activa en procesos de creación y organización que la empresa requiera, deseando obtener con esto en los trabajadores, no ser solo consumidores de cultura sino también apoyar el desarrollo cultural como parte del desarrollo mismo de la institución.

¹⁶. "ARCHIVO DEL DEPARTAMENTO DE IDENTIDAD EMPRESARIAL".
Petróleos Mexicanos.

Entendiendo y resumiendo lo anterior, la cultura entonces podría manifestarse como un conjunto de productos y creaciones materiales y simbólicas que se manifiestan en valores, costumbres, expresiones, creencias y conductas, resultado de la inventiva individual así como de la experiencia colectiva.

Por otro lado, Cultura, según el Diccionario Enciclopédico, se define como "el resultado o efecto de cultivar los conocimientos. Fondo permanente de la civilización humana, caracterizado por la universalidad, en orden al espacio y por la tradición en orden al tiempo".¹⁷

Sin embargo se debe tener muy presente que la cultura lo abarca todo: lo económico, lo social y lo político, nos brinda un sentido de permanencia a algo o a algún grupo social, como aquello que nos hace sentir parte de algo y ser diferente de los demás.

Se le considera a la cultura también un sinónimo de arte, de intelecto, o como si no tuviese relación con la realidad, es decir, como una actividad de ornato.

Se puede decir que toda esta orientación se ha modificado sensiblemente, ya que lo anterior no solo atañe al ámbito cultural, sino a todos los ámbitos del desarrollo humano.

17. "DICCIONARIO LÉXICO HISPANO, ENCICLOPEDIA ILUSTRADA EN LENGUA ESPAÑOLA"
W.M. Jackson, Inc.
Tomo Primero

2.3 ANTECEDENTES USSYC.

Petróleos Mexicanos se ha caracterizado siempre por proporcionar el mayor número de Servicios y Prestaciones Sociales a sus trabajadores. Debido a esto y reconociendo su responsabilidad institucional en el campo económico y en el social, la Dirección General de Petróleos Mexicanos determinó que el aspecto social fuera manejado a nivel Gerencia y creó dentro de la Subdirección Técnica Administrativa la Gerencia de Servicios Sociales, que en Enero de 1977 inicia sus funciones como entidad Autónoma desligando de la Dirección General de Bibliotecas y de la Gerencia de Servicios Médicos, las funciones que efectuaba a través de su oficina de "Previsión Social" tales como guarderías, escuelas, becas, suministro de equipos deportivos, cuerpos y bandas de música.

La nueva Gerencia agrupó bajo su jurisdicción diversos servicios de carácter eminentemente social como fueron: aspectos culturales, educativos, deportivos y recreativos orientado bajo un criterio uniforme y programático en beneficio del trabajador petrolero, además de diversos programas de solidaridad social dirigidos a las poblaciones que conviven con las comunidades petroleras; esto en coordinación con Instituciones Gubernamentales Estatales.

El 8 de Marzo de 1977, por Acuerdo del Subdirector Técnico Administrativo No. 5/16/77, se autoriza el proyecto de organización de la Gerencia de Servicios Sociales y el 30 de noviembre de 1978, con Acuerdo de la Subdirección Técnica Administrativa No. 15/002/78 se autoriza una mínima asignación de recursos humanos. El 2 de Enero de 1979 la Dirección General, con Acuerdo No. 10/004/79, autoriza la adecuación de la estructura.

Mediante acuerdo del Director General No. 15/79/80 el 29 de agosto de 1980, se autorizó la reorganización de la Gerencia, a efecto de darle una conformación orgánico-funcional acorde a las demandas de servicios, por lo que sus actividades se integraron de la siguiente forma: Las funciones de tipo educativo, deportivo, cultural y de superación humana se agruparon en áreas específicas;



se modificó la estructura y se crearon: la Subgerencia de Acción Cultural y Superación Humana, la Coordinación de Difusión, Coordinaciones de Zona, las Unidades Locales de Servicios Sociales y las Unidades de Bienestar Familiar, Actividades Recreativas, Paquetes Socioculturales, Eventos Deportivos y Suministro de Instalaciones de Equipo Deportivo. Este acuerdo entró en vigor el 1o. de Septiembre de 1980.

El 26 de Mayo de 1981, mediante el oficio CET-308/898/81, la Gerencia cambió de adscripción perteneciendo por un lapso de 7 meses aproximadamente a la Subdirección de Protección Ecológica y Social. Posteriormente el 5 de enero de 1982, según oficio-circular No. STA-002 nuevamente se incorpora a la Subdirección Técnica Administrativa continuando sus programas de Beneficio Social para trabajadores y familiares.

Con Acuerdo de la Dirección General No. 15/090/82, de fecha 1o. de abril de 1982, se definió y autorizó la restructuración organizativa y funcional así como, la macrointegración del personal de la Gerencia.

En agosto de 1984, la Dirección general autorizó la creación de la Coordinación Ejecutiva de Recursos Humanos, en su Acuerdo No. 09-84, adscribiéndose a ésta, el área de Servicios Sociales con la jerarquía de Unidad.

Posteriormente, el 26 de Junio de 1985, con oficio-circular No. 4297 de la Dirección General, se ratificó la dependencia de la Unidad de servicios Sociales a la Coordinación Ejecutiva de Recursos Humanos.

Así mismo con acuerdo No. 15/07/85 del 30 de octubre de 1985, se autorizaron diversos ajustes en la Coordinación Ejecutiva de Recursos Humanos, permaneciendo adscrita a esta Coordinación, la Unidad de Servicios Sociales.

El acuerdo STA/0158/87 de septiembre de 1987, en el que se propone la regularización de la situación organizacional de la función de Servicios Sociales no tuvo efecto. Este acuerdo pretendía restituir a la Unidad el rango de Gerencia que antes tenía.

Posteriormente en mayo de 1989 y con el Acuerdo No. 15/014/89, se autoriza la Organización de la Unidad De Servicios Sociales y Culturales, con el objeto de dotar a este órgano, de estructura e integración adecuadas a sus necesidades a fin de que cumpla con los objetivos establecidos.

En diciembre de 1989, con el propósito de cumplir con los lineamientos del Gobierno Federal en materia de racionalización del gasto, en aspectos relacionados con tareas y recursos destinados a funciones adjetivas no comprometidas contractualmente, y mediante acuerdo de la Dirección General se autoriza la cancelación del Departamento de Divulgación, las oficinas de Enseñanza Abierta y de Adaptación Integral y Superación Humana, adscritos a la Unidad de Servicios Sociales y Culturales.

Como consecuencia de las acciones tomadas en diciembre de 1989, mediante acuerdo de la Dirección General del 18 de enero de 1990, se autoriza la compactación complementaria de la estructura de la Unidad que incluyó, la cancelación de las Jefaturas de los Departamentos Generales de Educación y Deporte, de Acción Social y Cultural y del Departamento de Fomento Social, así como el cambio de adscripción a la Coordinación de Zonas de la Unidad, de la oficina de Integración Familiar que dependía del Departamento de Fomento Social que se cancela.

En junio de 1990 con Acuerdo STA-AL\15\023\90 de la Dirección General, se autorizó la microintegración de la Unidad de Servicios Sociales y Culturales, estableciendo una nueva estructura organizacional, con el fin de reforzar a todas las áreas; brindar el apoyo, así como los recursos necesarios para su buen funcionamiento.

La promulgación de la nueva Ley Orgánica de Petróleos Mexicanos y Organismos Subsidiarios, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 16 de julio de 1992, estableció las bases para la transformación de la Industria Petrolera Estatal, al definir que su conducción estratégica central se realice a través de un ente de carácter corporativo y que las actividades sustantivas de localización, extracción, transformación y comercialización del petróleo y sus derivados, se realicen a través de cuatro Organismos Subsidiarios autónomos

cuyo rendimiento será evaluado en términos económicos, de calidad, productividad y rentabilidad.

Derivado de lo anterior y con la autorización por parte del Consejo de Administración de Petróleos Mexicanos, el 23 de febrero de 1993, del modelo orgánico-funcional de la Dirección Corporativa de Administración, se requiere que los Órganos adscritos a la misma procedan a adecuar sus estructuras y funciones, conforme a las nuevas características y condiciones de la Industria Estatal.

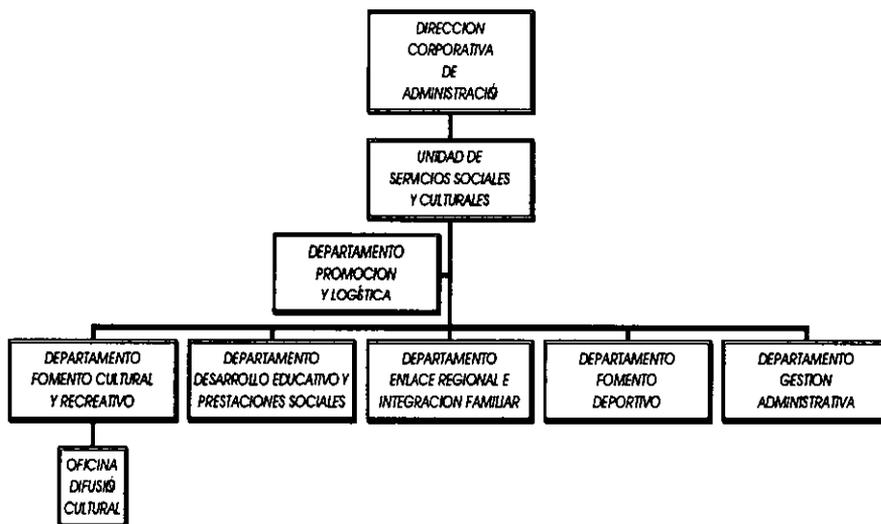
Aunado a ello, se regularizó la conformación estructural de la Unidad de Servicios Sociales y Culturales, debido a los ajustes de personal en diciembre de 1992 y por la migración de las funciones y recursos de los Centros de Desarrollo Infantil y Bibliotecas a los Organismos Subsidiarios, lo que significó una reducción de 918 a 319 plazas en los ámbitos central y regional, como consecuencia de esto se autorizó la microestructura e Integración de la Unidad el 8 de marzo de 1994 mediante Acuerdo No. DCA-15\061\93.¹⁸

2.4 UNIDAD DE SERVICIOS SOCIALES Y CULTURALES (USSYC)

El proyecto (desglosado posteriormente) surgió de la Oficina de Difusión Cultural del Departamento de Fomento Cultural y Recreativo, pertenecientes ambos a la Unidad de Servicios Sociales y Culturales, el cual tiene como objetivo el promover diferentes actividades en espacios de uso común para sus trabajadores en Pemex.

El departamento encargado pretende crear un gusto entre sus trabajadores, sin saber que sea benéfico o no, ellos tienen ya creado un gusto, el cual, será muy difícil intentar alterar, pues sería cambiar su manera de pensar y ver las cosas.

Para dar una explicación más clara, a continuación se ejemplifica en el organigrama, donde se sitúa la Unidad de servicios Sociales y Culturales, el Departamento de Fomento Cultural y Recreativo además de la Oficina de Difusión Cultural, de donde surge el proyecto.



El departamento del cual surgió este proyecto es ahora una costumbre en México. El contar con un Departamento de Difusión Cultural en cada una de las empresas, instituciones y sociedades burocráticas, es decir, todo aquel que pertenezca al gobierno, cumpliendo dicho departamento con la función de prestaciones sociales, actividades lúdicas, esparcimiento, recreación, etcétera, para los trabajadores.

Para llevar a cabo una adecuada implantación de políticas culturales enfocadas hacia los trabajadores, Pemex contará con el Departamento de administración, en donde se encuentran las oficinas de Difusión y Recursos Humanos pertenecientes a la Unidad De Servicios Sociales y Culturales, todo lo cual se convierte en herramienta principal para la ejecución de este proyecto.

2.5 OBJETIVOS USSYC

Se pretende con esto manejar una constante en el sentido de servicio y atención a los trabajadores de Pemex y a sus familias, buscando obtener también, responder a las necesidades y atender más amplia y a la vez profundamente los distintos aspectos de la vida cultural de los trabajadores de Pemex.

El citado proyecto tendrá como hilo conductor, la relación que guardan el trabajador y sus familias con la productividad de la empresa:

BRIGADAS, CONCURSOS Y EXPOSICIONES, la cual pretenderá estimular el gusto por las manifestaciones artísticas y estéticas para poder así estimular un poco el desarrollo laboral del trabajador de Pemex.

Se tienen contempladas determinadas acciones tales como obras de teatro, conciertos, festivales, etcétera, permitiendo así tener un aparente acercamiento a la cultura, así como concursos de todo tipo fomentando así de manera decidida la participación y el disfrute de los trabajadores.

El programa tiene contemplado también, el montaje de diversas exposiciones pictóricas, escultóricas, fotográficas, etcétera, tanto de la producción creativa de los trabajadores, así como de destacados artistas.

ACTIVIDADES RECREATIVAS, en esta área Pemex pretende fortalecer al trabajador y a su familia mediante la recreación, como óptimo aprovechamiento del tiempo libre para su distracción, diversión y entretenimiento buscando proporcionarles descanso y esparcimiento.



Considera Pemex que con esto las acciones de recreación no deben concentrarse únicamente en la presentación de espectáculos, sino extenderse a la práctica de actividades manuales, lúdicas y culturales en diversos espacios de uso común, permitiéndole al individuo desarrollarse integralmente, por lo que sus acciones entonces, estarán encaminadas hacia el sentido de participación y disfrute de las actividades.

BIBLIOTECAS, para este proyecto se proporcionarán todo tipo de servicios informáticos para poder así, efectuar con mayor precisión y rapidez, los requerimientos del usuario, como la adquisición préstamo, catalogación, clasificación y recuperación de acervo bibliográfico; apoyándose para esto con soportes bibliográficos, videos, casetes, discos compactos, etcétera; todo esto con la finalidad de enriquecer a través de nuevas tecnologías a las Bibliotecas y para una mayor comprensión de lo que el usuario este consultando.

Cada uno de los tres proyectos (Brigadas, Concursos y Exposiciones, Actividades Recreativas y Bibliotecas), tendrán sus propias metas, las cuales de manera muy general y con solo un año seis meses como período para la espera de resultados (por no saber que tan exitoso o no pudiera ser este proyecto globalmente hablando), a grandes rasgos son los siguientes:

-Brigadas, Concursos y Exposiciones:

200 eventos de índole general

4 concursos

36 exposiciones

Se prevé la realización de magnos encuentros culturales del mundo petrolero, que contemple tanto a los trabajadores surgidos de la formación artística que imparte la empresa, así como de destacadas figuras del campo cultural del país.

-Actividades Recreativas:

72 paseos recreativos y visitas guiadas

2500 proyecciones de cine club

90 paquetes recreativos de diversa índole

-Bibliotecas:

- .33 informes de diagnóstico de situación actual en bibliotecas subsidiarias.
- .Actualizar documentos de la normatividad para bibliotecas.
- .12 reuniones y 36 supervisiones de enlace, coordinación y evaluación de la operación de bibliotecas.
- .Organizar 2 concursos de actualización y capacitación para el personal de bibliotecas.
- .Realizar una reestructuración general de las bibliotecas.
- .Establecer los lineamientos para la organización de los círculos de lectura, promoverlos y normarlos.
- .Establecer los lineamientos para efectuar "muestras petroleras del libro".¹⁴

Es importante destacar que la fundamentación para la ejecución de las acciones para los anteriores programas pertenecientes al Departamento Fomento Cultural y Recreativo, los cuales serán el principal contenido del tríptico a efectuarse como objetivo de esta tesis ; se encuentran principalmente en el marco jurídico que rige las actividades de dicha institución, este marco esta dado por la siguiente legislación:

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.
- Ley Federal de las Entidades Paraestatales.
- Ley General de Bienes Nacionales.
- Ley Orgánica de Petróleos Mexicanos.
- Plan Nacional de Desarrollo 1995 - 2000.
- Contrato Colectivo de los Trabajadores de Petróleos Mexicanos.¹⁹

¹⁹. "LEGISLACION PETROLERA"

Fragmento del marco jurídico que rige las actividades de Pemex como fundamentación del programa.
Petróleos Mexicanos

2.6 TRÍPTICO, TIPOS Y FUNCIONES

El tríptico es un soporte geométrico que funciona como medio a través del cual se dan a conocer eventos, noticias, todo tipo de información lo cual generalmente se encuentra compactada debido al escaso espacio con que se cuenta, su vigencia es corta en su mayoría, debido a que la información contenida es solo para un momento determinado en muchas ocasiones.

Un tríptico puede ser cierto papel con cierto número de dobleces los cuales siguen una serie de normas y especificaciones que lo conducen a ser un tríptico; de tal manera que se cuente con seis caras para las diferentes necesidades de comunicación, su tamaño es variable, pero el comercial o generalmente empleado es tamaño carta (21.5 x 28) u oficio (21.5 x 34).

Estas medidas son variables, sin embargo muchos clientes prefieren los formatos A4 (21 x 29.7) y A5 (14.8 x 21) porque vuelven práctico el envío, son fáciles de archivar, encajan en los sobres de medida estándar y no se desperdicia el papel.

El tríptico, entre otras cosas puede cumplir también con las funciones de un volante, con la diferencia de que el primero cuenta con portada, directorio, y todos los créditos siempre necesarios, además de logotipos básicos, entre otras cosas.

Es eficaz el tríptico dependiendo de la forma, distribución, utilización, y manejo de la información, así como la manera en como sea presentado y la utilización de tipografía que permita una buena lectura al usuario.

Podría decirse que el tríptico surgió ante la necesidad de idear una nueva forma, una manera diferente de mover, doblar y acomodar una hoja, tal vez para efectuar un giro diferente en las formas existentes de transmisión de información, es decir, un vuelco a las formas preexistentes.

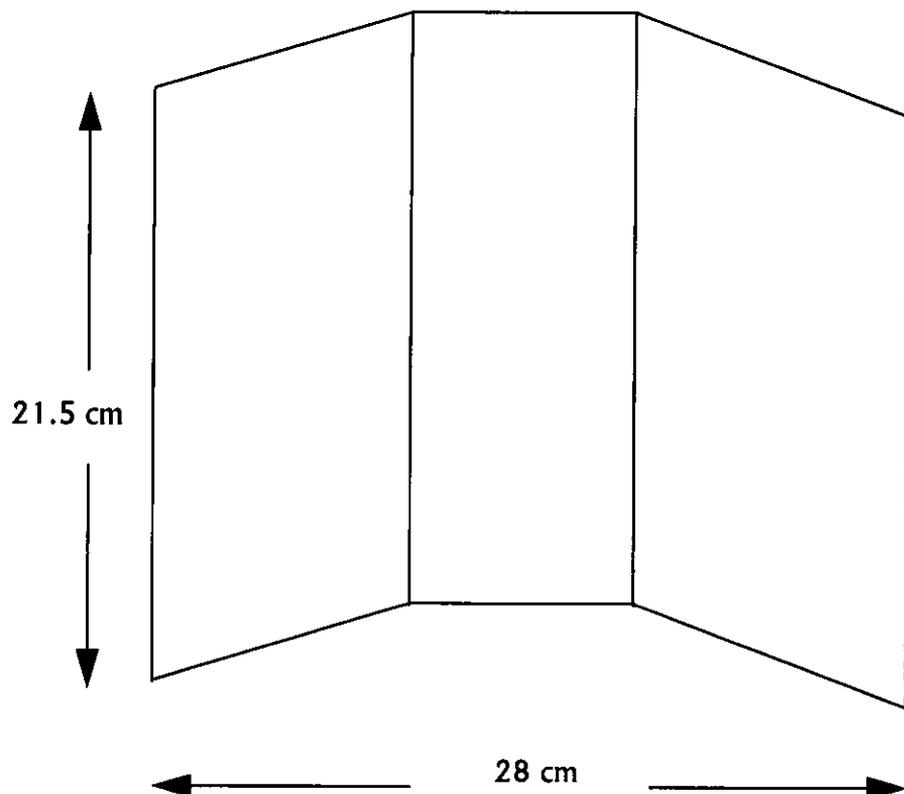
El tríptico es conocido generalmente como un medio de difusión el cual esta conformado por seis caras, contiene a manera de síntesis la

información requerida contando con 3 ó 4 caras para esto, las dos caras restantes del tríptico son usualmente empleadas para el directorio, créditos, portada, fotografías, anuncios y avisos comerciales ajenos a la información existente dentro del tríptico.

Cabe mencionar también la posibilidad de aprovechar el tríptico, para invitar o dar a conocer algún tipo de información interna de la empresa, inclusive para incluir un breviario cultural.

Otorgar un porcentaje del espacio total del tríptico a terceros, es decir, publicidad externa, en ocasiones ajena a la información proporcionada en el interior del tríptico, ayuda a equilibrar los costos del mismo, esto es, sacrificar un poco de espacio a cambio de la reducción de costos.

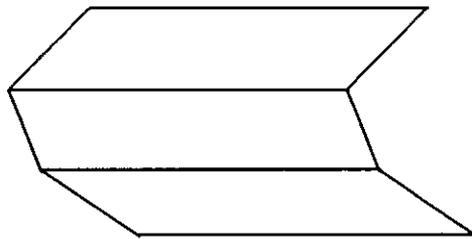
A continuación se ejemplifica un tríptico comercial como resultado de tres dobleces de una hoja tamaño carta (28 x 21.5)



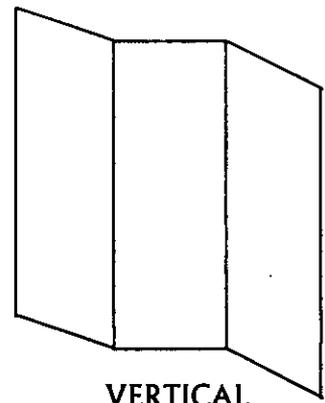


El tríptico más conocido, es el que se forma de un hoja tamaño carta u oficio, pero se puede hacer de cualquier tamaño ya sea horizontal o vertical, su única condición para ser tríptico es que cuente con seis caras y dos dobleces, pero el formato, distribución, diagramación, promoción, tamaño, texto, etcétera, es totalmente variable y compete generalmente a factores externos como generalidades, particularidades o características específicas de la empresa, que usualmente giran en torno a costos y diferentes conceptos que al respecto convengan o posean cada uno.

Los formatos de los trípticos generalmente se aplican de manera horizontal para obtener tres cuerpos verticales o formatos verticales en donde los pliegues horizontales ofrecen la oportunidad de realizar una composición diferente. El formato horizontal ofrece la oportunidad de realizar composiciones expansivas.

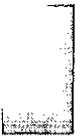


HORIZONTAL



VERTICAL

Los bloques elementales que virtualmente forman una composición son: titulares, texto, ilustraciones y espacio.



El texto deberá usualmente conservar la misma orientación en la cubierta que cuando este desplegado.

Se aplica generalmente, el texto que circunda a las fotografías recortadas lo cual deberá ejecutar adecuadamente al momento de dividir las líneas para intentar evitar que se formen espacios en blanco y, sobre todo, para que el texto pueda leerse bien.

Las clasificaciones mas comunes para la diagramación de espacios son:

- **Convencional:** Compacto y texto denso, ejemplo, con el título en la parte superior y una foto en la inferior.
- **Clásico:** Sencillo, formato a dos columnas con el título en el centro y una fotografía insertada en el texto.
- **Moderno:** Medidas anchas, gran interlineado, titular con espacio muy amplio y filetes gruesos.
- **Técnico:** Composición angular con corondel (filete entre columnas) y gran cantidad de espacio en blanco. Claro y fuerte.
- **Agresivo:** Titular subrayado de gran tamaño, texto en negrita con pequeños titulares.
- **Juvenil:** Divertido en cuanto a los gráficos y el texto, titular con tipografía de diferentes cuerpos y combinación de fondo blanco o negro con impresión negra o blanca respectivamente.
- **Infantil:** Composición activa con una gran letra capitular al inicio del titular, corondel con filete discontinuo y texto en letra grande.
- **Natural:** Elegante, con texto y titular amplio y espacioso, uso de gráficos ovalados.
- **Prestigioso:** Letra capitular, simplicidad e idea acertada del uso del espacio son la clave para una composición elegante.



Las ilustraciones que forman parte de un tríptico se pueden dar mediante fotografías o dibujos, en las primeras se deben elegir el encuadre apropiado dependiendo de la diagramación de la página, el encuadre de la fotografía para su encaje en la composición repercutirá en la calidad fotográfica. Como alternativa a las fotografías encuadradas, algunas pueden ser recortadas eliminando el fondo.

La ilustración es mas eficaz cuando se trata de transmitir ideas, mientras que una fotografía es más literal. La fotografía, sin embargo, posee una mayor fuerza emocional y algunas de ellas, particularmente impactantes, retrataban gente o paisajes siendo el rostro humano la imagen mas capaz de impresionar.

Un dibujo es más manejable y, puede integrarse con mayor facilidad en la composición compleja o de configuración insólita. En última instancia, la elección depende de lo que satisface mejor los requisitos del comentario y lo que se ajusta mas al presupuesto.

Los tipos de trípticos más conocidos según Graham Davis en “Ideas Creativas para realizar los mejores layouts”, se clasifican en:

- Clásico
- Dinámico
- Lleno de color
- Conservador
- Llamativo
- Moderado
- Natural

Para una correcta función del tríptico deben tomarse en cuenta factores como:

- Mantener un equilibrio entre el tamaño de los caracteres y el espacio entre líneas.
- Los caracteres en titulares deben generalmente ser más grandes, evitando que ascendentes y descendentes se encuentren.
- Una de las funciones principales de la composición dentro de un tríptico consiste en convencer al lector para que lea el texto, pudiendo conseguir una de ellas por medio de fotografías insólitas que contrarresten la densidad del texto.

- 
- La cubierta será crítica en la formación de la primera impresión del lector. La totalidad del Diseño, el estilo de la composición, la elección del tipo de letra, la ilustración y el color, contribuyen a crear una imagen que perdurará a lo largo del tríptico.
 - Dentro de las principales funciones de las páginas interiores, los titulares se alinean a la izquierda.
 - Nunca deben extenderse en la totalidad de la anchura de la página, aunque se disponga de espacio, porque titulares tan largos resultarían no solo antiestéticos sino además menos fáciles de leer.
 - Uno de los factores que deben tomarse en cuenta para una correcta función son que las fotografías o dibujos cuadrados o rectangulares más pequeños, las cuales, se deseen aplicar en un tríptico; estas deben generalmente estar alineadas con el margen intermedio. Si las fotografías o dibujos aparecen de lado y están mal alineadas entre sí, resulta poco atractivo. Si no se logra conseguir un alineamiento perfecto es preferible no alinear las fotografías o dibujos en absoluto.
 - La correcta utilización de un logotipo u objeto circular o irregular que aparece junto a formas rectas, es, situarlo ligeramente por encima de la línea de la retícula para que parezca visualmente alineado.²⁰
 - Intervienen también y en gran medida lo que se encuentre “de moda” en ese momento, para poder así obtener una mayor aceptación, aunque muchas veces pueda o no ser lo suficientemente útil, es decir, que cumpla el real propósito de informar y difundir de manera práctica, concisa y eficiente.

En este caso Pemex (cliente), brindará a los trabajadores, total y de forma gratuita, gozando además de una diversidad tan amplia que sería verdaderamente difícil (sin destacar que se pudiera dar el caso), que a alguien no le llegue a interesar ninguna de las actividades propuestas.

20. "IDEAS CREATIVAS PARA REALIZAR LOS MEJORES LAYOUTS".

Autor: GRAHAM DAVIS

Editorial: Blume

Barcelona, España, 1994.

2.7 EL TRIPTICO Y SU USUARIO

El campo de acción para la formulación, implantación y evaluación del programa de Fomento Cultural y Recreativo de Petróleos Mexicanos, esta constituido por centros de trabajo en los que se desenvuelven los trabajadores Petroleros de las oficinas de Marina Nacional, para los cuales será efectuado el tríptico.

El tríptico estará dirigido al personal que cuente hasta con nivel 25 como máximo, por ser este el nivel máximo dentro de los niveles generales, descartando así directamente los niveles Gerenciales y de Dirección; para estos niveles la forma de difusión es diferente a la del resto de los trabajadores, esta se da por correspondencia directa dentro de la empresa, es decir, se envía en sobres cerrados, en los cuales, en la parte exterior se encuentra el área a la cual será destinada, el departamento, edificio, piso, nombre y puesto de la persona a la que se dirige.

Por lo antes expresado, el tríptico a efectuarse será solo para este sector de trabajadores, nivel 25 como máximo únicamente, para los demás sectores Pemex se encargará posteriormente.

Mediante este tríptico se les dará una inducción a los trabajadores hacia una serie de actividades a realizar como parte de un proyecto de petróleos Mexicanos hacia un mejor nivel cultural de sus trabajadores, lo cual, es difícil debido a que la gente no esta acostumbrada a asistir a eventos y actividades como las que Pemex plantea esta ocasión.

Las razones por las cuales los trabajadores de Pemex no asisten son variadas, partiendo de que en este país no se tiene por tradición o por costumbre la asistencia a todo este tipo de actividades, pues les parece aburrido, monótono, mostrando generalmente una total apatía además de la aversión que imponen siempre a todo esto, disponiendo normalmente del tiempo en cosas que para muchos les causan mayores satisfacciones como el ver la televisión, entre otras cosas.



Todo esto radica en como fueron educados ya que usualmente sino se tiene una educación o costumbre desde temprana edad a este respecto será muy difícil tratar de inducirlos hacia este tipo de actividades.

El tríptico como pretensión de Pemex dirigido a modificar en mucho o poco los aspectos antes mencionados será solo para informar, para dar a conocer los programas escritos con anterioridad como parte de un nuevo proyecto, con lo cual se conseguirá solo eso, informar, y de manera muy general, por contar el tríptico con espacio notablemente reducido, además de ser totalmente insuficiente para contener la información requerida, y siendo esto más para dar a conocer los eventos que dentro de cada programa se aplicarán, incluyendo los más próximos.

Cabe mencionar que habiéndose entregado e impreso el tríptico, no se hará responsable al autor por cambios de información, nombres, o cualesquier otro dato o corrección de todo tipo que pudieran haber ocurrido en el transcurso de la impresión o la repartición de los trípticos, por lo tanto no se hará responsable tampoco de los cambios que se llegaran a presentar después de haber entregado el tríptico.

Si fuese posible tener todo este tipo de información sobre un mismo soporte (la introducción, la explicación general de cada programa y el directorio) el tríptico tendría cierta vigencia, dependiendo esta de las fechas de las actividades próximas a realizarse.

Para cuestiones de impresión se tiene que considerar la reducción de costos dentro de lo posible, pues estos siempre han sido causa e impedimento fundamental para cualesquier tipo de proyecto que se pretenda ejecutar en dicha empresa.

Pemex desea hacer hincapié en la satisfacción que se crea al realizar un trabajo bien hecho, en la felicidad que conlleva el cooperar con otros y recibir sus reconocimientos, así como, en el goce de la satisfacción personal, como necesidades que un trabajador necesita satisfacer, pues la empresa

esta consiente que la "diferencia en la calidad de un producto no proviene de las máquinas, sino de la gente, pues si a las personas se les trata como máquinas, el trabajo pierde todo interés y deja de ser fuente de satisfacciones".²¹

Petróleos Mexicanos sabe que las exigencia impuestas para dicho programa, como metas establecidas a cumplir serán exitosas en la medida en que mejore el índice de asistencia y productividad, así como la colaboración del personal asignado.

21. "OBJETIVOS GENERALES HACIA EL TRABAJADOR PETROLERO"
Petróleos Mexicanos

2.8 EL TRIPTICO PARA PEMEX

Lo que Petróleos Mexicanos pretende crear con este tríptico será absolutamente insuficiente (como se mencionó anteriormente) pues desea elaborar todo un universo a base de un solo tríptico, es por tanto, completamente ilógico crearles a los trabajadores un cierto nivel cultural, con un solo tríptico, por ser este tan general, y por consiguiente será difícil también que puedan o quieran acudir a las diferentes actividades que se les brindarán.

El tríptico cuenta con un espacio tan reducido y con una información tan generalizada que sería casi imposible conseguir la asistencia total de los trabajadores, pero mucho mas difícil será elevar su nivel cultural, pero Pemex quiere un tríptico y un tríptico se realizará habiendo que recalcar lo anterior.

Para este tríptico se recurrirá a imágenes fáciles de entender, conocidas generalmente, teniendo estas absoluta relación con los temas a tratar, con lo cual puedan los trabajadores encontrar la relación existente entre texto e imagen; en lo que respecta a los dobleces se efectuará algo diferente al tríptico convencional.

La palabra "tríptico", es solo un nombre genérico, pues este no debe llevar únicamente los tres dobleces conocidos y basados en un formato tamaño carta (28 x 21.5), puede variar en número de dobleces y longitud, pero conservando su esencia de tríptico, es decir, que a pesar de aplicar dobleces diversos y de medidas diferentes, se siga conservando el aspecto que se conoce como tríptico, el cual implica un formato rectangular con una altura de 21.5 cm. y una longitud de entre 28 y 35 cm. generalmente, y con dos o más dobleces como contenedores de la información.

El tríptico se efectuará con más de tres dobleces y dos medidas diferentes, efectuando así también una manera desigual al abrir y cerrar distintamente a la forma tradicional.

Todo esto para despertar un poco la curiosidad en el trabajador, al ver una nueva forma de abrirse y al observar también que la entrega

de su fajilla de pago en esta ocasión fue innovadora con respecto a lo acostumbrado.

Todo esto para despertar un poco la curiosidad en el trabajador, al ver una nueva forma de abrirse y al observar también que la entrega de su fajilla de pago en esta ocasión fue innovadora con respecto a lo acostumbrado.

Cuando se les sea entregado el tríptico, por razones lógicas, lo primero que hará el trabajador será localizar su fajilla de pago y, al encontrarla en el interior, será más factible que puedan leer algo de lo que estará ahí contenido, así como las personas que lo vayan a leer en su totalidad hasta los que no lo hagan; es por esto también que se decidió incluir la fajilla de pago dentro del tríptico, y no entregarlos por separado, porque habiéndolo hecho así la posibilidad de lectura hubiese sido todavía menor, por tanto, se tomó la decisión de que el tríptico hiciera las veces de sobre o contenedor de la fajilla de pago.

2.9 SUS DIPTICOS Y TRIPTICOS

Los trípticos que Pemex realiza son en su mayoría sencillos, en cuanto a diagramación general, texto, imágenes y selección de los mismos se refiere.

Los elementos que regularmente emplean son fotografías a color o en blanco y negro relativas al tema a tratar, las cuales son de muy baja calidad, las amplían o reducen para posteriormente adaptarlas al formato que vayan a utilizar así como al espacio con que cuenten.

La tipografía que utilizan varía solamente de uno a tres o cuatro tipos diferentes como máximo, con variantes en bold e itálicas, principalmente tipografía hecha a base de rectas y curvas simples.

Ocasionalmente y como variante aplican a la tipografía un sombreado gris muy tenue aproximadamente de un 20 o 30% para caracteres versales y de un 70 a 75% para el resto del texto, lo cual le hace sumamente ilegible y complicado en su lectura.

La justificación tipográfica es totalmente variable, en ocasiones llegan a utilizar hasta tres o cuatro diferentes solo para una de las caras de un folleto o un volante, poniendo en dificultad al lector por aparecer diferentes diseños en una sola hoja, aunado al empleo de diferentes tipografías también dentro de la misma hoja o cara.

El logotipo institucional así como el de cada departamento se hacen siempre presentes en cada uno de los medios impresos efectuados.

El logotipo de Pemex es colocado generalmente en la primer cara en la parte superior y centrado, y en la última cara en la parte inferior y centrado también, no existe gran variante en este caso.

El logotipo departamental, parece hacer las veces de comodín en el medio impreso, pues es colocado siempre donde se encuentre un espacio en blanco, por supuesto donde pueda aplicarse un tamaño apropiado del logotipo, no existe una regla para el uso de estos logotipos.

•A continuación se muestra un ejemplo de la aplicación de sombras sobre tipografía;



DIRECCION CORPORATIVA DE ADMINISTRACIÓN
UNIDAD DE SERVICIOS SOCIALES Y CULTURALES
GERENCIA DE SERVICIOS MEDICOS
PROGRAMA TERCERA EDAD

*¡Intégrate a la
Unidad...!*



LA DEL

MANOJO

DE ROSAS

Mes del Abuelo Petrolero

COMPANÍA DE OPERETA Y ZARZUELA
DORIS RODRÍGUEZ PATIÑO

Martes 13 de agosto
15:00' Hrs.

EXPLANADA NORTE DE LA SUB- ESTACIÓN
PRINCIPAL DEL CAP (SALA DE MÁQUINAS)
MARINA NACIONAL 329

- El puntaje que utilizan se aplica dependiendo de la extensión del texto y espacio con que se dispongan pero generalmente se encuentra entre los 10 y los 14 puntos para texto y los 28 puntos para títulos localizados en portada.



DIRECCIÓN CORPORATIVA DE ADMINISTRACIÓN
UNIDAD DE SERVICIOS SOCIALES Y CULTURALES
GERENCIA DE SERVICIOS MEDICOS
PROGRAMA TERCERA EDAD

PABLO LÓPEZ DEL CASTILLO

en

UN DÍA

ENTRE EL VERANO

espectáculo poético - teatral

con

JOSÉ PABLO LÓPEZ

y

RODRIGO LÓPEZ

JUEVES 8 DE AGOSTO

TORRE EJECUTIVA
TEATRINO P.8

15:00 HRS.

*¡Integrante a la
Unidad...!*

INVITADOS DE HONOR

DR. VICTOR MANUEL VAZQUEZ ZARATE
GERENTE DE SERVICIOS MEDICOS

LIC. EVANGELINA LARA ALCANTARA
JEFE DE LA UNIDAD DE SERVICIOS SOCIALES Y CULTURALES

LIC. LUIS BARRERA FLORES
JEFE DEPTO. DE ASISTENCIA SOCIAL

LIC. LETICIA RAMIREZ RUIZ DE CHAVEZ
COORDINADORA DEL GRUPO DE LA 3RA EDAD

DIRECTORIO

DR. JESUS DIAZ TORRES
DIRECTOR HCN PEMEX

DR. CARLOS PEREZ GALLARDO Y YAÑEZ
SUBDIRECTOR MEDICO HCN PEMEX

DR. JORGE A. LOPEZ CAMARGO
SUBDIRECTOR ADMINISTRATIVO HCN PEMEX

FRANCISCO JAVIER ZAMORA GARCIA
JEFE DE ENSEÑANZA E INVESTIGACION HCN PEMEX

DR. ALEJANDRO URIBE HERNANDEZ
SERVICIO DE GERIATRIA Y GERONTOLOGIA HCN PEMEX

T.S. MA. ANTONIETA RAMIREZ MEJIA
JEFE DE TRABAJO SOCIAL HCN PEMEX

E.A.S.E. MIRIAM ALVAREZ LOPEZ
SUPERVISORA EN JEFE ENFERMERAS HCN PEMEX

E.A.S.E. SILVIA JIMENEZ BAEZ
SUP. DE ENSEÑANZA DE ENFERMERIA HCN. PEMEX



DIRECCION CORPORATIVA DE ADMINISTRACION
UNIDAD DE SERVICIOS SOCIALES Y CULTURALES

GERENCIA DE SERVICIOS MEDICOS
HOSPITAL CENTRAL NORTE
GERIATRIA Y GERONTOLOGIA

INVITA AL

1ER SIMPOSIUM DE TRABAJO
SOCIAL GERONTOLOGICO

DIRIGIDO

AL TRABAJADOR SOCIAL INTERADO A LA ATENCION
DE LAS PERSONAS DE EDAD.



*¡Unidos a la
Unidad...!*

FECHA : 15 DE ABRIL DE 1996 8.00 A 14.30 HS

SEDE : AUDITORIO HOSPITAL CENTRAL NORTE

CUPO LIMITADO

TEL: 661-14-33
EXT.- 52249 Y 52288

DIPTICO PARA LA DIVULGACION DE UN SIMPOSIUM DE TRABAJO DE
TRABAJO SOCIAL GERONTOLOGICO.

Petróleos Mexicanos, 1997

•En el texto que conforma la parte interior de cualquier medio impreso que Pemex efectúa, no existe diferencia entre tipos y tipos, por ejemplo los subtítulos son de 12 puntos y el resto del texto es de 10 puntos, lo cual en conjunto es difícil destacar cuales son los subtítulos, títulos o encabezados del texto en general, en ocasiones cuando se percatan del problema aplican a títulos o subtítulos "negrita" a la tipografía, pero sin aumentar el puntaje lo que sigue causando el mismo problema.

LA DEL MANOJO DE ROSAS

La acción transcurre en un barrio aristocrático del Madrid de los 30's. Ascención es una joven florista de familia adinerada venida a menos; vive con su padre, don Daniel (su madre murió). Frente a la Floristería se encuentra un taller de refacciones de autos donde trabajan Joaquín y Capo. Joaquín está enamorado de Ascención y por ello se hace pasar por un simple mecánico, aunque, en realidad es un joven adinerado, estudiante de leyes. Ricardo, joven aviador pretende a Ascención, lo que provocará constantes escarceos entre él y Joaquín. En el barrio se encuentra un café que regatea Espasa, el cual se hace pasar por erudito y conocedor de idiomas y saberes diversos. Clarita, amiga de Ascención y novia de Capo, platica entusiasmada con Espasa, provocando los celos de Capo, quien siempre pierde dialécticamente con Espasa, hasta que un día decide hablarle en "calo" (el dialecto de los gitanos) ante la sorpresa de Espasa, consiguiendo alejarlo de Clarita. la relación entre Ascención y Joaquín marcha perfectamente hasta el día en que la muchacha visita la casa de don Pedro y doña Mariana, para llevar las flores y comprueba que Joaquín es hijo de ellos y tiene dinero.

Creyéndose engañada, rechaza públicamente a Joaquín y acepta la relación con Ricardo, quien en realidad no ama a Ascención sino que gusta de la vida aventurera y sin complicaciones. Joaquín pide perdón a Ascención, la cual ya liberada de su relación con Ricardo, acepta de nuevo el amor de Joaquín.

"LA DEL MANOJO DE ROSAS"

Sainete lírico en dos actos
 Libro de Ramos y Carreño
 Música del maestro Pablo Sarozabal
 Estrenada en el Teatro Fuencarral de Madrid
 el 13 de noviembre de 1934

-Reparto-

| | |
|------------------|------------------|
| Ascención | Liliana Gómez |
| Joaquín | Luís Alberto |
| Cansino | |
| Espasa | Roger Allan |
| Clarita | Yasmin Yris Sol |
| Capo | Carlos del Campo |
| Ricardo | Alberto Torres |
| Don Pedro Botero | Eduardo Zárate |
| Don Daniel | Afonso Duque |
| Doña Mariana | Sara López |
| La Fisga | Silvana Bianca |
| Un Inglés | Jesús Cassab |
| Parroquiano 1 | Gabriel Barroso |
| Parroquiano 2 | Jesús Cassab |
| Camarero | Gabriel Barroso |

La acción se desarrolla en Madrid en época actual

DIRECCIÓN GENERAL
 DORIS RODRIGUEZ PATIÑO

ESCENOGRAFÍA
 DAVID RODRIGUEZ PATIÑO

COREOGRAFÍA
 DORIS VARGAS

RELACIONES PÚBLICAS
 SILVANA BIANCA

DIRECCIÓN MUSICAL
 MAESTRO RAUL GARCÍA

•En la diagramación de los textos, no existe gran variedad, por ser esta solamente en bloque y centrada en ocasiones, cuenta además con una deficiente calidad al momento de ser adheridos y cotejados en el formato a utilizar, en consecuencia están generalmente mal puestos y chuecos.

BASES:

1.- DE LOS PARTICIPANTES:

PODRAN PARTICIPAR TODOS LOS TRABAJADORES ACTIVOS, SINDICALIZADOS Y DE CONFIANZA, ASÍ COMO PERSONAL JUBILADO Y SUS FAMILIARES EN PRIMER GRADO.

LOS PARTICIPANTES PODRAN INSCRIBIRSE EN CUALQUIERA DE LOS SIGUIENTES GENEROS MUSICALES

- 1.- BALADA POP
- 2.- RANCHERO
- 3.- TROPICAL
- 4.- ROCK
(NO ESTA PERMITIDO ABARCAR VARIOS GENEROS MUSICALES)

LOS PARTICIPANTES PODRAN PRESENTARSE COMO SOLISTAS O EN AGRUPACIONES (MAXIMO 6 PERSONAS) SIN SER CONDICIONANTE PARA EL JURADO LA FORMA QUE SE ELIJA, PARA LA EVALUACION DE LAS MEJORES PROPUESTAS INTERPRETATIVAS

HABRA UN PREMIO ESPECIAL AL TALENTO ARTISTICO AL CANTAUTOR CON LA MEJOR PROPUESTA MUSICAL INEDITA, SIN IMPORTAR EL GENERO MUSICAL SELECCIONADO.

2.- DE LA INSCRIPCION

LAS INSCRIPCIONES SE ABREN A PARTIR DE LA PRESENTE CONVOCATORIA Y CERRARAN

EL 27 DE OCTUBRE DEL PRESENTE AÑO, A TRAVES DE LAS REPRESENTACIONES DE LA UNIDAD DE SERVICIOS SOCIALES Y CULTURALES CUYOS DOMICILIOS SE DAN A CONOCER A CONTINUACION:

AREA METROPOLITANA
HERSCHEL 119-2do. PISO
COL. CASABLANCA
TEL. 254-48-96 Y 625-43-88 DIRECTOS
Y EXTENSIONES 261-28 Y 261-24

MONTERREY CADEREYTA, N.L.
AV. RUIZ CORTINES 3520 OTE.
COL. MODERNA, MONTERREY, N.L.
TEL. 55-69-87
CONM 54-20-01 EXT. 2-03-42

VILLAHERMOSA, TAB.
FLORES 604 COL. PETROLERA
HERIBERTO KEHOE
TEL. 15-79-37
MICROS: 2-30-04, 2-30-14 Y 2-30-17

COATZACOALCOS, VER.
Lerdo 200
ENTRE MORELOS Y CORREGIDORA
TEL. 2-05-09

TAMPICO, TAMP.
SALVADOR DIAZ MIRON 515 OTE.
EDIFICIO CORONA
CENTRO
TEL. 12-66-08 Y 12-27-19 DIRECTOS
MICROS: (831)-2851, 2728, 2729 Y 2061

DOS BOCAS, TAB.
PROL. GRAL. SANTOS DEGOLLADO S/N
EL COBERTIZO, COL. LIMONCITO
MICROS: (801) 2-49-70 Y 2-49-23

POZA RICA, VER.
CASA "O" COL. CHULAVISTA
INTERIOR DEL CAMPO
ZONA PEMEX
TEL. 3-31-83 DIRECTO
MICROS: (821) 328-45

SALINA CRUZ, OAX.
CALLE MONTE ALBAN S/N
COL. PETROLERA CARLOS G. FLORES
TEL. 4-21-30 DIRECTO
MICROS: (871) 5-05-48 Y 5-05-47

CD. DEL CARMEN, CAMP.
AV. UNIVERSIDAD N° 12 INTERIOR
MODULO 1
TEL. 2-26-89 DIRECTO
MICROS: (801) 2-03-00, 2-03-02,
2-03-03 Y 2-03-04

SALAMANCA, GTO.
CALLE PANUCCO 303
FRENTE AL JARDIN L.C
COL. BELLAVISTA
TEL. 8-10-88

DE LA PRIMERA ETAPA

LOS INTERESADOS DEBERAN PRESENTARSE PARA AUDICIONAR ANTE LOS COMITES DE EVALUACION QUE FUNCIONARAN EN CADA REGION PETROLERA DURANTE EL MES DE OCTUBRE PROXIMO

EL COMITE ORGANIZADOR DARA TODAS LAS FACILIDADES PARA QUE PUEGAN COMPETIR EN LAS ELIMINATORIAS ASIGNANDO ACOMPAÑAMIENTO MUSICAL Y ELEMENTOS ELECTRONICOS QUE SE REQUIERAN.

ARREGLOS FLORALES
Maestra: Concepción Rubio y
María Castañeda

Alumnas:
Marcela Cruz
Sara Rodríguez
Emma Lechuga
Susana Gómez
Chela Rodríguez
Graciela López
Eustolia Reyes
Martha Lizalde

MACRAMÉ
Maestra: María de Lourdes Enriquez

Alumnas:
Eustolia Reyes Lara
Graciela López Navarrete
Ma. Concepción Sáez Tello
Eufemia Martínez Luzzano
Elvira Rodríguez
Chela Rodríguez
Pala Cadena García

BISUTERIA
Maestra: Ma. de Luz Cecilia Reyes

Alumnas:
Hermelinda Benítez
Elvira Orosio
Magdalena Patrón
Julia Cruz
Susana Gómez

LENTEJUELA Y CHACURRA
Maestra: Emma Aguilar

Alumnas:
Aurora Zúñiga
Noemí Morrey
Chela Rodríguez
Felicidad Caballero
Beatriz González
Aurora R. Parga
Alicia Armas
Concepción Cruz
Ma. Luisa Zamora
Guadalupe Castañeda

TARJETERA ESPAÑOLA
Maestra: América Gutiérrez Pérez

Alumnas:
Susana Gómez
Eustolia Reyes
Emma Lechuga
Ma. del Refugio Carreras
Ma. de Jesús Mora
Sara Rodríguez Mugaña
Mercedes Fallón
Concepción Rodríguez
Joaquina Trigo
Lourdes Enriquez

MANUALIDADES
Maestra: Brinda Ramos

Alumnas:
Marcela Cruz
Judith López
Joaquina López
Pilar
Susana Gómez
Luis Enriquez
Ma. de Jesús Mora
Verónica

Graciela López
Emma Lechuga
Emma Patrón
Conchita Rubio
Martha Lizalde

PINTURA
Maestra: Delfina Miranda

Alumnas:
Noemí Morrey
Emma Aguilar
Olga Rosendo
Joaquina Trigo
Emma Cortés
Magdalena Patrón
Hermelinda Benítez
Ma. del Refugio Carreras
Susana Gómez
Alma Cresce Arnaud
Juana Benítez Jiménez
Apolonia Cadena
Aurora de León
Martha Lizalde
Conchita Rubio

PINTURA
Maestra: Delfina Miranda

Adela Lizarte
Marcela Cruz
Joaquina Barreto
Concepción González

TEJIDO
Maestra: Dora Chaves de Fdz.

Alumnas:
Susana Gómez
Conchita
Emery
Delfina Ramos

PINTURA TEXTIL
Maestra: Pety Arzoo

ARTESANÍAS
NATURALEZA MUERTA
Maestra: Manuel Villanueva Hdz

ARREGLOS FLORALES
Maestra: Concepción Rubio y
María Castañeda

Alumnas:
Apolonia Cruz
Sara Rodríguez
Emma Lechuga
Susana Gómez
Chela Rodríguez
Graciela López
Eustolia Reyes
Martha Lizalde

MACRAMÉ
Maestra: María de Lourdes Enriquez

Alumnas:
Eustolia Reyes Lara
Graciela López Navarrete
Ma. Concepción Sáez Tello
Eufemia Martínez Luzzano
Elvira Rodríguez
Chela Rodríguez
Pala Cadena García

BISUTERIA
Maestra: Ma. de Luz Cecilia Reyes

Alumnas:
Hermelinda Benítez
Elvira Orosio
Magdalena Patrón
Julia Cruz
Susana Gómez

LENTEJUELA Y CHACURRA
Maestra: Emma Aguilar

Alumnas:
Aurora Zúñiga
Noemí Morrey
Chela Rodríguez
Felicidad Caballero
Beatriz González
Aurora R. Parga
Alicia Armas
Concepción Cruz
Ma. Luisa Zamora
Guadalupe Castañeda

TARJETERA ESPAÑOLA
Maestra: América Gutiérrez Pérez

Alumnas:
Susana Gómez
Eustolia Reyes
Emma Lechuga
Ma. del Refugio Carreras
Ma. de Jesús Mora
Sara Rodríguez Mugaña
Mercedes Fallón
Concepción Rodríguez
Joaquina Trigo
Lourdes Enriquez

MANUALIDADES
Maestra: Brinda Ramos

Alumnas:
Marcela Cruz
Judith López
Joaquina López
Pilar
Susana Gómez
Luis Enriquez
Ma. de Jesús Mora
Verónica

Graciela López
Emma Lechuga
Emma Patrón
Conchita Rubio
Martha Lizalde

PINTURA
Maestra: Delfina Miranda

Alumnas:
Noemí Morrey
Emma Aguilar
Olga Rosendo
Joaquina Trigo
Emma Cortés
Magdalena Patrón
Hermelinda Benítez
Ma. del Refugio Carreras
Susana Gómez
Alma Cresce Arnaud
Juana Benítez Jiménez
Apolonia Cadena
Aurora de León
Martha Lizalde
Conchita Rubio

PINTURA
Maestra: Delfina Miranda

Adela Lizarte
Marcela Cruz
Joaquina Barreto
Concepción González

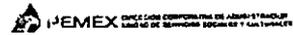
TEJIDO
Maestra: Dora Chaves de Fdz.

Alumnas:
Susana Gómez
Conchita
Emery
Brinda Ramos

PINTURA TEXTIL
Maestra: Pety Arzoo

ARTESANÍAS
NATURALEZA MUERTA
Maestra: Manuel Villanueva Hdz

•Las imágenes que Pemex utiliza ocupan generalmente la parte central del espacio que se esta trabajando, a veces a la derecha, a veces a la izquierda, pero siempre empleando la parte media del plano seleccionado.



ANDRES HENESTROSA

CONFERENCIA

"VIDA Y OBRA DE DON BENITO JUAREZ"



26 DE MARZO 1996

15:30 HRS.
AUDITORIO J. BERMUDEZ

*Unidos por la
Unidad...!*

JURADO E INVITADOS

DR. JESUS DIAZ TORRES
DIRECTOR MEDICO HCN

DR. CARLOS PEREZ GALLARDO YAÑEZ
SUBDIRECTOR MEDICO HCN

C.P. RAMON TEJEDA
SUBDIRECTOR ADMINISTRATIVO

LIC. EVANGELINA LARA ALCANTARA
JEFA DE LA UNIDAD DE SERVICIOS SOCIALES Y CULTURALES

LIC. LUIS BARRERA FLORES
COORDINADOR DE PROGRAMAS

LIC. LETICIA RAMIREZ RUIZ DE CHAVEZ
COORDINADORA

SRITA. SILVANA ORTIZ HIDALGO
SRJA. DE EDUCACION Y PREVISION SOCIAL

PROFA. MA. DELFINA MIRANDA EZQUIVEL
SRJA. TESORERO DE LA SECC. 45 STPRM

SR. MARGARITO BARRON TORRES
PRESIDENTE DE JUBILADOS SECC. 35 STPRM

ING. SERGIO MARISCAL BELLA
GERENTE GENERAL DE LA COOPERATIVA DE
CONSUMO PEMEX S.C.L.



DIRECCION CORPORATIVA DE
ADMINISTRACION
GERENCIA DE SERVICIOS MEDICOS
HOSPITAL CENTRAL NORTE
" CREDITO "



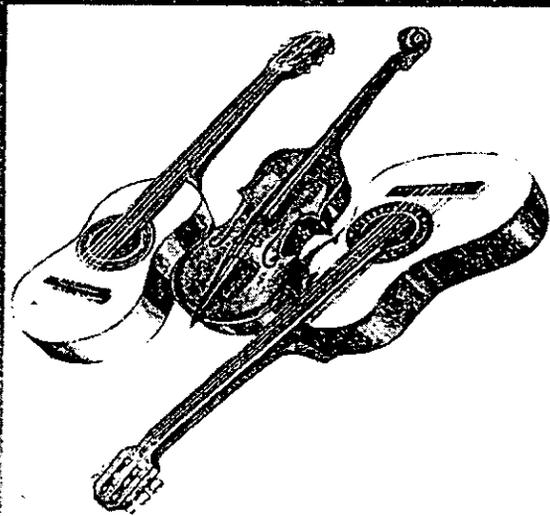
INVITA A:

**CELEBRAR EL
DIA DE MUERTOS**

30 DE OCTUBRE DE 1995

AUDITORIO H.C.N. 10:30 horas

Integrarse a la
Unidad



4° FESTIVAL DE HUAPANGO

OCTUBRE 1994

*TRIPTICO PARA LA INVITACION AL FESTIVAL DE HUAPANGO.
PORTADA.
Petróleos Mexicanos, 1997*

• Los interiores son usualmente extremos, pues cuentan por un lado con saturación en la información y con muy poca por el otro, conteniendo también faltas de ortografía y palabras mal escritas, recurriendo muchas veces a plicas lisas o a base de ornamentos acordes con el tema, en ocasiones resolviendo así los espacios en blanco los cuales siempre tratan de evitar. Son monótonos sus interiores por ser generalmente a base de pura tipografía, manejada solo en bloque o en columnas, con el mismo tipo de letra, puntaje y sin imágenes dentro del mismo.

PABLO LÓPEZ DEL CASTILLO

Es actor y director teatral egresado de la Escuela de Arte Dramático del INBA. Ha participado en unas 50 obras de buen teatro, montajes todos a cargo de los mejores directores de México. Valiéndose de la técnica escénica ha hecho una especialidad en el arte de decir poesía y así ha efectuado numerosos recitales en la capital y en el interior de la república presentando obra de grandes autores Regresa de los Estados Unidos, donde por espacio de seis años ofreció audiciones poéticas e impartió cursos de teatro en el área de Los Ángeles. La crítica lo ha designado en dos ocasiones como "único en su género" y "mejor actor área cultural".

"...con su voz de impecables registros dio una cátedra de actuación...". Gabriel Hernández. La Opinión, Los Angeles, California.

"...actuación cuidadosa, exploratoria, profunda y entusiasmada...". Jesús Luis Benítez. El Nacional, México, D.F.

"...interpretación digna del más ruidoso aplauso y de los más ilimitados elogios...". Revista Siempre, México D.F.

JOSÉ PABLO LÓPEZ

Estudia actuación en Ottawa, Canadá. Desde la niñez comparte los escenarios de cine a lado de grandes figuras de la pantalla. Se ha desempeñado con gran acierto en diferentes obras de teatro de buena calidad.

Actualmente forma parte de esta compañía llevando el arte escénico en gira por toda la república.

"... la actuación del grupo nos transportó con voz y gracia al mundo poético, en una magnífica interpretación...". Luz María Villalobos. El Sol del Istmo, Salina Cruz, Oax.

RODRIGO LÓPEZ

Desde la infancia incursiona en el cine mexicano sabiéndose desempeñar con una admirable disciplina. Actúa posteriormente en diversas obras de buen teatro, mostrando siempre un buen trabajo escénico. Actualmente forma parte integral en la compañía produciendo los diversos repertorios de la misma.

PROGRAMA

LEÓN FELIPE

Poesía
Poeta
Vencidos
Canción Marinera

ROSARIO CASTELLANOS

El resplendor del ser
Destino

PABLO NERUDA

Poema 20
¿Dónde estará la Guillermina?
Las palabras

JAIME SABINES

Igual que la noche...
Aquí, alma mía

LEÓN FELIPE

Qué pena
Qué lástima

Producción: Rodrigo López Rodríguez
Musicalización: Rodrigo López Rodríguez
Dirección: Pablo López del Castillo.

INTRODUCCION

DIOS AZTECA DE LA MUERTE

Los dioses de la muerte para los aztecas eran dos: Mictlantecuehtli y Mictecacihualt, encargados de señalar a que cielo o infierno enviarían al difunto, mientras esto ocurría, sólo se permitía llegar a Mictlán que significa "Lugar de la Muerte", donde deberían purificarse y posteriormente pasarían a alguno de los trece cielos de los que nos habla la Cultura Azteca, o a alguno de los nueve infiernos, según su comportamiento en vida.

Para los jóvenes aztecas la muerte fué considerada como algo digno de alcanzar, ya que no la consideraban como un mal, sino una transformación en colibrís que acompañarían al sol en su viaje, lo que significaba el más elevado de los cielos.

Por tal razón "El Centro Diurno Para la Tercera Edad" (CEDITE), lleva a cabo esta reminiscencia para los derechohabientes de PEMEX.



PROGRAMA

30 de octubre de 1995

10:30 horas

1. Bienvenida por la Sra. Emma Aguilar Marquez Maestra de Ceremonias.
2. " Historia del Día de Muertos " Por el Sr. Juán Sánchez Olvera.
3. Desfile de Brujas y Brujos del CEDITE. Premiación al mejor disfraz.
4. Prosa " Calaveras " Por su graciosa Majestad " Irma I ".
5. Lectura de Calaveras Por los integrantes del CEDITE. Premiación a la mejor calavera.
6. " El Culto a la Muerte " Por la Sra. Ma. Eugenia Almanza Rattos.
7. Baile " La Makarena " Por los integrantes del CEDITE. Premiación al mejor bailarín.
8. Película " Cocoon " Auditorio H.C.N: 1:30 horas
9. Baile con música viva de 13:00 a 15:00 horas Por el Conjunto que es enviado del INSEN a través del Sr. Miguel Araico Ocañiz en las áreas del CEDITE.



México, D.F. septiembre de 1995

Queridos padres de familia:

Los Centros de Desarrollo Infantil de esta Institución conscientes de la gran necesidad de dar a los niños, tanto en el ambiente familiar como la del propio CENDI una educación que favorezca su desarrollo integral y que contrarreste la influencia tan negativa que ejerce el medio ambiente por medio de la televisión, cine, revistas etc. Los invita a participar activamente en el Programa Orientación a Padres.

Este programa consta de pláticas distribuidas a lo largo del año calendario escolar, iniciándose en septiembre de 1995 y terminando en agosto de 1996.

La continuidad de su asistencia les dará la gran oportunidad de adentrarse con mayor empeño y entusiasmo en un conocimiento más profundo sobre la educación de sus niños.

Debemos reflexionar que nada es más importante que cumplir con la misión de ser padres verdaderamente responsables que lleven a sus hijos a ser unos adultos triunfadores.

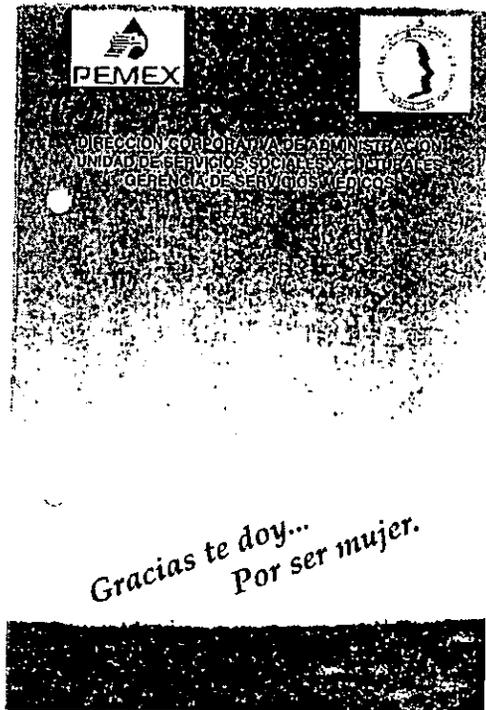
Los seis primeros años son los más trascendentes en la vida del ser humano; es en ellos donde se ponen los sólidos cimientos de la edad adulta.

Por lo anteriormente expuesto esperamos nosotros y los niños contar con su valiosa presencia.

¡ NO FALTES !

Cabe señalar que este programa está abierto a tíos, tías, abuelitos, a toda persona que tenga intervención en la educación de sus hijos.

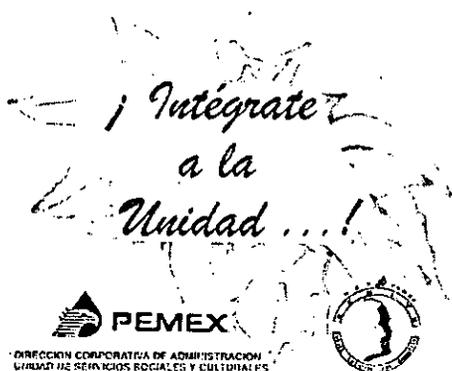
- El logotipo de Pemex es colocado frecuentemente en la parte superior e inferior del plano.

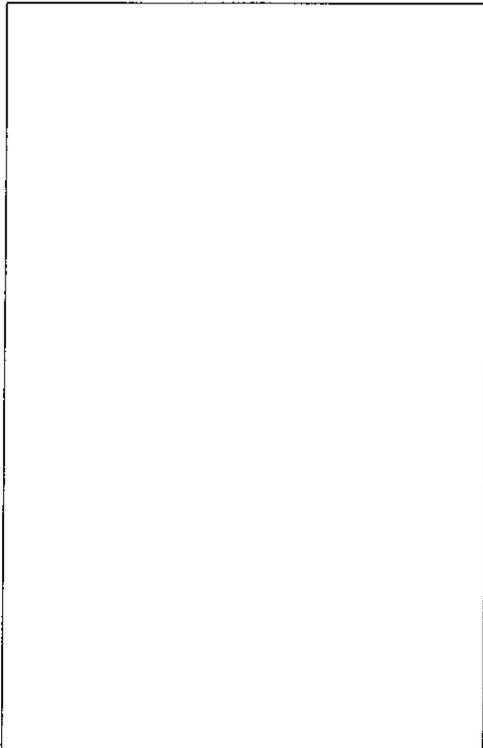


*¡Intégrate a la
Unidad...*

" GRAN BAZAR NAVIDEÑO "

CEDITE





 **PEMEX** DIRECCION CORPORATIVA DE ADMINISTRACION
UNIDAD DE SERVICIOS SOCIALES Y CULTURALES

Programa de Orientación a Padres



Centros de Desarrollo Infantil

Solo los trípticos para grandes o magnos eventos son los que se mandan imprimir en serigrafía u offset, el resto de ellos se manejan a base de copias fotostáticas en papel bond blanco o de color y en opalina cuando el evento es de relativa importancia.

Cuando el evento espera ser de gran concurrencia, y posee cierto grado de importancia, (regularmente exposiciones), el diseño del tríptico es de mayor calidad variando en tamaño, formas y cortes transversales, diferentes con respecto a los usualmente empleados, aplicando un mejor papel, técnicas diferentes, fotografías e imágenes en general de mejor y mayor calidad, haciéndolas mas completas en todos los sentidos.

El subíndice que a continuación se trata "Análisis y Propuestas", será solo un apartado por medio del cual se propondrán algunas sugerencias a la institución, sin profundizar en cada una de ellas debido a que el motivo de esta tesis no es buscar medios idóneos de difusión como solución al proyecto a difundir, sino el planteamiento del tríptico para un proyecto en específico, el cual será descrito en capítulos posteriores.

Como una breve introducción, Pemex pretende elevar el nivel cultural de sus trabajadores por medio del proyecto de actividades que implementaran para este efecto, el cual, será difundido mediante un tríptico.

Finalmente lo que hay que comprender es que "La comunicación contemporánea es maleable y que podemos apoderarnos de sus mensajes y sus imágenes con la misma facilidad con que nuestros padres captaron las que les proponía la televisión y el cine, y anteriormente el teatro, la música, la poesía y la pintura."²²

22. "EL CORREO DE LA UNESCO".

Artículo: ¿Quién teme a los medios de comunicación?

Monclar Eduardo Valverde

Febrero, 1995

2.10 ANÁLISIS Y PROPUESTAS

Se le propondrán a la institución posibles alicientes como métodos de inducción hacia los trabajadores tales como, todo tipo de pases, eventos, rifas, descuentos, etcétera.

Se manejará la idea de que a mayor conocimiento o cultura, mentalmente podrán abrirse a otras opciones, es decir, sería más factible siendo mentalmente abiertos, poder educar y ayudar más y mejor a sus hijos, apoyándolos a realizar mejor sus actividades diarias creándoles cimientos más fuertes, dándoles las armas básicas para su enfrentamiento con el exterior, brindándoles probablemente un futuro más deseable.

Uno de los principales alicientes para los trabajadores que laboran en Pemex, es el aspecto económico y el ascenso a puestos mejores, así que poseyendo los aspectos anteriores, la posibilidad de aspirar a lo que ellos desean, aumentaría.

Para efectuar todo lo anteriormente citado, se implementaría una serie de explicaciones introductorias, tales como que la institución esta orgullosa de su personal, ya que son muy productivos, y que en recompensa a su buen desempeño, a su ardua entrega laboral y responsabilidad ejecutadas en cada una de sus actividades diarias, se pondrán a su disposición y goce personal para ellos y sus familias una serie de actividades:

BRIGADAS, CONCURSOS Y EXPOSICIONES, en donde podrán disfrutar de las manifestaciones estéticas y artísticas a través del teatro, conciertos, festivales, exposiciones, concursos...

ACTIVIDADES RECREATIVAS, esparcimiento y descanso mediante actividades lúdicas y manuales en diversos espacios de uso común, como paseos recreativos a diferentes puntos de interés general, visitas guiadas al interior de la República y el D.F..., proyecciones de cine club, con películas de todo género, y en ocasiones hasta los protagonistas por invitados, etcétera.



BIBLIOTECAS, por medio de estas Pemex les brindará a los trabajadores una mejor y mayor asistencia informativa en la adquisición, consulta y préstamo de cualquier acervo bibliográfico, mediante complementos fotográficos, discos, videos, casetes, etcétera.

La institución tendrá como propósito brindarles gratuitamente y en apoyo a su desempeño, incrementar su nivel cultural, en donde les sea permitido pensar en cosas que en ocasiones son perjudiciales para dicha institución, encausarles un poco su tiempo libre y un mejorar el aprovechamiento del mismo.

Todo esto surgió debido a la necesidad de darle al proyecto una difusión más amplia y extensa, porque hasta ahora es muy poca la gente que asiste a todo tipo de evento que Pemex difunde y la gran mayoría no saben siquiera de su existencia. Mucho tienen que ver los días y las horas en que estos se efectúan, en ocasiones dichos eventos son en horas laborables o a la salida cuando la mayoría del personal desea retirarse a comer y a descansar, o son realizados en la tarde, y con menos posibilidades para que la gente se quiera esperar después del tiempo regular de trabajo (hasta las tres de la tarde), y mucho menos regresar.

Gran parte de todo esto son problemas de educación, los cuales serán difíciles de revertir pues muchos de los trabajadores están acostumbrados a solo oír la información de cualquier tipo que se les vaya presentando, pero a veces es tanta que este exceso los confunde, y es aquí donde se presenta la influencia del Diseñador Gráfico, dándole un giro de legibilidad y orientación a todo este cúmulo de información, haciéndola fácil o racionalizándola tal ves.

Para este tríptico se pretende romper con el Diseño tradicional que Pemex practica, pero sin salirse del propio contexto y rangos que la empresa maneja generalmente.

Se pretende también, reconocerle al trabajador un papel activo, ya no solo receptivo, permitiéndole mirar y hacer lo que quiera, lo que le gusta, darle libertad y confianza de apreciar bajo su propio sentido común, pues esto sería



respetar sus propias maneras de recibir y modificar los diferentes mensajes que vaya recibiendo.

Todo este papel lo desempeñará el Diseñador Gráfico a través del Diseño Editorial, que en este caso en particular es el tríptico, siendo este el solicitado por la institución.

Toda la información que dará a conocer el tríptico, también podría estar contenida en un díptico para ahorrar costos o en un plegable y solamente a una o dos tintas, o simplemente mediante volantes entregados a la salida apoyados por mamparas y mantas, en lugares estratégicos además de materiales audiovisuales.

Con todo esto se desea obtener un resultado, el cual no será inmediato, sino a largo plazo pretendiendo un resultado satisfactorio.

2.11 OPCIONES DIFERENTES DE ACUERDO A LAS PRETENSIONES DE LA USSYC, PEMEX

Este tríptico funcionaría mejor si antes de entregárseles a los trabajadores, se les brindara información acerca de cada uno de los temas o puntos a tratar en el tríptico, a base de distintos medios promocionales y con semanas de anticipación, por ejemplo, si el evento se va a enfocar a la danza, al teatro, la pintura o el cine, a este tipo de eventos se les dedicaría una semana a cada uno, o a la actividad representativa de todas estas actividades, la cual sería en este caso, Brigadas, Concursos y Exposiciones.

Citando el caso anterior pondremos de ejemplo "la semana de la danza", colocando todo tipo de propaganda en lugares estratégicos como: el reloj checador, la recepción, los elevadores, los baños, los pasillos más concurridos, además de las entradas y salidas:

- Instalando cápsulas informativas en el extremo derecho e izquierdo de los elevadores, así como en cada uno de los edificios restantes sobre todo en la planta baja siendo estos lugares de mayor concurrencia durante todo el día.
- Introducirlos a cada uno de los ambientes, danza, teatro, cine, etcétera, brindándoles exhibiciones de cada evento, permitiendo así la participación de la gente después de varios días de haberles hecho partícipes de la información, motivándolos para expresarse en todos los sentidos.
- Como ya es sabido, en Pemex se tiene por costumbre difundir la información a través del tríptico tradicional, en base a esto se podría emplear un tríptico para la danza, otro que hablara del teatro, otro del cine, y así sucesivamente con cada una de las actividades representativas de cada uno de los tres proyectos propuestos, y ya sea semanal o mensual, dependiendo de los calendarios de actividades dispuestos.



•Organizar una serie de actividades dependiendo del tema del que se este tratando ese mes o esa semana y divulgarla a través de volantes, los cuales se entregarían a la entrada y salida de los trabajadores, dándoles a conocer las actividades del día siguiente al que se les este entregando, así como horarios y lugares donde estos serán efectuados.

•Para dar a conocer todas las actividades que se realizarán durante esa semana y para evitar un gasto mayor en volantes, trípticos, carteles o audiovisuales, se optaría por mamparas o mantas ubicados en lugares estratégicos anunciando las actividades semanales así como los lugares y horarios en donde estos serán presentados.

•Dentro de las actividades a realizarse podrían considerarse también los concursos de participación directa de los trabajadores; así como cortas pláticas dadas por gente que se desempeñe o haya desempeñado en el área, de cierta reputación o prestigio para poder así motivar a la gente hacia la participación de los diferentes eventos, talleres, shows, etcétera.



capítulo 3
Alternativa Gráfica

3.1 EL TRIPTICO COMO ALTERNATIVA Y JUSTIFICACION

Debido al acuerdo realizado entre el Diseñador Gráfico y la Institución requiriente de este medio de difusión, se concluyó lo siguiente: se efectuará un tríptico cuyas medidas serán 23.75 x 35 centímetros, contando este con cuatro dobleces verticales, (figura 1)

35 cms.

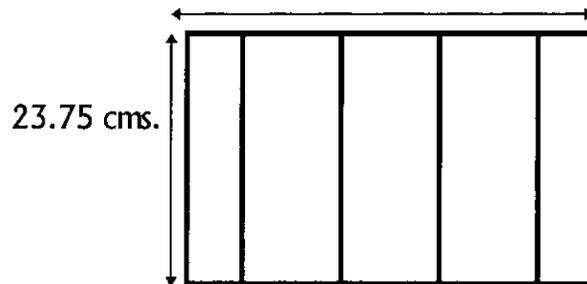


Figura 1
Figura 1

cinco caras interiores y cinco caras exteriores, es decir, diez caras frente y vuelta, para poder obtener de esta forma mayor espacio para la distribución de la información requerida. (figuras 2 y 3)

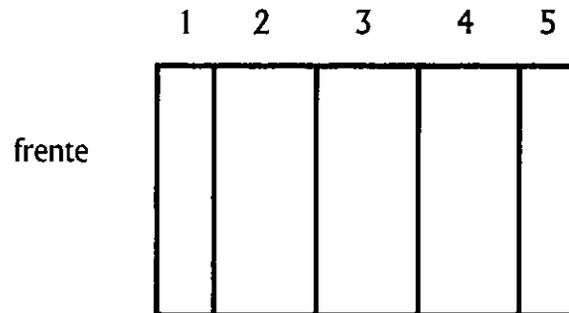


Figura 2
Figura 2

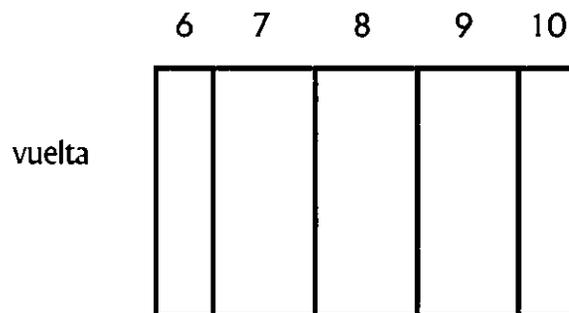


Figura 3
Figura 3

Las medidas de las caras centrales de este tríptico ocuparán $\frac{4}{5}$ partes del total, midiendo 8.75 centímetros de ancho y 23.75 centímetros de largo cada una, (figura 4)

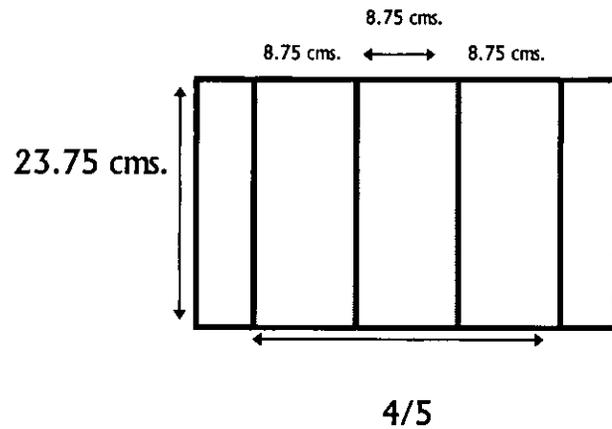


Figura 4
Figura 4

las dos caras restantes del tríptico formarán $\frac{1}{5}$ parte del total, con 4.4 centímetros de ancho y 23.75 centímetros de largo cada una, (figura 5)

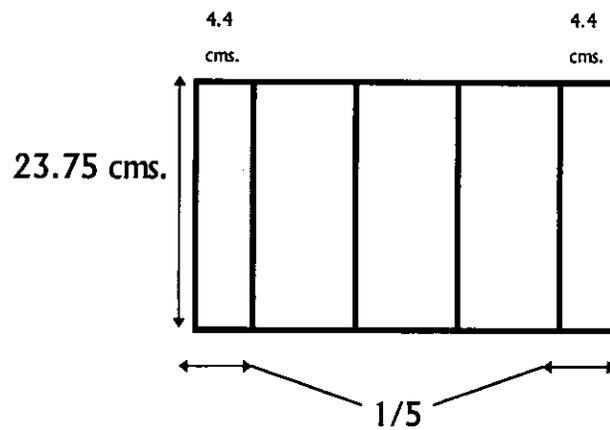


Figura 5
Figura 5

ambas caras juntas, contarán con 8.75 centímetros, es decir, la medida de cualquiera de las tres caras centrales (figura 6), citadas en el párrafo anterior, coincidiendo éstas, darán la cara frontal del tríptico donde se encontrará el logotipo de Pemex, lo cual se ejemplificará posteriormente.

El motivo por el cual se decidió que tres de las caras tuviesen dos veces o la mitad de la medida de las otras tres, fué la conclusión a la que se llegó después de jornadas de discusión realizadas enfocadas hacia el proceso de ejecución del formato, tamaño y dobleces entre los ejecutivos encargados de este proyecto y el Diseñador Gráfico.

Con todo esto se pretendió salirse un poco del contexto generalizado que se tiene en esta institución al respecto de la utilización y distribución de espacios en este tipo de soportes gráficos, los cuales son solo de seis caras en total y misma medida para todas; en resumen, se pretendió dar un vuelco en las formas preexistentes de organización en espacio y dobleces.

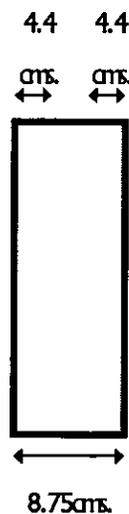


Figura 6
Figura 6



Dentro de lo acordado por el grupo de ejecutivos de Pemex y el Diseñador Gráfico, se encuentra también, la utilización del tríptico como conducto de la fajilla de pago de los trabajadores de esta institución ante la preocupación que se tenía en torno a la manera de distribución y entrega a los trabajadores.

Esta decisión fué tomada ante la necesidad de informar mas segura, rápida y eficientemente lo contenido en dicho tríptico, ya que de esta manera cada uno de los trabajadores recibiría personalmente y sin excepción, el tríptico, lo cual traría como consecuencia un resultado esperado, ya que es sumamente difícil que a algún trabajador se le llegase a olvidar el cobro de su catorcena.

Se contemplaron también aspectos como el que solo tomaran su catorcena sin leer la información contenida en el tríptico y fuese tirada posteriormente, doblada o rayada entre otras cosas, lo cual podría tener un porcentaje alto, pero esta consecuencia se correría igualmente al ser entregado a través de medios como fuese a la salida y entrada principales, o de cada edificio, o piso de la institución, en los pasillos o departamentos.

Dadas estas razones, pasemos a los detalles técnicos, la fajilla de pago mide 21 x 17.5 centímetros, esta se encontrará insertada en el interior del tríptico, estará situada en la cuarta cara interior (contando de derecha a izquierda), y sobre el segundo cuarto (contando de abajo hacia arriba). (figura 7)

En este espacio se realizarán dos cortes horizontales y paralelos, efectuándose con la medida que contendrá la fajilla de pago doblada en tres partes, la cual será de 7 x 17.5 centímetros, y el ancho suficiente para poder ser sostenida sin el peligro de poder ser deslizar fácilmente hacia el exterior. (figura 8)

Dichos cortes fueron efectuados de tal manera que uno sirva de entrada y otro de salida (figura 9), con el objeto de mantener segura y equilibrada la fajilla de pago sin que esta pudiera salirse, caerse o doblarse lo cual sería el principal problema.

Los cortes tendrán que ser precisos en lo posible, ya que un aumento de un milímetro como mínimo, tendría como consecuencia el rompimiento del objetivo de estos cortes, es decir, el sostenimiento de la fajilla.

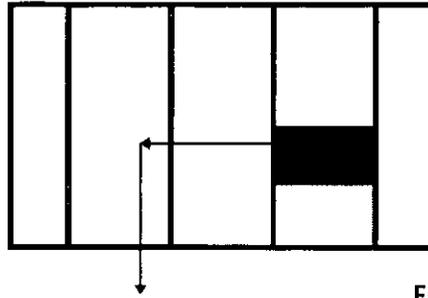


Figura 7
Figura 7

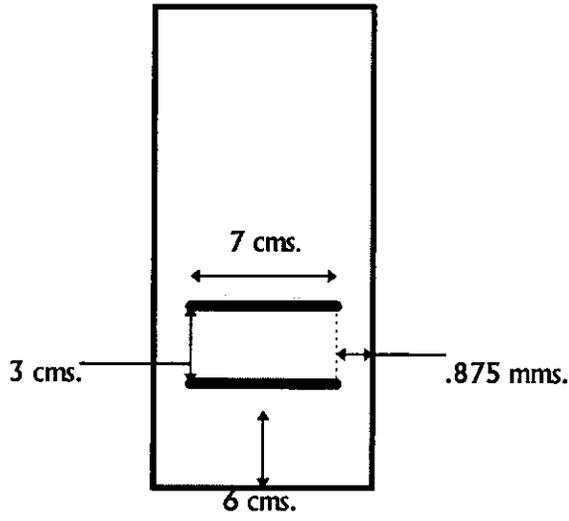


Figura 8
Figura 8

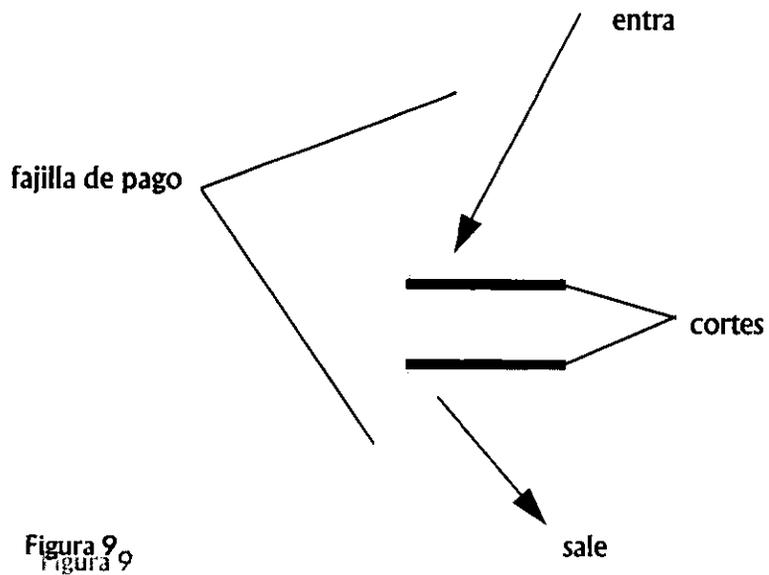


Figura 9
Figura 9

3.2 EL PAPEL

Factor por demás importante, es el papel que se empleará para la realización del tríptico.

Después de haber realizado diferentes propuestas de papel para entre otras cosas, tomar en consideración la mejor presentación, distribución y anclaje de tintas, se concluyó entre el personal encargado del proyecto y el Diseñador Gráfico que, el papel que se utilizará para este soporte gráfico sería couché en su presentación doble cara (2/c) de 70 x 95 centímetros y con un peso de 135 kilogramos.

Se efectuaron diferentes propuestas para la mejor distribución de los trípticos dentro de esta presentación de papel (70 x 95cm), realizando diferentes sugerencias también en cuanto al tamaño del tríptico, reduciendo o ampliándolo de la medida original, sin llegar a tener cambios significativos :

- Con un tríptico de 31.65 x 23 centímetros, es decir, .75 mm. de ancho y 3.35 cm. de largo menor a la medida original, saldrían nueve trípticos en un pliego de couché de 70 x 95, con un sobrante a lo ancho de .5 mm. y 1 cm. a lo largo. (figura 10) Esta propuesta fué descartada por el sobrante que multiplicándolo por la cantidad de pliegos necesarios para la impresión, el desperdicio de papel sería considerable.

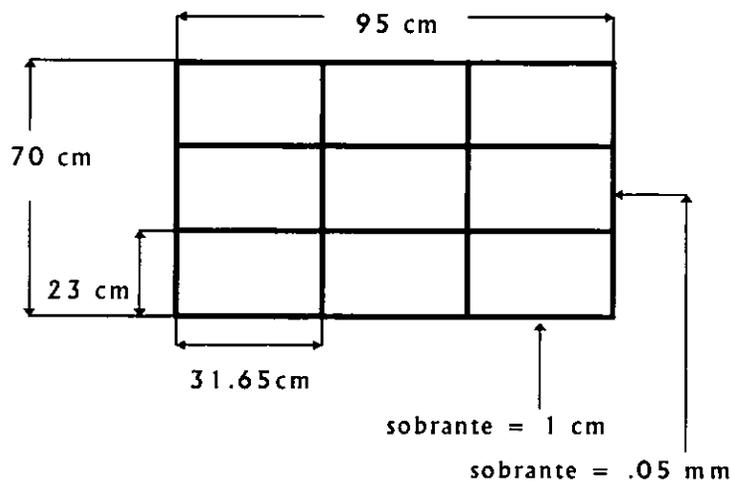


Figura 10
Figura 10



• Con un tríptico de 47.5 x 23 centímetros, es decir, .75 mm. de ancho y 12.5 cm. de largo mayor a la medida original, saldrían seis trípticos en un pliego de couché de 70 x 95, sin sobrante a lo ancho, y con 1 cm. a lo largo. (figura 10) Esta propuesta fué descartada debido a que las dimensiones del tríptico eran ya considerables respecto al original. (figura 11)

En este caso se ganaba espacio para la información pero se perdía practicidad y manejabilidad, aunado al incremento en costos por requerirse mayor cantidad de pliegos para el total de la impresión y el sobrante iba a ser aun mayor.

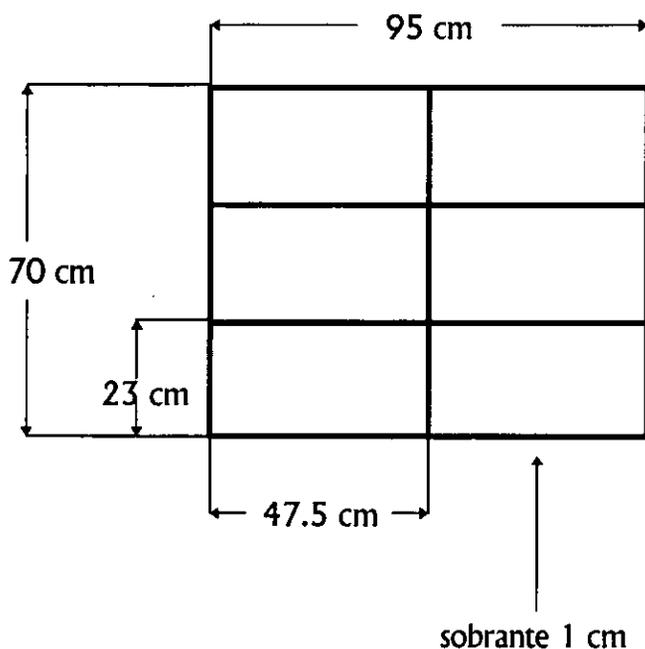


Figura 10
Figura 10

• Otros:

| | | | |
|-------------------------|----------|---|----------------------|
| lado mayor (tríptico) | sobrante | = | lado mayor (papel) |
| 34 x 31.65 cm. | .5mm. | = | 94.95 cm. |
| 34 x 31.60 cm. | .2mm | = | 94.80 cm. |
| lado menor (tríptico) | sobrante | = | lado mayor (papel) |
| 23 x 21.50 cm. | 1 cm. | = | 69.00 cm. |
| 23.3 x 21.50 cm. | .1 mm. | = | 69.90 cm. |

La razón por la cual se decidió la disposición de este papel fué en primera instancia por no existir sobrante en ambos lados, por contar con un buen número de trípticos por pliego (ocho), doble cara porque será impreso por ambos lados y tiene mejor presentación una impresión que tenga el mismo lustre en el papel por ambos lados que solo por una de las dos caras, y 135 kilogramos porque es un peso aceptable promedio dentro de los existentes de este tipo de papel, además de ser manejable y resistente tanto a la impresión como para el usuario.

Finalmente se eligió la medida de 23.75 x 35 cm. para el tríptico ya que fueron las indicadas para el máximo aprovechamiento del pliego del papel, no existirán sobrantes, de otra manera reduciendo o ampliando las medidas del tríptico se hubiesen obtenido excedentes. (figura 12)

Considerando que saldrán ocho trípticos de 35 x 23.75 centímetros por cada pliego, se requerirán para la impresión de 6 mil trípticos un total de 750 pliegos.

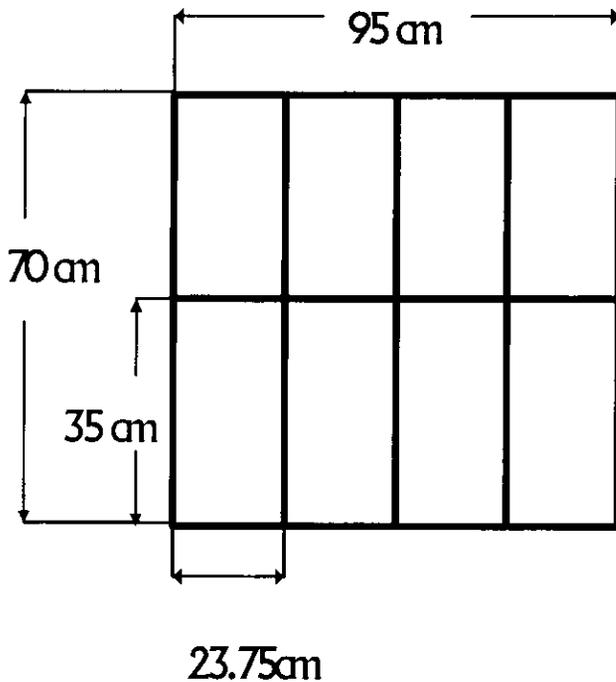


Figura 11
Figura 11

no existe sobrante

3.3 LA IMPRESION

Trasladémonos ahora a tocar el tema del sistema de impresión que se aplicará para este soporte gráfico llamado "tríptico".

Se hicieron varias sugerencias al respecto por parte del Diseñador Gráfico hacia los ejecutivos de Petróleos Mexicanos, tales como, la serigrafía, la flexografía, el offset tradicional y el offset digital.

La primera propuesta, serigrafía, fué una opción viable cuando se tenía contemplada la impresión de solamente 500 trípticos como pruebas. Después se suprimieron las pruebas debido a la falta de capital.

Habiendo decidido ya, que no se efectuarían pruebas, se concluyó que se imprimieran en el sistema que Pemex maneja cuando requiere de tirajes largos, es decir, el offset tradicional, ya que ellos tienen sus propios impresores referentes a este ramo, con los cuales existen contratos y negociaciones previas para evitarse gastos mayores.

Se sugirió la posibilidad de que el Diseñador Gráfico pudiese estar desde sus orígenes hasta el final de este proceso de impresión, es decir, dándole seguimiento para evitar así posibles fallas como, registros y tonos incorrectos usuales en este medio, así como elementos desfazados o colocados hacia arriba, abajo o hacia los lados, excepto donde realmente deberían de ir.

Petróleos Mexicanos accedió a que el Diseñador Gráfico supervisara completamente la impresión, para evitar detalles como los que anteriormente se citaron, recalcando con esto que la impresión siempre tiene un margen de error de un 5 a un 7%, aún cuando se le está supervisando.

Finalmente el tiraje que Petróleos Mexicanos efectuará será de 1,500 trípticos para cuatro edificios (A, B, C, D, situados en Marina Nacional # 329), dando un total de 6,000 trípticos.

Los colores que Petróleos mexicanos autorizó para la impresión del tríptico fueron solamente los colores institucionales. A continuación se presentan las codificaciones de tintas, que deberán utilizarse para la reproducción del logotipo Institucional, grafismos complementarios, textos, etcétera.¹⁸

| COLOR | CODIGO DEL TONO |
|---------------------|-----------------|
| Rojo Institucional | PMS 186 |
| Verde Institucional | PMS 348 |
| Gris Institucional | PMS 432 |
| Plata Institucional | PMS 877 |

A partir de estos colores autorizados por la Institución se determinó entonces que la impresión se realizaría aplicando el verde, rojo y porcentajes del gris Institucional, suprimiendo el color plata pues este es generalmente empleado para señalética, no para medios impresos.

18. "MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL"
Lineamientos Básicos del Logotipo Institucional.
PEMEX

3.4 IDENTIDAD INSTITUCIONAL (PEMEX)

Petróleos Mexicanos ha venido proyectando su imagen a través de múltiples expresiones gráficas. Esto llevó a la creación de un símbolo que las reúne y que proyecta de manera sólida y consistente las características de la Institución.

Este subíndice hablará de los usos incorrectos en la utilización de este símbolo de Petróleos Mexicanos, dándole importancia a este apartado por la gran preocupación que expone Pemex ante la indibida aplicación de su identidad siempre que requiere ser expuesta.

Principalmente reafirman su especial interés ante la mala aplicación de la proporción, forma, posición o color de los elementos que conforman la unidad símbolo-logotipo, la cual constituye un error que va en detrimento de la normatividad que sustenta la Identidad Institucional.

A continuación se exponen los factores mas recurrentes al respecto, tomados directamente del Manual de Identidad de esta Institución:

- Símbolo en posición inversa



- Símbolo después del logotipo





- Colores en posición Inversa



- Símbolo mas pequeño de lo indicado



- Mala posición del logotipo y del símbolo



- Símbolo abajo de logotipo

PEMEX



- Logotipo más pequeño de lo indicado



PEMEX

Utilización del símbolo sin el logotipo



Utilización del logotipo sin el símbolo

PEMEX

Se especifican a continuación algunos puntos básicos para tomarse en consideración, respecto también a la aplicación de su Identidad, usos y colores:

- “Los colores corporativos, rojo 186 y verde 348 del sistema de impresión Pantone (PMS, Pantone Matchin System), solo se podrá aplicar sobre fondo blanco o colores grises 427 y 428, o equivalente, mate o brillante.
- Grabado en seco sin color (bajo relieve o realce).
- Se podrá aplicar sobre cualquier fondo de color uniforme (plasta). En la medida de lo posible se recomienda el color blanco.
- Blanco o negro. Se podrá aplicar sobre cualquier fondo de color, incluyendo fotografías, grabados, etc., siempre y cuando sea contrastante.
- Gris 430. Se podrá aplicar sobre cualquier fondo de color siempre y cuando sea contrastante. En la medida de lo posible se recomienda el color blanco.

El simbolo-logotipo NO PODRA UTILIZARSE, sin excepción alguna, en colores no indicados anteriormente.” 19

3.5 APLICACION LOGOTIPO (PEMEX) EN EL TRIPTICO

Como punto siguiente a tratar se describirán y ejemplificarán en este subíndice así como en los subsecuentes, los acuerdos a los que finalmente se llegaron entre los ejecutivos de Petróleos Mexicanos y el Diseñador Gráfico encargado del proyecto; lo cual, fué la conclusión determinada después de pláticas, test, investigaciones y bocetajes, entre otras cosas, realizadas entre ambas partes.

Dentro de algunas de las características esenciales en torno a este soporte gráfico, fueron:

- el tamaño y espacios disponibles para el cúmulo de información que requería ser expresada.
- la manera en como se realizaron los dobleces.
- la aplicación de la Identidad Institucional con sus diferentes representaciones, distribuidas en todo el tríptico.
- la manera de abrirse, lo cual simulaba, al dividirse el logotipo en dos partes, cuestiones como, “bienvenido”, Pemex siempre está contigo, brindándote apoyo mediante la realización de estos proyectos y otras cosas.
- la utilización de viñetas acorde a cada una de las actividades representativas de cada uno de los proyectos participantes, las cuales fueron claras y obvias incluso, para no caer en el desconocimiento de las misma; el lenguaje y las viñetas, fueron especialmente sugeridas y seleccionadas por parte de Petróleos Mexicanos, para un mejor entendimiento por parte de los trabajadores.
- finalmente el suaje efectuado dentro de una de las caras interiores del tríptico para la inserción de la fajilla de pago de los trabajadores.

la descripción física del desarrollo del tríptico se efectuará de la siguiente manera:

Para entender claramente las descripciones que posteriormente se enunciarán dentro de éste apartado, serán numeradas de la siguiente forma cada una de las caras del tríptico abierto, las cuales se ejemplificarán en dos presentaciones, frente (figura 12) y vuelta (figura 13).

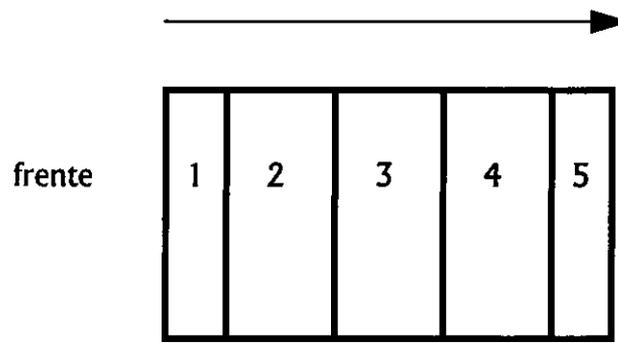


Figura 12
Figura 12

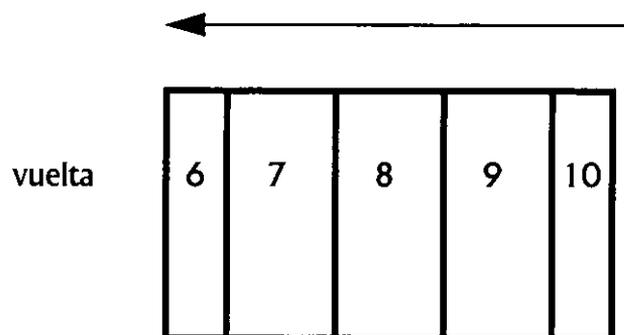


Figura 13
Figura 13

Comencemos hablando de las primeras caras del tríptico, es decir, las caras # 6 y #10 (figura 14), que serán la primera presentación. En estas dos caras se localizará el logotipo de Petróleos Mexicanos. Ambas caras de 4.4 cm cada una, se juntarán formando una cara de 8.75 cm.. El logotipo de Pemex, se encontrará situado en el segundo quinto de abajo hacia arriba (figura 15), el cual, al abrirse ambas caras se dividirá en dos partes iguales. (figura 16)

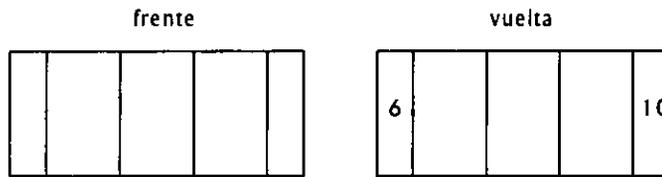


Figura 14
Figura 14

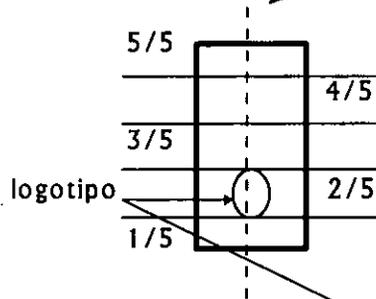


Figura 15
Figura 15



Figura 16
Figura 16

Al abrirse las dos caras anteriores se encontrará la parte introductoria, la cual constará de tres caras, cara #1, #2 y #5, (figura 17) . Las dos laterales medirán 4.4 x 23.75 centímetros cada una, éstas dos formarán la mitad del total (de la parte introductoria), la cara central medirá 8.75 x 23.75 centímetros siendo esta la otra mitad del total, (figura18). En esta sección se localizará la introducción a la información contenida posteriormente, se ejemplificarán las caras #1 y #2, la cara #5, será mostrada en páginas sucesivas. (figura 19)

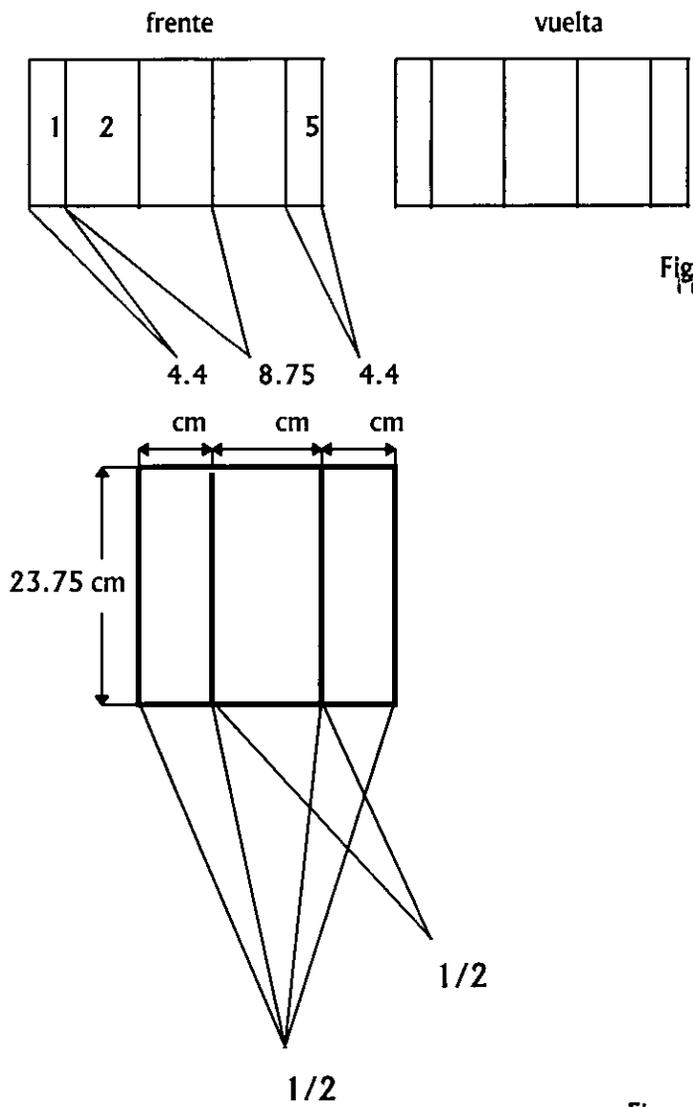


Figura 17

Figura 18

¡ P E T R O L E R O ! ¡



Vivimos actualmente un momento histórico en el que diversos factores propician un cambio cultural de nuestro pueblo, factores como la apertura económica y la integración mundial, entre otros. Por lo tanto, este tiempo histórico exige imperiosamente el conocimiento de los valores artísticos, culturales y familiares que poseemos.

Mediante los programas siguientes pretendemos promover el desarrollo integral del petrolero y de sus familias, así como el desenvolvimiento de las distintas capacidades y potencialidades de los individuos.

Mejoraremos también el aprovechamiento de todos los recursos materiales y técnicos, logrando en términos generales, decir que la cultura como parte de la educación puede significar mayores niveles de vida debido a un conocimiento general más amplio de todas las cosas.



Figura 19
Figura 19

En las caras #1 y #2 que forman parte de la sección introductoria, (figura 20) se encontrarán once logotipos con un 10% de gris aproximadamente. Partiendo con un logotipo de la parte superior y otro de la parte inferior y ejerciendo un movimiento hacia arriba (el inferior) y hacia abajo (el superior), y con una inclinación hacia la izquierda de entre 1.5 y 1.8 cm, este movimiento se efectuará cuatro veces, hasta llegar al centro (ésto quedará por debajo del texto, el cual será mencionado posteriormente). (figura 21)

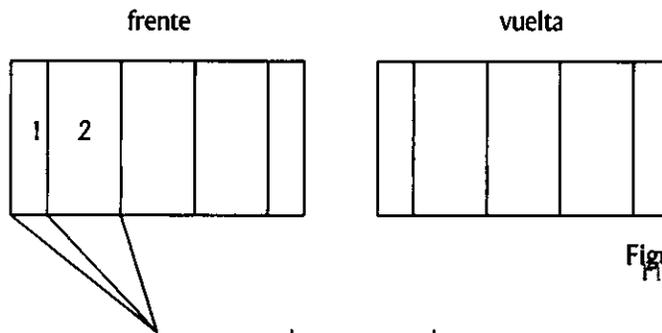


Figura 20
Figura 20

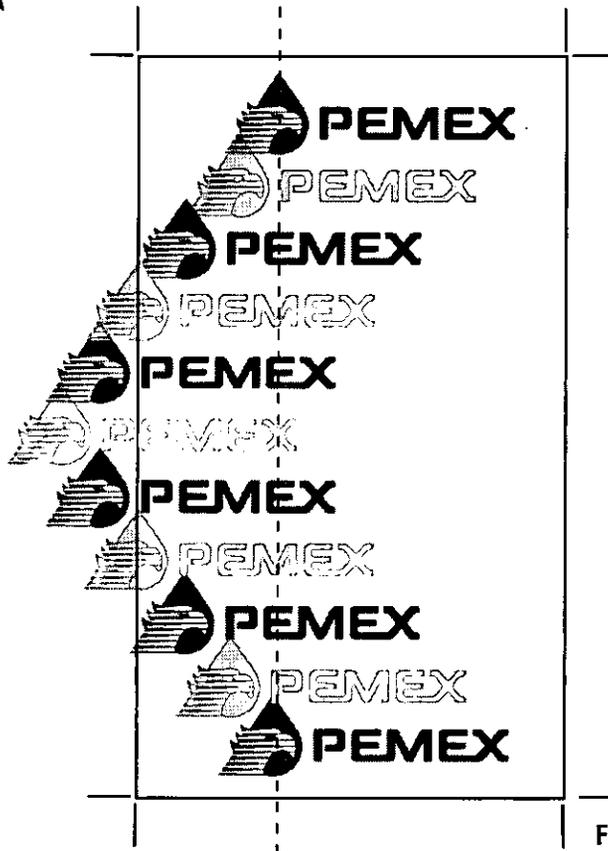


Figura 21
Figura 21

En la cara #7 (figura 24) se encontrará un logotipo en gris al 10%, ubicado en el segundo cuarto del total de la cara y con una dirección de inferior dirigida hacia la parte superior (figura 25). Esta cara será la que cerrado el tríptico totalmente sea la parte posterior del mismo.

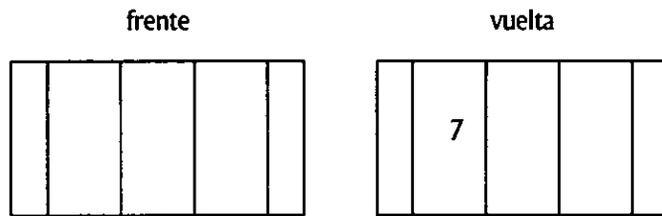


Figura 24
Figura 24

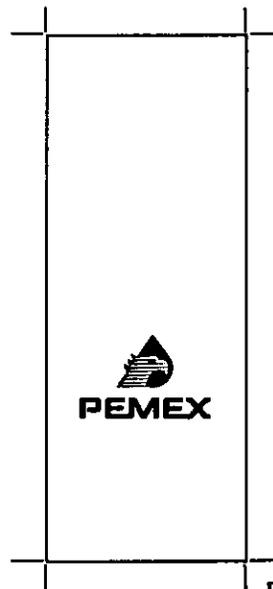
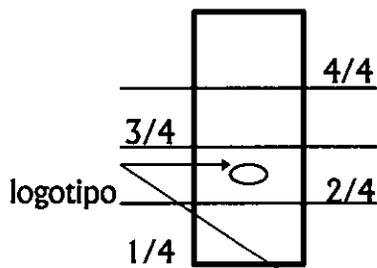
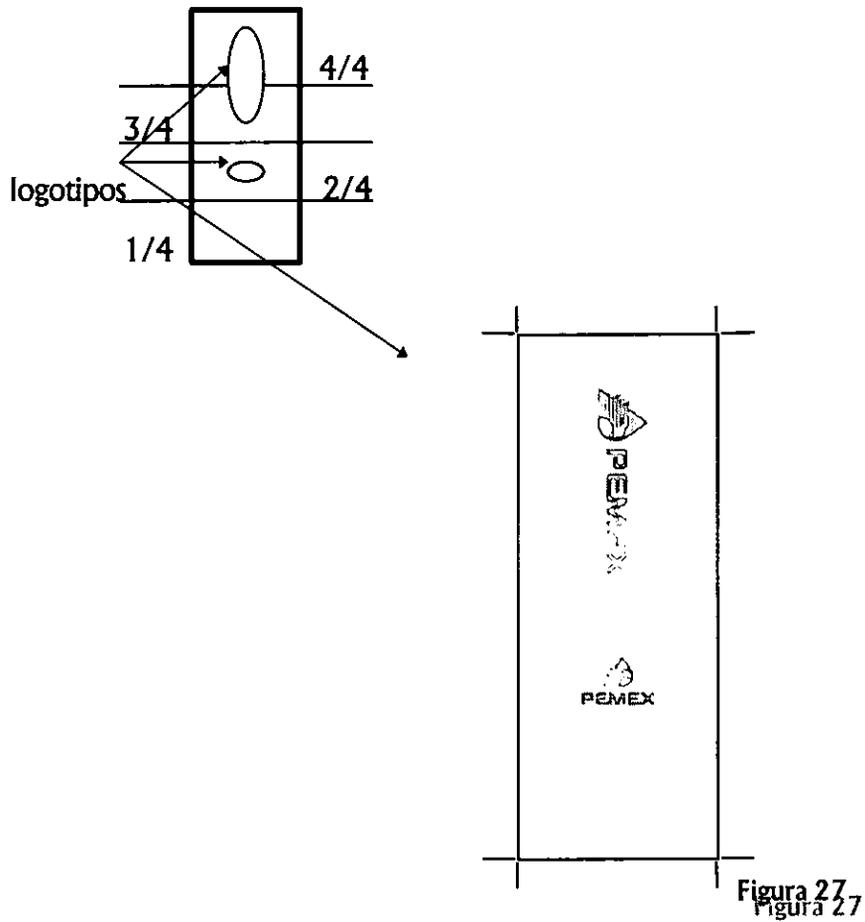
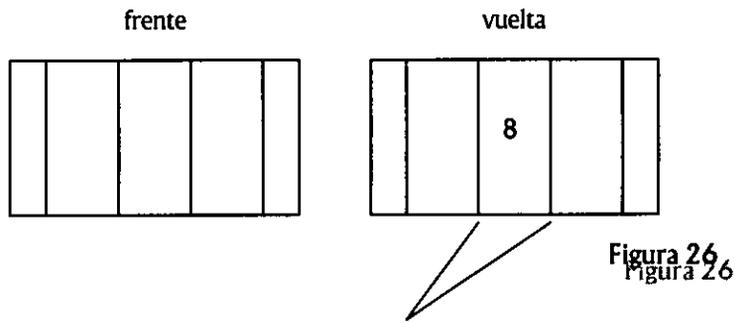


Figura 25
Figura 25

La cara #8 (figura 26), consistirá de dos logotipos con un 10% de gris c/u, uno de ellos se localizará en el segundo cuarto (de inferior a superior), y el otro abarcará desde el primer cuarto (de arriba hacia abajo), hasta poco antes del límite central (figura 27), ambos estarán centrados (ambos se encontrarán por debajo del texto) (figura 28).



Lic. Evangelina Lara Alcántara
de Vorrath
JEFA DE LA UNIDAD

Lic. Pilar de la Roz
JEFA DEPTO. GESTION
ADMINISTRATIVA

Profa. María Isela Gomez
Muñoz
JEFA DEPTO. DE FOMENTO
CULTURAL Y RECREATIVO

Lic. Patricia García Robles
JEFA DEPTO. PRESTACIONES
SOCIALES

Lic. Luis Barrera Flores
JEFE DEPTO. ASISTENCIA
SOCIAL

Prof. Federico Godoy Silva
COORDINADOR ZONA
METROPOLITANA

Lic. Rogelio Veytia
COORDINADOR PROGRAMA
DE CULTURA

Lic. Mireya Sánchez Ramos
JEFA OF. DESARROLLO
INFANTIL.

3.6 IMAGENES

Las imágenes referentes a los programas que se darán a conocer, se encontrarán en las caras #3, #4 y #9, existirán también imágenes en la cara #2, es decir en la parte introductoria.

Las imágenes de las caras #3 y #4 (figura 29), serán referentes a dos de los tres programas expuestos. Las relativas a " Actividades Recreativas", serán cámaras, cintas y objetos cinematográficos, tickets, negativos de película, elementos alusivos a algunos deportes, así como un payaso representando éste actividades infantiles, (todos estos referentes a la parte primordial del programa). (figura 30)

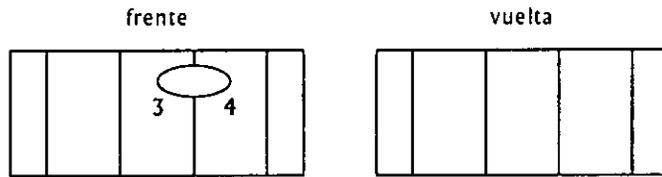


Figura 29
Figura 29

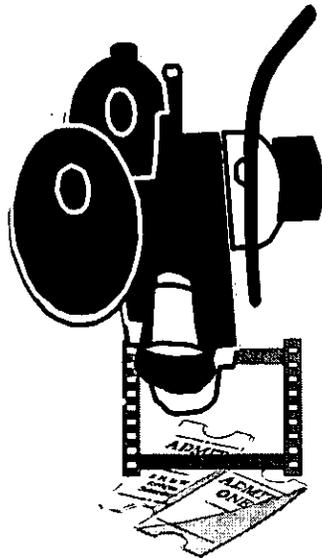
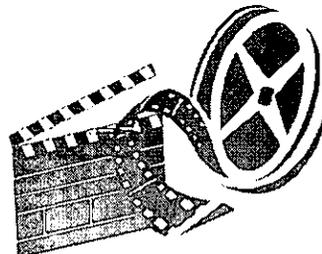
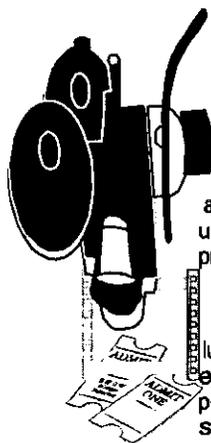


Figura 30
Figura 30





La recreación es el óptimo aprovechamiento del tiempo libre, para la distracción, la diversión y el **entretimiento**, razón por la cual te proporcionaremos descanso y esparcimiento como objetivo **primordial**;

ACTIVIDAD

además de alentar y fortalecer la unidad familiar. Extenderemos la práctica de actividades manuales,

RECREATIVAS

lúdicas y culturales en diversos espacios de uso común, permitiéndole al trabajador y a su familia un **completo desarrollo**, encaminado al sentido de participación y disfrute de las actividades recreativas.

Figura 30
Figura 30

Las imágenes referentes a “Brigadas, Concursos y Exposiciones”, caras #3 y #4 (figura 31), serán en este caso, máscaras representando todo tipo de actos teatrales, pentagramas, diversos instrumentos musicales para exponer toda clase de eventos de este tipo, un pincel y una paleta artística para todo tipo de exposiciones o representaciones que tengan que ver con las artes plásticas. (figura 32)

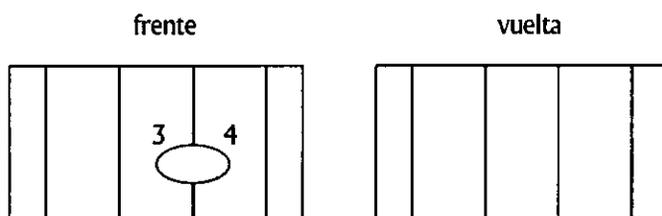


Figura 31
Figura 31

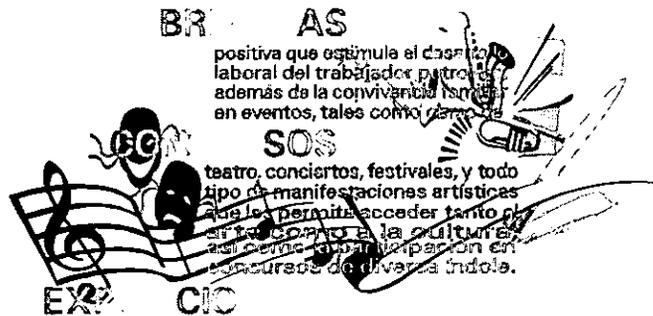


Figura 32
Figura 32

Estimulando el gusto por las manifestaciones estéticas y artísticas, desarrollaremos una actitud

BR **AS**

positiva que estimula el desarrollo laboral del trabajador, pero además de la convivencia también en eventos, tales como



teatro, conciertos, festivales, y todo tipo de manifestaciones artísticas que le permita acceder tanto al arte como a la cultura así como también participar en concursos de diversa índole.

EXERCICIO

Se realizarán también montajes e inauguraciones de obras pictóricas, escultóricas, fotográficas, etc., tanto de la producción creativa de los trabajadores y sus familias, como de destacados artistas mexicanos e internacionales.

Figura 32
Figura 32

La cara #9 corresponderá a "Bibliotecas" (figura 33), exponiendo imágenes como cámaras de video, video y audiocasetes, libros y simulaciones de cursos de capacitación, representando las diferentes actividades que este proyecto brindará. (figura 34)

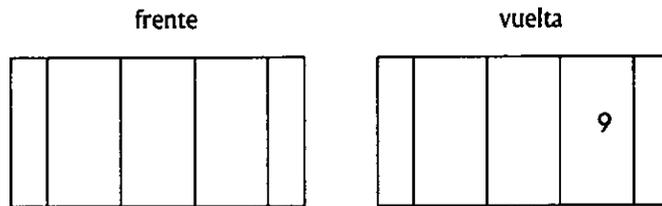


Figura 33
Figura 33

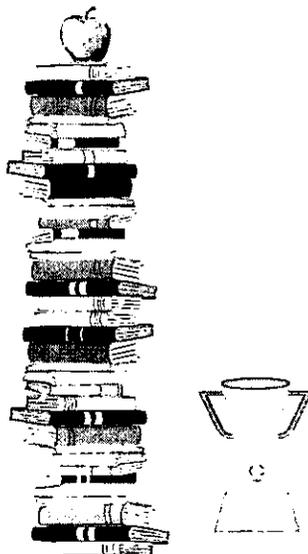
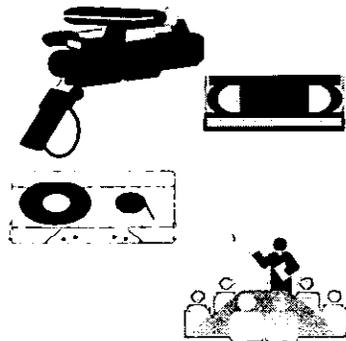
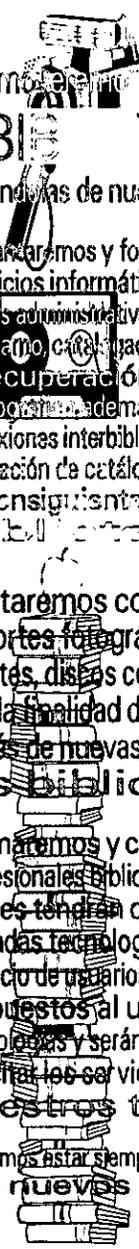


Figura 34
Figura 34



Promoveremos el uso de las
BIBLIOTECAS

dotándolas de nueva tecnología.

Implantaremos y fortaleceremos los servicios informáticos aplicados a tareas administrativas, adquisiciones, préstamo, catalogación, clasificación y recuperación del acervo bibliográfico, además de establecer conexiones interbibliotecarias, para la formación de catálogos colectivos y el consiguiente intercambio interbibliotecario.

Contaremos con crecientes soportes fotográficos, videos, casetes, discos compactos, etc., con la finalidad de enriquecer a través de nuevas tecnologías a las bibliotecas.

Formaremos y capacitaremos profesionales bibliotecarios, en los cuales tendrán cabida las más variadas tecnologías, puestas al servicio de usuarios que estarán ya dispuestos al uso de dichas tecnologías y serán los primeros en solicitar los servicios al tenor de nuestros tiempos.

Debemos estar siempre abiertos, hacia los nuevos sistemas.

Todas las imágenes serán representadas en diversos porcentajes de grises, y serán fáciles de identificar y comprender por los trabajadores debido a su obvia representación y significación, logrando de esta manera informar de las algunas de las actividades que contendrán cada uno de los programas.

3.7 TIPOGRAFIA

Pasemos ahora a tocar el tema de la tipografía que se utilizará en el texto del tríptico , para lo cual se tomaron los siguientes lineamientos establecidos por el manual de Identidad Institucional de petróleos Mexicanos:

- Para todas las publicaciones de la Institución, se debe utilizar la tipografía **UNIVERS**. Es recomendable no utilizar más de tres tipos diferentes de alfabetos dentro de una misma publicación.
- La familia tipográfica **UNIVERS**, podrá ser sustituida solamente en casos excepcionales, por la familia tipográfica **HELVETICA**.
- Estos alfabetos pueden ser utilizados para textos, títulos, subtítulos, etc., existen en alturas que van desde 6 hasta 72 puntos.

Se ejemplifican a continuación los alfabetos correspondientes a la tipografía **UNIVERS**:

A B C D E F G H I J K L L 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 l l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A B C D E F G H I J K L L 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 l l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A B C D E F G H I J K L L 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 l l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A B C D E F G H I J K L L 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 l l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

El elemento tipográfico localizado en la cara #1, la palabra "petrolero" abarcará casi en su totalidad, las dimensiones de esta cara (4.4 x 23.75 cm), esta palabra será de 48 pts y tendrá un movimiento ascendente-descendente, estará escrito en mayúsculas, con rasgos en bold, contorno blanco y sombra gris. La lectura será horizontal. (figura 35)

PETROLERO

Figura 35
Figura 35

El texto de la cara #2 (figura 36), abarcará casi en su totalidad el espacio disponible de 8.75 x 23.75 cm, dejando un margen aproximado de 3 cm en situaciones superior e inferior, y .8mm en ambos lados (figura 37). La lectura será vertical, tres párrafos y dos imágenes lo constituirán (figura 38).

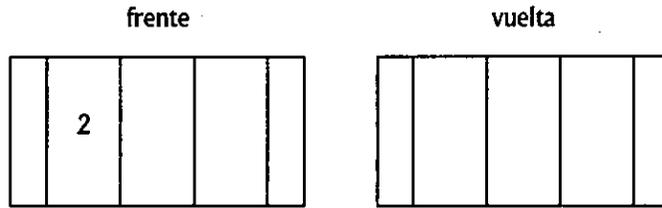


Figura 36
Figura 36

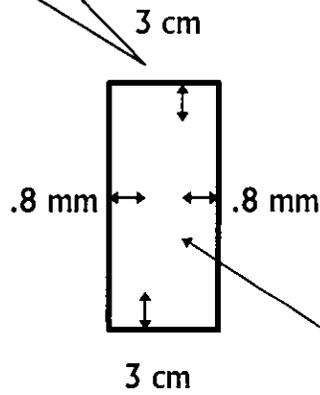


Figura 37
Figura 37

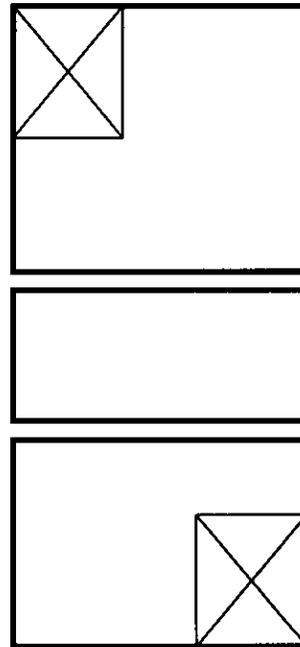


Figura 38
Figura 38



Vivimos actualmente un momento histórico en el que diversos factores propician un cambio cultural de nuestro pueblo, factores como la apertura económica y la integración mundial, entre otros. Por lo tanto, este tiempo histórico exige imperiosamente el conocimiento de los valores artísticos, culturales y familiares que poseemos.

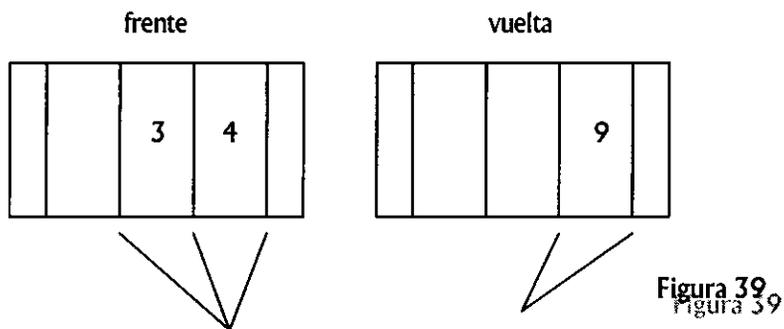
Mediante los programas siguientes pretendemos promover el desarrollo integral del petrolero y de sus familias, así como el desenvolvimiento de las distintas capacidades y potencialidades de los individuos.

Mejoraremos también el aprovechamiento de todos los recursos materiales y técnicos, logrando en términos generales, decir que la cultura como parte de la educación puede significar mayores niveles de vida debido a un conocimiento general más amplio de todas las cosas.



Figura 38
Figura 38

En las caras # 4 y #9 (figura 39), los títulos de cada uno de los programas serán de 20 puntos cada uno, con un a sombra gris ascendente-derecha (figura 40), el resto del texto, es decir, la información referente al tema constará de 12 puntos.



TÍTULOS:

BIBLIOTECA

ACTIVIDADES

RECIBOS

BRIEFING

CONFERENCIAS

EXPOSICIONES

Figura 40

Las cajas tipográficas se efectuarán de la siguiente forma:

- En las caras #3 y #4 (figura 41) se localizará el texto referente a "Actividades Recreativas" encontrándose en la parte superior de ambas. Esta caja será efectuada de forma irregular del lado derecho, es decir, en el término de cada línea, ejerciendo una disminución de palabras por rengón hasta llegar a la parte inferior de la caja o última línea. (figura 42)

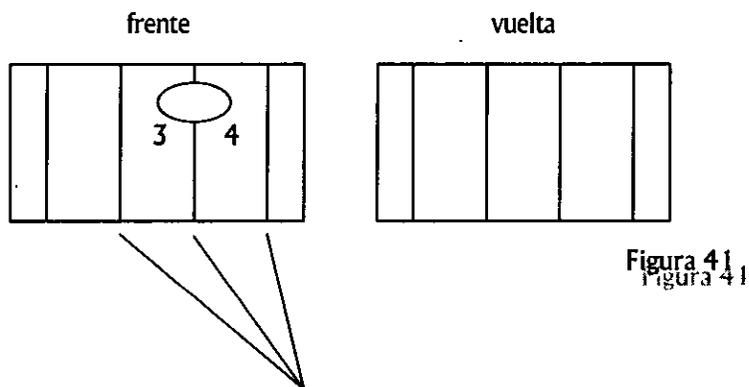


Figura 41
Figura 41

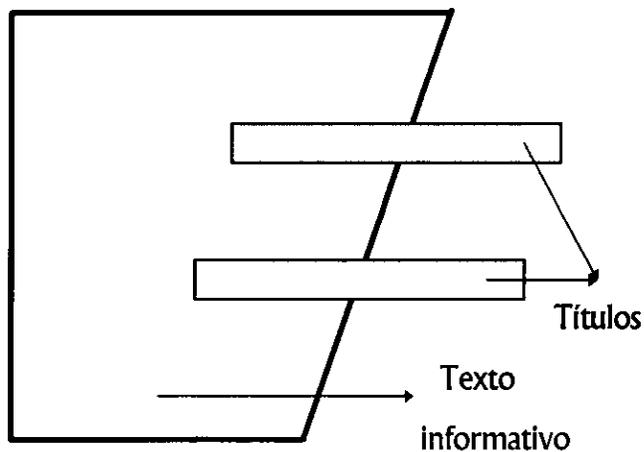


Figura 42
Figura 42

La recreación es el óptimo aprovechamiento del tiempo libre, para la distracción, la diversión y el **entretenimiento**, razón por la cual te proporcionaremos descanso y esparcimiento como objetivo **primordial**;

ACTIVIDADES

además de alentar y fortalecer la unidad familiar. Extenderemos la práctica de actividades manuales,

RECREATIVAS

lúdicas y culturales en diversos espacios de uso común, permitiéndole al trabajador y a su familia un completo **desarrollo**, encaminado al sentido de participación y disfrute de las actividades recreativas.

- Caras #3 y #4 contendrán la información referente a “Brigadas, Concursos y Exposiciones” localizadas en la parte inferior de estas dos caras (figura 43). Esta caja tipográfica tendrá también uno de sus lados irregular con respecto a los otros tres, este será el del lado izquierdo; las palabras aquí irán aumentando conforme se vaya cambiando de renglón, comenzando de menos a más, contrariamente a la caja tipográfica de “Actividades Recreativas”.

Esta dinámica expuesta en estas dos cajas tipográficas fué con el objeto de establecer una lectura un poco menos monótona y visualmente agradable por romper con las formas en ocasiones rígidas de las cajas tipográficas aplicadas en este tipo de soportes gráficos los cuales son empleados comunmente en Petróleos Mexicanos. (figura 44).

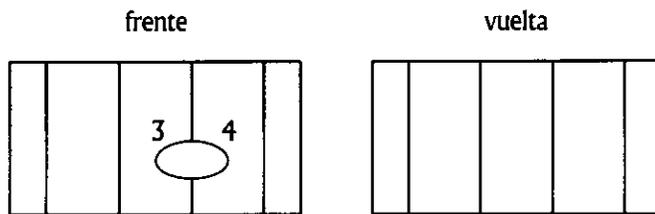


Figura 43
Figura 43

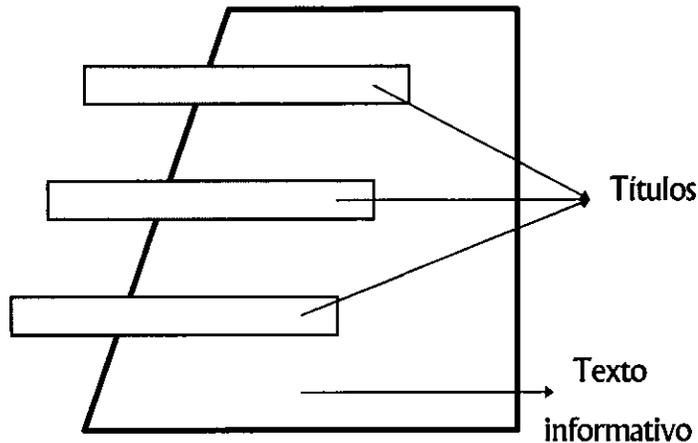


Figura 44
Figura 44

Estimulando el gusto por las manifestaciones estéticas y artísticas, desarrollaremos **una actitud**

BR. AS

positiva que estimule el desarrollo laboral del trabajador petrolero, además de la convivencia familiar en eventos, tales como obras de

CON. SOS

teatro, conciertos, festivales, y todo tipo de manifestaciones artísticas que les permita acceder tanto al arte como a la cultura; así como la participación en concursos de diversos índole.

EXPOSICION

Se realizarán también montajes e inauguraciones de obras pictóricas, escultóricas, fotográficas, etc., tanto de la producción creativa de los trabajadores y sus familias, como de destacados artistas mexicanos e **internacionales.**

- En la cara #9 (figura 45), se encontrará el texto informativo referente al programa de "Bibliotecas", este, a diferencia de los dos anteriores ocupará la totalidad de esta cara con sus respectivos márgenes (figura 46), los cuales serán iguales al de la cara #2. El motivo por el cual se efectuó esta caja tipográfica diferente a las de los otros dos programas fué debido al espacio con que se contaba, siendo este la mitad de los otros dos.

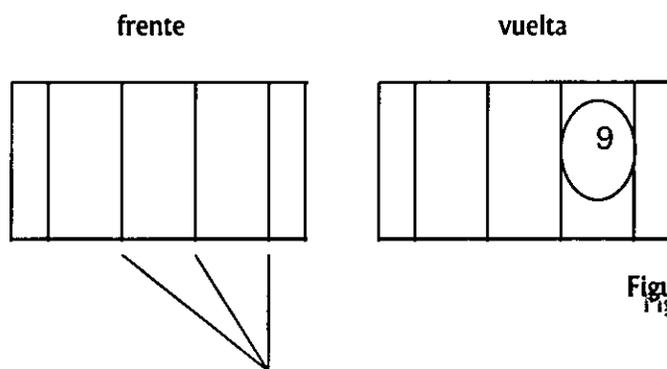


Figura 45
Figura 45

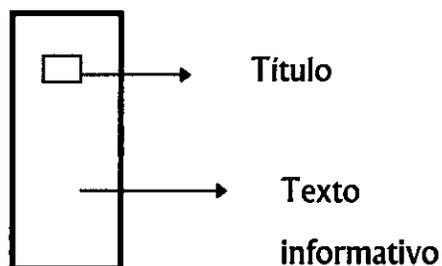


Figura 46
Figura 46

Promoveremos el uso de las

BIB TEC

dotándolas de nueva tecnología.

Implantaremos y fortaleceremos los servicios informáticos aplicados a tareas administrativas, adquisiciones, préstamo, catalogación, clasificación y recuperación del acervo bibliográfico, además de establecer conexiones interbibliotecarias, para la formación de catálogos colectivos y el consiguiente intercambio bibliotecario.

Contaremos con crecientes soportes fotográficos, videos, casetes, discos compactos, etc., con la finalidad de enriquecer a través de nuevas tecnologías a **las bibliotecas.**

Formaremos y capacitaremos profesionales bibliotecarios, en los cuales tendrán cabida las más variadas tecnologías, puestas al servicio de usuarios que estarán ya dispuestos al uso de dichas tecnologías y serán los primeros en solicitar los servicios al tenor de **nuestros tiempos.**

Debemos estar siempre abiertos, hacia **los nuevos sistemas.**

- La cara #8 (figura 47), contendrá el Directorio de los Departamentos dispuestos por Petróleos Mexicanos para este tríptico, ocupando esta cara en su totalidad y dejando los mismos márgenes que en la cara anterior (figura 48).

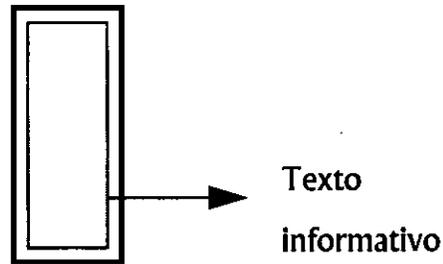
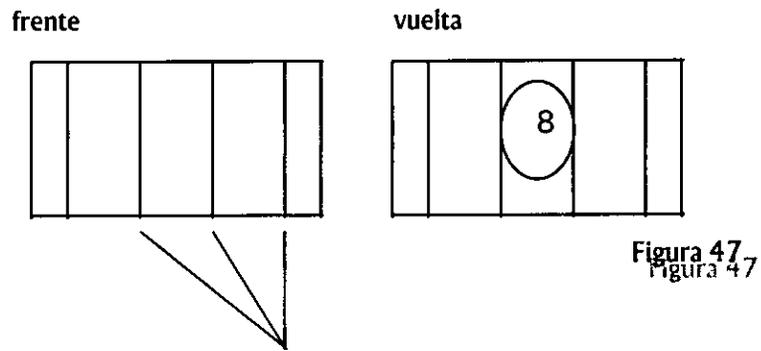


Figura 48

Figura 48

**Lic. Evangelina Lara Alcántara
de Vorrath**
JEFA DE LA UNIDAD

Lic. Pilar de la Roz
JEFA DEPTO. GESTION
ADMINISTRATIVA

**Profa. María Isela Gomez
Muñoz**
JEFA DEPTO. DE FOMENTO
CULTURAL Y RECREATIVO

Lic. Patricia García Robles
JEFA DEPTO. PRESTACIONES
SOCIALES

Lic. Luis Barrera Flores
JEFE DEPTO. ASISTENCIA
SOCIAL

Prof. Federico Godoy Silva
COORDINADOR ZONA
METROPOLITANA

Lic. Rogelio Veytia
COORDINADOR PROGRAMA
DE CULTURA

Lic. Mireya Sánchez Ramos
JEFA OF. DESARROLLO
INFANTIL.

3.8 ELEMENTOS EXTRATIPOGRAFICOS SECUNDARIOS

En la parte superior de las caras #3, #4, #8 y #9 (figura 49), se aplicarán diversos triángulos en diferentes formas y medidas, los cuales se encontrarán superpuestos (figura 50). En la parte inferior serán de mayor tamaño que en la parte superior (la cara #8 estará exenta de estos elementos en la parte superior), solo en las caras #3, #4 y #9 donde se habla específicamente de los tres programas, tendrán estos elementos en la parte superior e inferior, para crear así la diferencia entre esta información y el resto del tríptico (figuras 51 y 52)

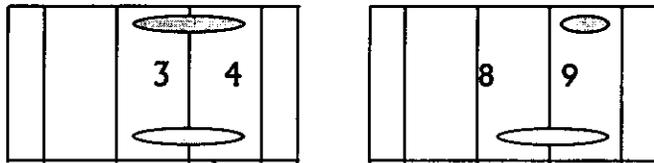


Figura 49
Figura 49

Superior

Inferior

Figura 50
Figura 50

cara#3 y #4

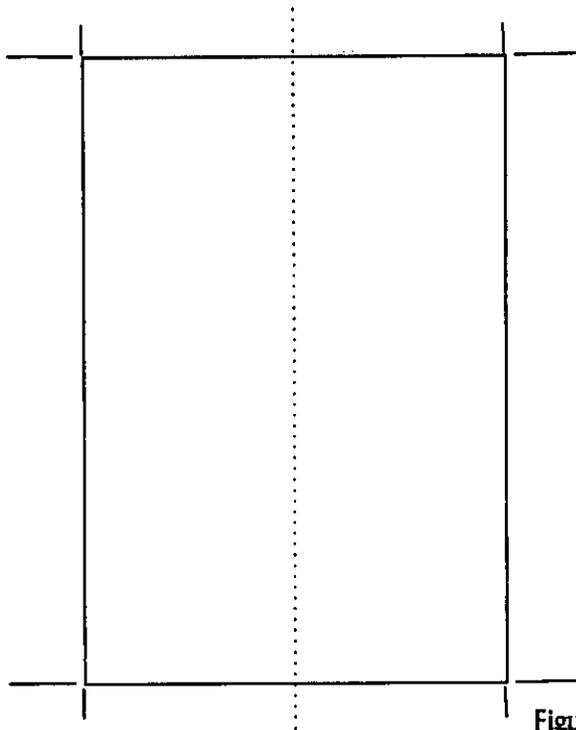


Figura 51
Figura 51

cara#8 y #9

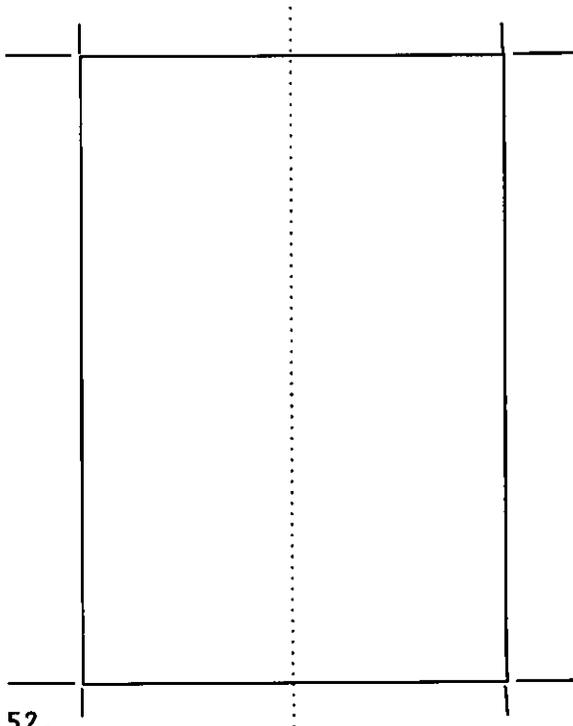
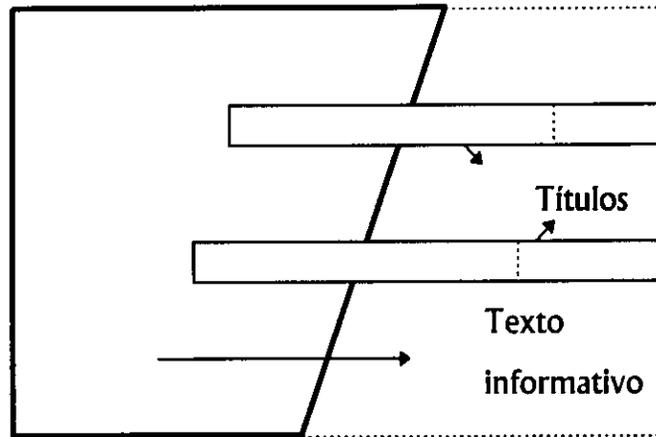


Figura 52
Figura 52

Los títulos de cada uno de los programas tendrán un envolvente rectangular, rebasados hacia la derecha en el caso de Actividades Recreativas (figura 53) y Bibliotecas (figura 55), a la izquierda, Brigadas, Concursos y Exposiciones (figura 54), para de esta manera resaltar más los títulos, en los tres, las envolventes llegarán hasta los límites izquierdos o derechos de la página.



La recreación es el óptimo aprovechamiento del tiempo libre, para la distracción, la diversión y el **entretenciónimiento**, razón por la cual te proporcionaremos descanso y esparcimiento como objetivo **primordial**;

ACTIVIDADES

además de alentar y fortalecer la unidad familiar. Extenderemos la práctica de actividades manuales,

RECREATIVAS

lúdicas y culturales en diversos espacios de uso común, permitiéndole al trabajador y a su familia un completo **desarrollo**, encaminado al sentido de participación y disfrute de las actividades recreativas.

Límite de la cara o dobléz

Figura 53
Figura 53

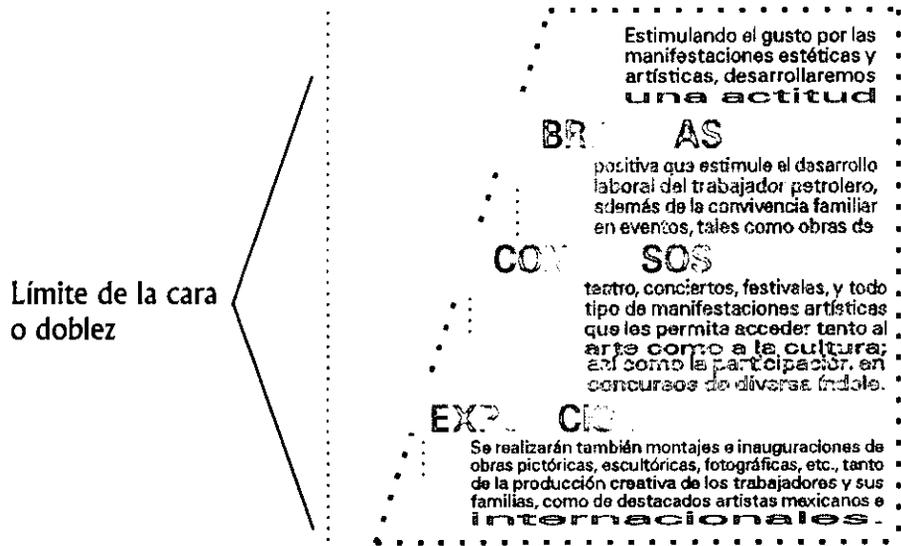
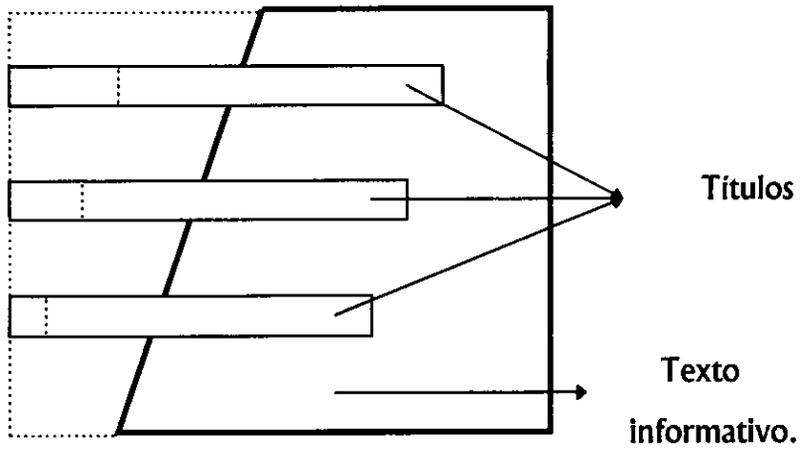
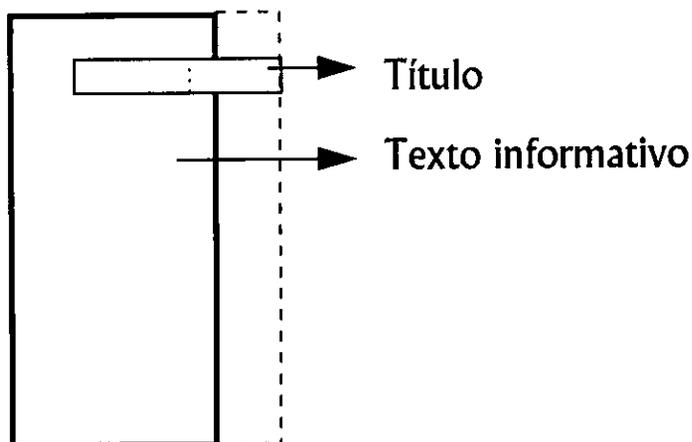


Figura 54
Figura 54



Promoveremos el uso de las

BIBLIOTECAS

dotándolas de nueva tecnología.

Implantaremos y fortaleceremos los servicios informáticos aplicados a tareas administrativas, adquisiciones, préstamo, catalogación, clasificación y recuperación del acervo bibliográfico, además de establecer conexiones interbibliotecarias, para la formación de catálogos colectivos y el consiguiente intercambio bibliotecario.

Contaremos con crecientes soportes fotográficos, videos, casetes, discos compactos, etc., con la finalidad de enriquecer a través de nuevas tecnologías a las bibliotecas.

Formaremos y capacitaremos profesionales bibliotecarios, en los cuales tendrán cabida las más variadas tecnologías, puestas al servicio de usuarios que estarán ya dispuestos al uso de dichas tecnologías y serán los primeros en solicitar los servicios al tenor de nuestros tiempos.

Debemos estar siempre abiertos, hacia los nuevos sistemas.

Límite de la cara o dobléz

Figura 55
Figura 55

CONCLUSIONES

El campo del Diseño Editorial es hoy en día el medio comunmente empleado para la difusión de cualesquier tipo de información, y lo sorprendente de esto es que no existe mucha bibliografía al respecto; en consecuencia cuando se requirió tocar el punto fué necesaria la reflexión para poder llegar a una conclusión satisfactoria.

En el segundo capítulo en donde fué tratado todo a lo que Pemex confiere, resultó verdaderamente difícil, ya que dicha empresa posee políticas muy estrictas en lo relativo a otorgar información de cualquier índole por considerarla confidencial.

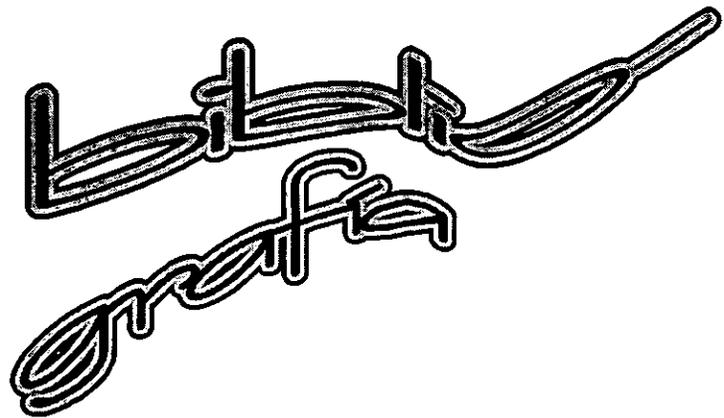
El resto de la información expresada en el segundo capítulo se complementó en base a cuestionamientos hechos al personal que ahí labora, en específico al staff de las áreas involucradas con este proyecto, y obtener de esta manera un panorama más amplio de lo planteado en este apartado.

La realización del tríptico fué compleja debido a que se trató de conseguir el justo medio entre los objetivos planteados por Pemex, sus gustos y exigencias, y el diseño y las investigaciones efectuadas; creando así la conjunción de los elementos sobre un soporte llamado tríptico.

El diseño de este medio impreso pretendió ser un objeto único y global, una unidad lo suficientemente óptima en la cual, y después de todos los objetivos planteados, permitirá al trabajador efectuar una interpretación de los significados ahí expuestos. Su aceptación o negación dependerá de esto.

Dentro de la realización del tríptico resultó una excelente aportación el haber implementado el suaje como contenedor de la fajilla de pago, no permitiendo así que en un medio impreso tenga como resultado solo un objetivo, la información.

En base a lo estudiado, tratado, investigado y reflexionado, se efectuó un trabajo completo dentro de lo expresado anteriormente y en cuanto a las pretensiones expuestas en un principio; y dando gracias a todo el que para ello haya contribuido, es todo.



LA SINTAXIS DE LA IMAGEN
D.A. DONDIS G.G. BARCELONA, 1976

EL DISEÑO GRAFICO DESDE SUS ORIGENES HASTA NUESTROS
DIAS
ENRIC SATUE

INTERPRETA, REVISTA DE REFLEXION ACADEMICA
AÑO 1, NUM. 1, NUEVA EPOCA, MARZO 1993

DISEÑO DE REVISTAS
WILLIAM OWEN
G.G. TRADUCCION DE: MAGAZINE DESIGN, 1991

PRINCIPIOS DEL DISEÑO EN COLOR
WUCIUS WONG
G.G. MEXICO, 1990

FUNDAMENTOS DEL DISEÑO BI- Y TRI- DIMENSIONAL
WUCIUS WONG
G.G. BARCELONA, 1982

MEXICO EN EL ARTE, No. 16
ALEJANDRO CRUZ
PRIMAVERA DE 1987, INBA, SEP

EL CORREO DE LA UNESCO
ARMAND MATTELART
FEBRERO, 1995

METODOLOGIA PARA EL DISEÑO URBANO,
ARQUITECTONICO, INDUSTRIAL Y GRAFICO
OSCAR OLEA

TOWARDS A VISUAL CULTURE
CALEB GATTEGNO

COMUNICACION E INFORMACION
J. ANTONIO PAOLI
TRILLAS, UAM, 1990

ESTRUCTURA, SINTESIS Y SIGNIFICADO
WILLIAM OWEN

MEXICO NEGRO
FRANCISCO MARTIN MORENO
PETROLEOS MEXICANOS

ARCHIVO DEPTO. IDENTIDAD NACIONAL Y EMPRESARIAL
PETROLEOS MEXICANOS

DICCIONARIO LEXICO HISPANO, ENCICLOPEDIA ILUSTRADA
EN LENGUA ESPAÑOLA
W.M. JACKSON, INC.
TOMO PRIMERO

ARCHIVO PRIVADO USSYC
PETROLEOS MEXICANOS

LEGISLACION PETROLERA
PETROLEOS MEXICANOS

IDEAS CREATIVAS PARA REALIZAR LOS MEJORES LAYOUTS

GRAHAM DAVIS

BLUME EDITORES

BARCELONA, ESPAÑA, 1994

OBJETIVOS GENERALES HACIA EL TRABAJADOR PETROLERO

PETROLEOS MEXICANOS

MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL

PEMEX