



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS

"Identidad Gráfica Para la Casa de la Cultura José Revueltas"

Tesis que para obtener el título de:
Licenciada en Comunicación Gráfica.

Presenta:
Rosaura Graciela Ramírez Rodríguez

LIC. MARIA ELENA MARTINEZ DURAN
Director de Tesis



DEPTO. DE ASESORIA
PARA LA TITULACION
ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLASTICAS
XOCHIMILCO D.F.

LIC. JOSE DE JESUS MOLINA LAZCANO
Asesor de Tesis

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

26 6102



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

DEDICATORIAS

A Dios por su bondad de ofrecerme demasiado en la vida e incondicionalmente.

A mi mami por su amor y cariño que durante años me a dado, para lograr mis objetivos.

A mi papá por su clásica pregunta ¿cuándo te titulas?, gracias.

Los quiere por siempre.
Rosaura

A G R A D E C I M I E N T O S

A mis hermanos, Mónica, Norma, Sandra y Juan Carlos, por sus consejos, regaños y ánimos, para salir adelante en este proyecto y en la vida.

A mi queridísimo Alex por tu amor, comprensión, trabajo, alegría y todos los estados de ánimo para ayudarme a salir adelante en mis metas y en este proyecto.

A las pequeñas de la familia, Pau y Jacky por su inocencia y alegría para nunca olvidarme de que alguna vez fui niña con la confianza de lograr mis ilusiones.

A Jorge por su apoyo en la realización de un trabajo de grandes anhelos.

Por siempre, gracias.

INDICE

CAPITULO 1

Casa de la Cultura José Revueltas

| | |
|---|----|
| José Revueltas | 2 |
| Origen de la Casa de la Cultura | 4 |
| Función Social | 8 |
| Organización y Actividades..... | 11 |
| Revisión de Gráficas de Centros Culturales..... | 14 |
| Necesidad de una Identidad Gráfica | 15 |
| Resumen Capitular | 16 |

CAPITULO 2

El Diseño en la Comunicación

| | |
|--|----|
| La Teoría de la Comunicación | 18 |
| La Semiótica Aplicada al Diseño..... | 21 |
| La Identidad como Comunicación Visual..... | 25 |
| Resumen Capitular | 27 |

CAPITULO 3

Proceso de la Identidad Gráfica

| | |
|---|----|
| Metodología Proyectual | 29 |
| La Identidad Gráfica | 30 |
| Primeras Imágenes..... | 32 |
| Principios de una Identidad Gráfica | 34 |
| Aplicaciones de una Identidad..... | 41 |
| Difusión de Publicidad Impresa | 44 |
| Resumen Capitular | 48 |

| | |
|---------------------------|----|
| Conclusiones | 49 |
|---------------------------|----|

| | |
|---------------------------|----|
| Bibliografía | 50 |
|---------------------------|----|

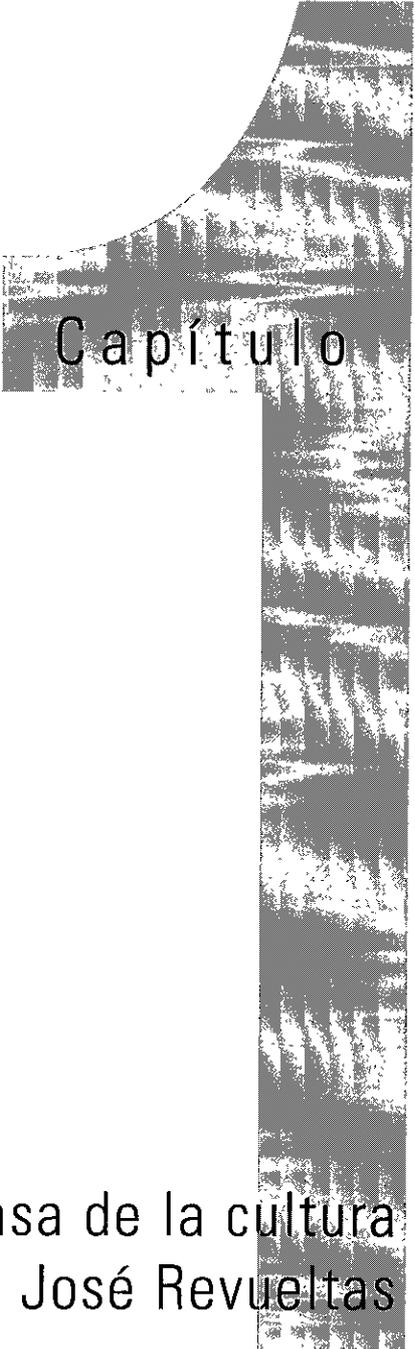
INTRODUCCIÓN

La comunicación es importante en todos lados pues a servido para mantener relaciones como para romperlas; y todo esto por una sola razón, porque el mensaje fué totalmente entendido o porque el mensaje fué incorrectamente enviado. De esto hablaremos un poco pues es una parte importante en la comunicación del diseño gráfico. Enviar un mensaje a un público específico o general conlleva al diseñador a realizar una serie de investigaciones y con esto lograr el proyecto gráfico adecuado para sus receptores.

Parte importante es la metodología que nos llevo a diseñar una identidad para la Casa de la Cultura José Revueltas, en la Delegación Venustiano Carranza. Todo esto es en realidad la parte fundamental para el desarrollo del diseño, pues se debe contar con el conocimiento de los antecedentes en general del lugar, aclarando que en algunos casos son muy específicos, las bases teóricas para este trabajo son el mayor apoyo para realizar un buen diseño.

Cabe mencionar que todo este trabajo de investigación y diseño para lograr nuestros objetivos de identificación reconocimiento y permanencia en la gente sobre una Identidad Gráfica para un lugar de desarrollo comunitario y de la importancia que tiene de contar con un sitio como es la “Casa de la Cultura José Revueltas”.

En el primer capítulo hablamos en que consiste la casa de la cultura y su función, en el segundo capítulo mencionamos los principios teóricos en cuanto al proceso de comunicación y el diseño gráfico para una identidad institucional y en el tercer capítulo se menciona el desarrollo metodológico para diseñar la identidad gráfica del mismo modo se ilustran los soportes de aplicación al igual los soportes de difusión para los eventos y actividades culturales.



Capítulo

Casa de la cultura
José Revueltas

JOSE REVUELTAS

Nacido en 1914, Santiago Papasquiari, estado de Durango, desde su adolescencia se inclinó por la cultura y las letras, y se vio atraído por las inquietudes políticas de aquella época, poco tiempo tenía uno de los principales enfrentamientos entre pueblo y gobierno, como fue la revolución mexicana, para que alternara siempre en sus libros episodios de la vida misma como temas revolucionarios.

Preocupado siempre por sus ideales de justicia social, a la corta edad de dieciocho años ingresó al Partido Comunista Mexicano, ocasionando con su temperamento enérgico y activo lo detuvieran para meterlo a la cárcel en varias ocasiones, ocasionando su expulsión de este partido por enfrentarse con sus dirigentes. Un ejemplo de su carácter revolucionario

donde estaba contra de lo injusto e inaceptable fue su detención por tomar partido contra los autores de la matanza de universitarios en Tlatelolco.

Posteriormente de ingresar nuevamente al Partido Comunista Mexicano, en 1960 lo abandona para unirse con otros marxistas radicales como él, para fundar la Liga Leninista Espartaco de la que se separó también, al poco tiempo, impulsado por su espíritu inquieto e incómodo; participó activamente en el movimiento estudiantil de 1968. Redactó para *El popular*, órgano del Partido Popular fundado por Vicente Lombardo Toledano. Tuvo varias participaciones en el cine ya que realizó varios argumentos y escribió varios guiones, en los que destaca *La ilusión viaja en tranvía*, que fue llevada a la pantalla en 1963, por el director Luis Buñuel.

Sentía hermandad por Frank Kafka por la

desesperada angustia con la que escribía. José Revueltas mostró en sus libros su preocupación por los temas sociales y su inconformismo literario, la nueva novela urbana donde muestra entremezcladas sus experiencias vitales y su preocupación política, su empeño era denunciar la injusticia y la miseria.

El luto humano, publicado en 1943, le valió el Premio Nacional de Literatura, es considerada su novela más ambiciosa, gira en torno a la muerte y en el transcurso de su acción, en la que narra la huida de unos campesinos con una niña muerta en los brazos que intentan salvarse de una inundación, van interfiriéndose escenas y recuerdos de la Revolución Mexicana, y sus personajes revolucionarios sobresalientes: Pancho Villa y Emiliano Zapata.

José Revueltas es autor de una obra ex-

tensa, los cuales algunos títulos han sido llevados al cine, por ejemplo, la novela *Los motivos de Caín*, publicada 1957. *Los errores*, en 1964. También es importante su tarea ensayista como son los títulos, *México, una democracia bárbara* (1958), *Ensayos sobre un proletariado sin cabeza* (1962), y la aproximación biográfica, publicada en 1966, a la figura de su hermano Silvestre, compositor, músico y violinista (1899-1940), que lleva por título *Apuntes para una semblanza de Silvestre Revueltas*.

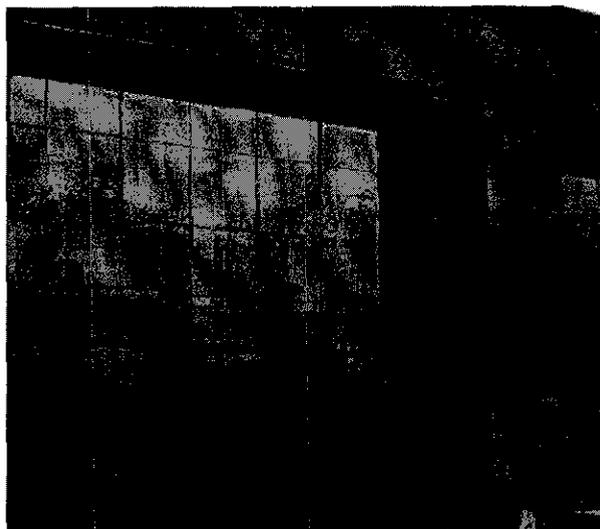
Para el teatro, escribió textos dramáticos como *Israel* (1947), *La otra* (1949) o *El cuadrante de la soledad* (1950).

La muerte lo sorprendió el 14 de abril en la Ciudad de México en 1976, cuando estaba escribiendo una nueva novela, *Hegel y yo*, cuya idea le había ya servido para publicar un relato aparecido en 1975.

ORIGEN DE LA CASA DE LA CULTURA

En la actualidad nuestra sociedad enfrenta un sinnúmero de problemas económicos, políticos y sociales, los cuales se tornan más difíciles de resolver por el nivel de baja preparación que existe en nuestra sociedad por lo que es necesario que todos como individuos que pertenecemos a ella tomemos conciencia de que tenemos en nuestras manos la solución.

Un ejemplo de esto es aprovechar los servicios que nos proporciona el Estado en beneficio de su comunidad. De esto podemos tomar una de las alternativas que se tienen como es la creación del sistema Casas de la Cultura las cuales tienen el objetivo de fomentar el aprovechamiento de las cualidades culturales y artísticas que pudieran tener. Esta es una manera de contrarrestar los efectos de una baja preparación cultural ya que el individuo aprovecha



mejor su tiempo en actividades favorables a su desarrollo y en consecuencia para la sociedad.

Por lo anterior el Departamento del Distrito Federal, ofrece apoyar y reforzar este tipo de programas considerando la carencia de espacio existente hoy en día en la ciudad de México. El proyecto en la Delegación Venustiano Carranza se realizó a principios del año de 1996, para impulsar el trabajo de los mexicanos en sus diferentes campos, ya que la única casa de cultu-

ra Enrique Ramírez Ramírez no era suficiente por su espacio y ubicación.

Con el afán de lograr estas metas dio lugar a la construcción de una segunda Casa de la Cultura en esta Delegación, tomando en cuenta la superficie que se encontraba en la parte posterior del edificio principal, el cual el terreno servía como corralón para los autos. Fué el lugar idóneo pues presentaba las ventajas de no deteriorar áreas verdes ni de derrumbar algún edificio , con esto se logra-

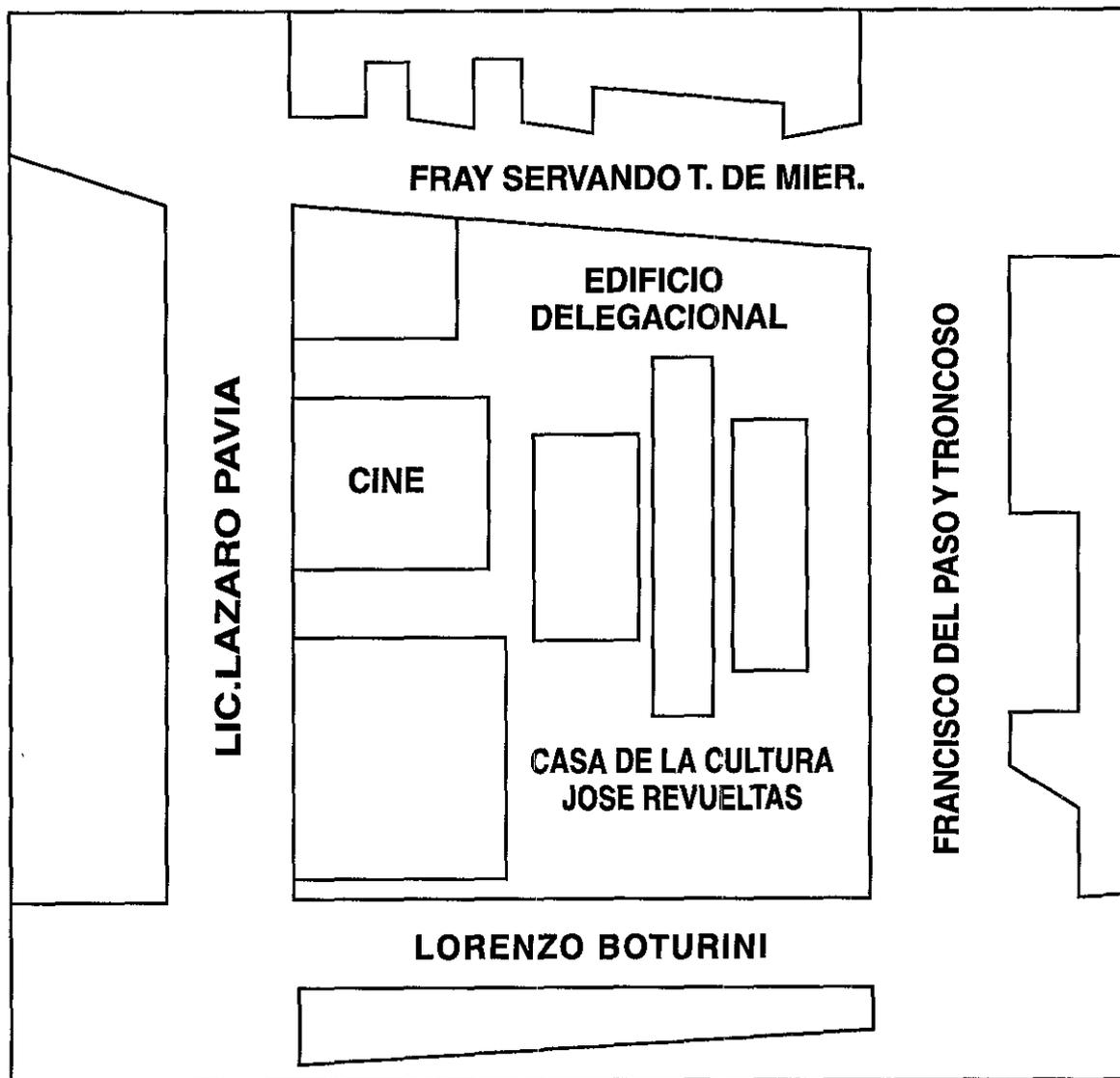


ría también un mejor paisaje para la comunidad, pues la nueva construcción se ubicaría en la calle Lic. Iázar Pavia No.226 col. Jardín Balbuena en una zona importante y donde circulan constantemente vehículos y personas pues tiene a sus alrededores avenidas principales como Fray Servando Teresa de Mier y Francisco del Paso y Troncoso.

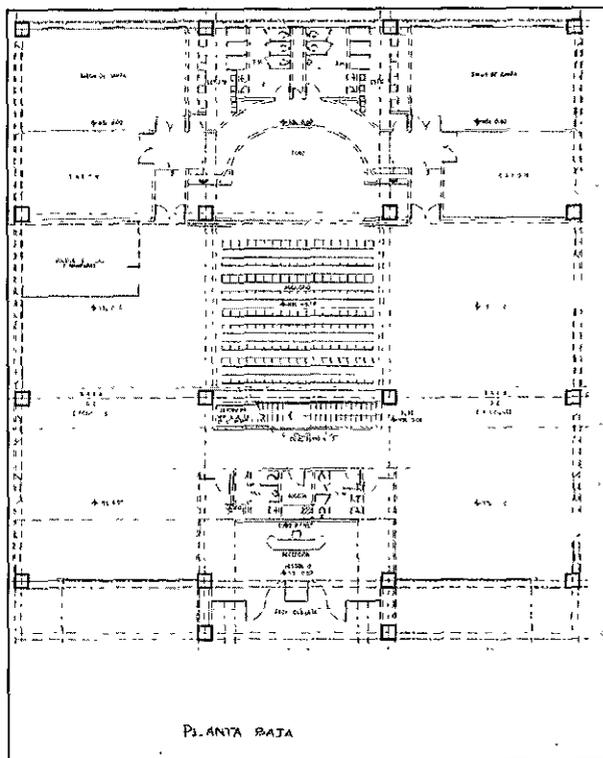
Este terreno fué adecuado por su tamaño ya que correspondía perfectamente para la construcción de la Casa de la Cultura por su forma cuadrada. Se sugirió el acomodo modular de los componentes tanto horizontal como vertical, que se utilizaron en materiales estructurales, constructivos y acabados que existían en el mercado. Tratando de lograr un ambiente natural se construyó un domo de 11m.x11m. Atravesando la luz del sol de forma habitual.

Así se alcanzó la meta para inaugurarla por Lic. Oscar Espiniza Villarreal el día 26 de Septiembre de 1997 a las 19:00 hrs.

PLANO DE UBICACIÓN DE LA
CASA DE CULTURA JOSÉ REVUELTAS

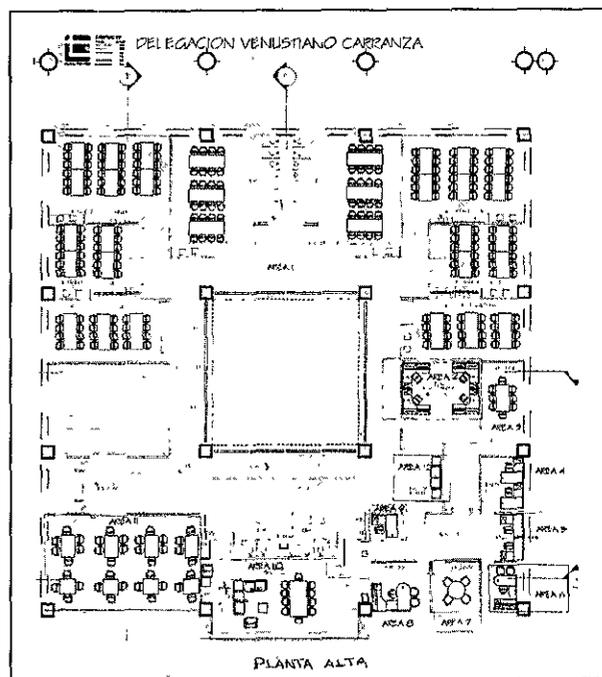


PLANOS ARQUITECTÓNICOS



▲ PLANO DE LA PLANTA BAJA

▼ PLANO DE LA PLANTA ALTA



FUNCIÓN SOCIAL

Uno de los objetivos del gobierno para nuestro país es brindarle a su gente la oportunidad de desarrollarse en diferentes actividades por lo que necesario abrir nuevos espacios para que en ellos se efectúe un encuentro social y así compartir diferentes intereses, costumbres aficiones e ideas. Esto ayuda a

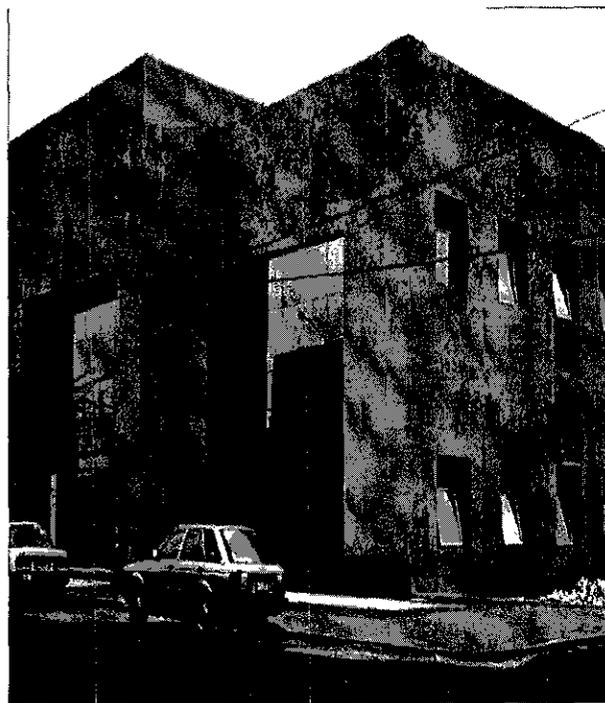
preservar los valores y las tradiciones enriqueciendo a la sociedad.

En estos términos ofrece sus servicios a la sociedad la Delegación Venustiano Carranza. El edificio fué diseñado para desarrollar actividades que permitan realizarse de forma digna para la comunidad y para los servidores públicos, como es la limpieza de sus salones y



oficinas y con instalaciones adecuadas de acuerdo a la función que se desarrolla.

La Casa de la Cultura brinda a la población infantil, juvenil y de edad adulta un espacio para el desarrollo de actividades artísticas y culturales, que contribuyen a elevar los niveles de expectativas como de bienestar familiar, al proporcionarles opciones de esparcimiento por medio de cursos, exposiciones y eventos que a lo largo se han realizado. Con



esto se logra esa relación de crecimiento integral de la sociedad, que permite preservar nuestras tradiciones y expresiones culturales. Así ofrece a su comunidad infantil la facultad de aprender a tomar decisiones sobre sus futuros intereses como a los adultos invitarlos a aprender actividades que alguna vez quisieron realizar.

Es importante mencionar que no todo se logra con el hecho de querer, todo este beneficio está a cargo de la directora, profesores, administrativos como de quien realiza la intendencia del edificio y sin faltar los usuarios al desempeñarse con respeto y honradez en el lugar.

La edificación de esta Casa de la Cultura ha beneficiado en mucho a la comunidad, dándole la pauta de aprovechar las diversas actividades que se imparten en ella.



ORGANIZACIÓN Y ACTIVIDADES

La organización de la Casa de la Cultura esta compuesta por las siguientes oficinas:

- **Dirección de Cultura**, coordina todas y cada una de las oficinas así como a todo el personal que se encuentra a su servicio.
- **Coordinación General**, es la que se encarga de mantener una relación en cuanto las funciones que debe tener la Casa de la Cultura y la Delegación.
- **Coordinación Académica**, esta se en-



carga de tener relación con el usuario y los profesores y a su vez con la Casa de la Cultura.

Unidad Departamental de Difusión Cultural, tiene la encomienda de darle comunicación a la gente de la comunidad de todo curso, evento o exposición que se realice en la Casa de la Cultura, en conjunto con la Oficina de Diseño y Relaciones Públicas.

• **Oficina de Diseño y Relaciones Públicas**, realiza la propaganda de esta casa, así como el de entablar contacto para el desarrollo de eventos culturales.

• **Oficina Administrativa**, como su nombre lo indica es la que gestiona el orden para el buen funcionamiento.

• **Salón de Maestros**, donde se reúnen para la realización de juntas entre la directora y el personal que trabaja para la Casa de la Cultura.

Cuentan todas estas oficinas con una re-

cepción particular y una recepción general a la entrada de la Casa de la Cultura para el público.

- **Biblioteca**, con la capacidad de atención a 50 usuarios en 159.77m².

- **Auditorio**, con la capacidad para 153 asientos con un entarimado de madera de 81.17m² incluyendo sanitarios, vestidores con lockers, bancas y espejos.

- **Area de Exposiciones**, con 473.00m² donde su característica principal es de proporcionar distribuciones con varias alternativas y ocupar los espacios necesarios, acorde a

la exposición que se requiera, dando la posibilidad y alternativa de ocupar simultáneamente el espacio del Auditorio o en forma parcial, o en su caso obtener diversas opciones para desarrollar otras actividades.

- **Bodega**, para guardar todo tipo de material de uso diario.

Ocho salones de usos múltiples así como cuatro salones con piso de duela de madera, barras, espejos, equipo de música, t.v., video y pizarrón. los muros divisorios están hechos con material aislante y acústico. Con la capacidad para 25 a 35 personas en cada salón.



De acuerdo a la demanda de la ciudadanía las actividades que se imparten son las siguientes:

| | |
|------------------------------|-------------------|
| Dibujo y pintura | (adultos) |
| Dibujo y pintura | (niños) |
| Cartonería | (niños y adultos) |
| Escultura | (adultos) |
| Creatividad infantil | |
| Ballet A | (niños) |
| Ballet B | (niños) |
| Danza regional principiantes | (niños) |
| Danza regional intermedio | (niños) |
| Danza regional | (adultos) |
| Baile de salón A | |
| Baile de salón B | |
| Danza moderna A | |
| Danza moderna B | |
| Yoga | |

| | |
|---------------------------------|-----------|
| Teatro | (niños) |
| Teatro | (adultos) |
| Guitarra principiantes | |
| Guitarra avanzados | |
| Piano | |
| Creación literaria | |
| Musicalización de poemas | |
| Lectura | |
| Haz tu propia historieta | |
| Fomento de lectura | |
| Modelado en barro | |
| Bisutería (joyería y ornamento) | |
| Cerámica artesanal | |



REVISIÓN DE GRÁFICAS DE CENTROS CULTURALES

Se realizó una revisión de nueve centros culturales en diferentes delegaciones del D.F., para saber si contaban con una Identidad Gráfica. De estas casas de cultura y foro de cultura, nos damos cuenta de la poca importancia que se le ha dado el no contar con algún símbolo, para fomentar el reconocimiento y darle mayor identificación al lugar ante su comunidad y así que participe la gente asistiendo a las clases que se imparten y el personal lo

distinga como el lugar donde brinda sus servicios. Al darle mayor interés en este tipo de cuestiones, sería más frecuente ofrecer al ciudadano una identificación con los Centros de Cultura dentro de su Delegación y su entorno. Algunas se les ha asignado la imagen simbólica de la Delegación como es el caso de Coyoacán y la de Azcapotzalco pero sin llegar a la identificación de estos con su entorno y su comunidad la cual se describe en el siguiente cuadro.

| CENTRO CULTURAL | DELEGACION | IDENTIDAD GRAFICA | UTILIZACION DE ALGUNA IMAGEN |
|--|---------------------|-------------------|------------------------------------|
| Casa de la Cultura Azcapotzalco | Azcapotzalco | Ninguna | Hormiga (símbolo de la delegación) |
| Casa de la Cultura Juan Rufo | Benito Juárez | Ninguna | Ninguna |
| Casa de la Cultura del Periodista | Benito Juárez | Ninguna | Ninguna |
| Foro de Cultura Coyoacanense | Coyoacán | Ninguna | Coyote (símbolo de la delegación) |
| Casa de la Cultura Jesús Reyes Heróles | Coyoacán | Ninguna | Coyote (símbolo de la delegación) |
| Casa de la Cultura Sta. María la Rivera | Cuauhtémoc | Ninguna | Ninguna |
| Casa de la Cultura Alfonso Reyes | Cuauhtémoc | Ninguna | Ninguna |
| Casa de la Cultura Tlalpan | Tlalpan | Ninguna | Ninguna |
| Casa de la Cultura Enrique Ramírez y Ramírez | Venustiano Carranza | Ninguna | Ninguna |

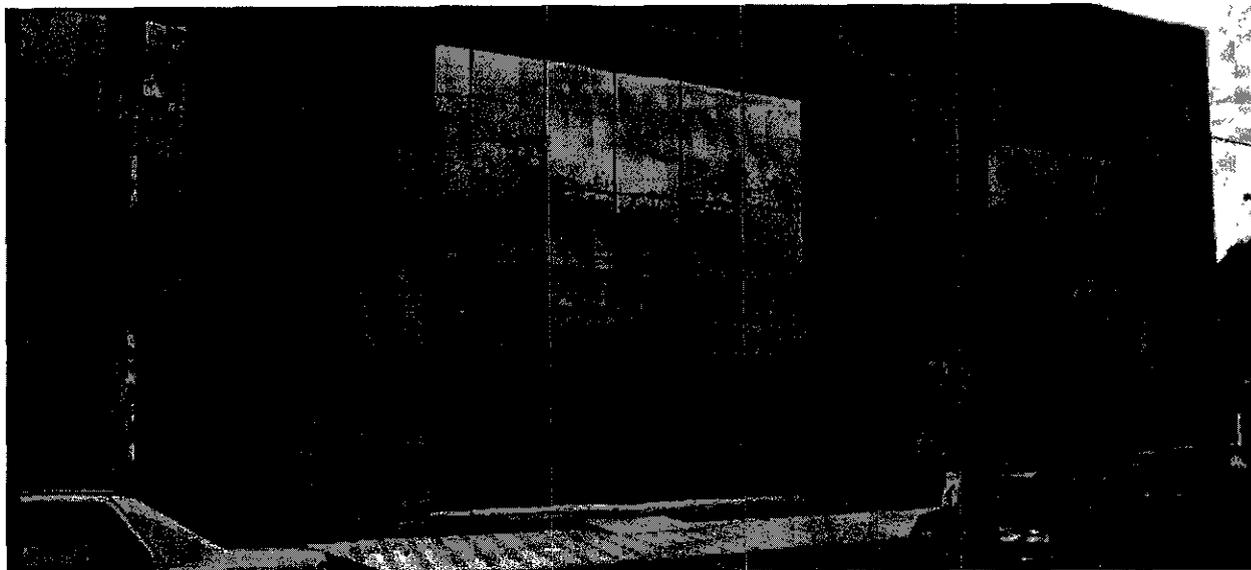
NECESIDAD DE UNA IDENTIDAD GRAFICA

Es importante para la Casa de la Cultura una Identidad Gráfica para que sea reconocida por su comunidad, ya que para cualquier empresa o institución es de gran beneficio contar con este signo visual, para lograr así una identificación en su entorno tanto por la gente que participa como quien trabaja en ella. Es fundamental realizar toda una investigación respecto a lo que conforma este Centro Cultural, pues nos llevara a diseñar la mejor solución en cuanto

al ambiente en el que se ubica

Debido a la magnitud a nivel Delegacional, es importante contar con este símbolo consiguiendo que la comunidad la identifique como un centro de cultura y desarrollo social.

El diseño es importante para todo tipo de comunicación visual, en este caso con una Identidad se obtendría que el receptor pueda reconocerla, retenerla y recordarla en su mente y con esto lograr su objetivo de identificación.



RESUMEN CAPITULAR

En este capítulo hablamos de la importancia para una sociedad el contar con un centro de cultura para su desarrollo social y cultural. Por lo tanto es necesaria una Identidad gráfica para que su comunidad identifique el lugar. Se diseñara con la solución adecuada, funcional y atractiva para que los usuarios y trabajadores la reconozcan.

**Información proporcionada por el Coordinador de la casa de cultura José Revueltas, Prof. Federico López Sánchez.*

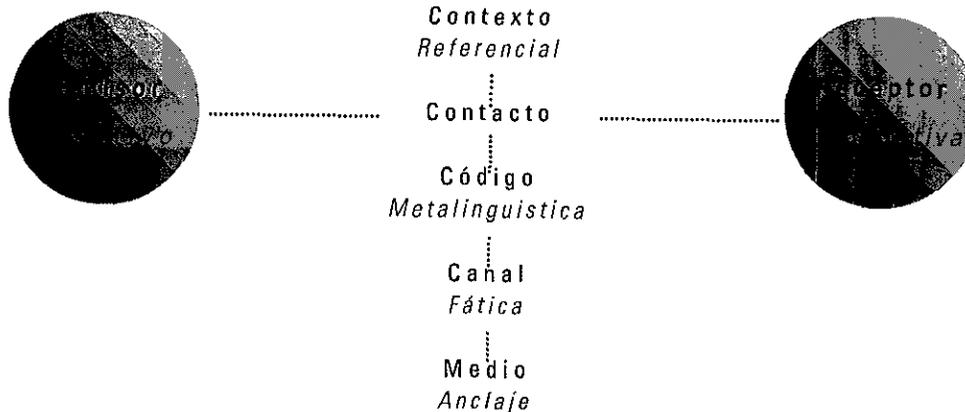


LA TEORIA DE LA COMUNICACION

La comunicación es y sera siempre un tema de controversia por los estudiosos en la materia, pues el hecho de que no existe un significado general y explícito para poder definirla y sobre todo para darle el término correcto es necesario basarnos en ciertas teorías; como diseñador gráfico debemos entenderla como la interacción de una persona a otra, lo cual esta comunicación trae consigo sig-

nos y códigos para el buen entendimiento de esta relación. Siendo un tema de gran importancia para la comunicación gráfica, el tener una base teórica nos ayuda para el desarrollo adecuado del diseño a realizar. Así partiremos del modelo de comunicación que planteó en 1958 el lingüista Roman Jakobson, donde nos dice que hay factores que constituyen este acto de comunicación y que cada uno tiene una función

Modelo de R. Jakobson.



específica para poder efectuarla. Este proceso lo aplicamos simultáneamente con nuestro proyecto.

- **Contexto (función referencial);** es el fenómeno de comunicación que se da para realizar el efecto pragmático que envuelve a la identidad gráfica; toda referencia acerca de nuestra investigación orientada a una comunicación objetiva, basada en hechos verdaderos y precisos en cuanto a sus datos nos ayuda para el principio de nuestro proyecto, en este caso es todo lo que encierra la Casa de la Cultura, desde su construcción, actividades, organización y funciones.

- **Emisor (función emotiva);** tiene como función las actitudes, emociones y status. En este caso es la Casa de la Cultura en donde proyecta organización, funcionalidad, aprendizaje, seguridad y respeto.

- **Contacto (función enunciativa);** es la representación del canal físico o psicológico

entre el emisor y el receptor, su función es enunciativa porque es la interpretación del canal y este puede ser poético y estético. A partir de la necesidad de una identidad gráfica para la casa de la cultura se realiza el contacto

- **Código (función metalinguística);** se basa en un sistema sígnico donde el color, formato, soporte y textura se establecerán para la identidad gráfica. Esto permite identificar el mensaje.

- **Canal (función fática);** esta permite tener los canales abiertos para que se realice esa relación entre el remitente y destinatario confirmando que la comunicación se lleve a cabo ya que esta se puede suspender por un malentendido. Este puede ser un recurso físico por medio del cual se transmite la señal puede ser visual y auditiva. (1)

- **Medio (función anclaje);** es la forma técnica o física de convertir el mensaje en una señal ca-

paz de ser transmitida por un canal. ⁽²⁾ Es una estrategia de posesionamiento como son los slogan o el lema de la institución o empresa.

- **Existen tres tipos de medios:** los medios presenciales, representativos y los mecánicos:

- **Medios presenciales,** como su nombre lo dice se necesita de la presencia del comunicador pues es el medio, ya que su voz (palabra hablada), la cara (gestos) y el cuerpo (expresiones) son medios naturales.

- **Medios representativos,** son culturales y estéticos como los libros, pinturas, fotografías, escritura, etc.

- **Medios mecánicos,** éstos utilizan canales creados por la ingeniería como el teléfono , radio, televisión, etc.

- **Receptor (función connotativa);** este es un punto muy importante ya que es la parte donde ocurre el efecto que tiene el usuario al recibir el impacto de la identidad gráfica. Son todas las respuestas de la gente que tra-

baja y acude a la casa de la cultura; con esto se afirma todo el proceso de comunicación desde el emisor, el contacto y todo lo que implica hasta realizar una relación con el receptor. es el resultado del mensaje sobre el destinatario.

John Fiske, Introducción al estudio de la comunicación, pag.12 (1,2)

Hoy en día existen muchos sistemas de comunicación y se extienden nuevos lenguajes visuales como: el cine, la fotografía, el cartel, etc. Dentro de este lenguaje se encuentra la semiótica o semiología, la ciencia que se encarga del estudio de los signos. Esta tiene tres áreas de estudio:

1. El signo: es el estudio de varios signos y la forma de interpretar su significado y su relación de quien los usa.

2. Los códigos o sistemas de organización de los signos: es el desarrollo de los signos para satisfacer las necesidades del ser humano aprovechando los canales de comunicación.

3. La cultura: Depende de los códigos y signos que operan para su existencia y forma.

Es importante el papel que desempeñan los signos por lo tanto para generar un signifi-

cado hablaremos más acerca de ellos.

Cada uno de los modelos de significado tiene tres elementos de análisis.

- 1) El signo
- 2) Aquello a lo cual se refiere el signo
- 3) Los usuarios del signo

Un signo es algo físico y perceptible a nuestros sentidos; y debe ser reconocido por sus usuarios como tal.

Para entender mejor el término signo, hablaremos de diferentes modelos llamadas relaciones triádicas, acerca de los tres elementos que constituyen el significado apoyado en un triángulo.

• **El objeto** es aquella situación o fenómeno que se presenta con cierto conocimiento del mismo. Por ejemplo: el Palacio de Bellas Artes como lugar donde se realizan ciertas

actividades culturales, todo antecedente que nos pueda proporcionar conocimiento del lugar.

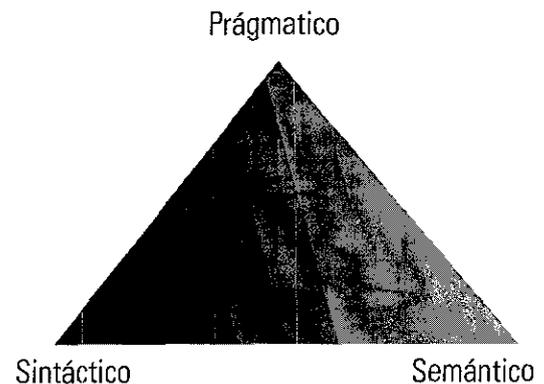
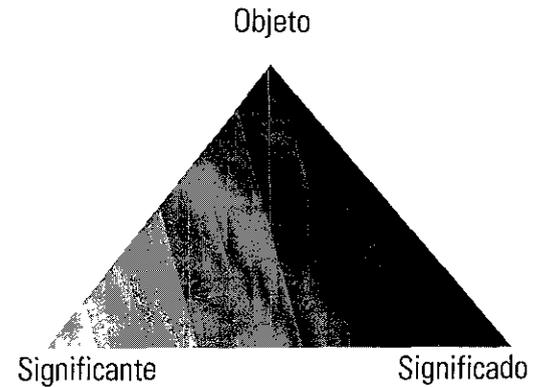
- **El Significante** es la forma de concretar la imagen, sonido, etc. un modo de representación del signo para alguien. Siguiendo con el ejemplo del Palacio de Bellas Artes en este caso sería el diseño de un símbolo gráfico para su reconocimiento, e identificación.

- **El Significado** es el receptor que en ese momento se encuentre por lo que se necesita de los dos anteriores para su efecto. En este caso es la aceptación del lugar como centro de cultura ante el público, alumnos y trabajadores que acuden al Palacio de Bellas Artes.

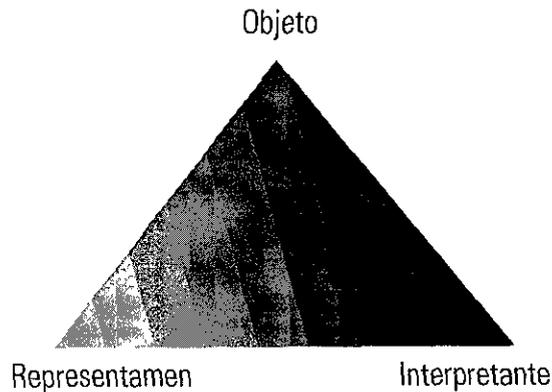
- **Prágmico:** es todo lo concreto, existente y funcional del objeto.

- **Sintáctico** es el orden de los signos para dar lógica al contexto del objeto.

- **Semántico** es la interpretación del mensaje.



Por último presentamos el modelo de acuerdo a Peirce.



Peirce nos habla de nueve formas de representar al signo en tres niveles.

| | | | |
|----------------------|------------|----------|-----------|
| Objeto | cualisigno | sinsigno | legisigno |
| Representame | icono | índice | simbolico |
| Interpretante | rema | dicent | argumento |

- **Cualisigno** son las cualidades elementales del objeto (cual es su razón de existir, color, tamaño, soporte, textura, etc.).

- **Sinsigno**, es la depuración de las cualidades descartando aspectos para dejar los elementos básicos que conforman los signos del mensaje.

- **Legisigno**, aquí se reconoce el objeto socialmente.

- **Icono**, es la representación del objeto con aquello que lo relaciona con el mayor parecido, por ejemplo: la estación del metro Basilica reconocida por su construcción.

- **Índice**, es un signo conector, donde puede ser íconico o simbólico, pues la referencia o indicación de que es entendible para el receptor.

- **Simbólico**, es el signo que por naturaleza es reconocido ya que su significado es generalizado ante la sociedad, por ejemplo: la paloma de la paz.

- **Rema**, es la conjunción sígnica y esencial del signo con su contenido.

- **Dicent**, es la forma de representar físicamente, dando un orden en cuanto a rema y dicent (contenido y forma).

- **Argumento**, es el significado que le da el interpretante en relación al mensaje.

El diseño gráfico como medio de comunicación, se basa en fundamentos teóricos para, realizar en la práctica todo este proceso de comunicación, donde aplicados a nuestro proyecto quedaria de la siguiente manera:

- **Pragmático** (qualisigno, sinsigno y legisigno).

Es el proceso de la práctica, de capturar todos los datos en cuanto a lo que se refiere a la construcción del edificio, el perfil del usuario, organización, función social y identificación de la necesidad de comunicación.

- **Sintáctico** (íconico, índice y símbolo).

Es el diseño de la identidad gráfica a partir de los bocetos realizados por medio de una reticula, aplicando códigos de color, tipografía y símbolo.

- **Semántico** (rema, dicent y argumento).

Aqui se da la finalidad de la identidad gráfica dando forma y contenido específicos y objetivos para llegar a la comprensión del receptor a través de un canal.

A partir de la necesidad de una comunicación de masas, desde tiempos remotos y con el auge de la revolución industrial, nació lo que hoy conocemos como diseño gráfico, el reflejo visual que rebasa los límites de la comunicación; donde se une lo estético con lo funcional. Algunas de las diferentes manifestaciones son la fotografía, cartel, audiovisuales, señalización, marca, logotipo e identidad gráfica. Donde en esta ocasión nos dedicaremos a estudiar esta última.

La identidad gráfica es un sistema de signos visuales donde su finalidad es que sus receptores la distingan e identifiquen. Estos signos que la integran por lo general son los siguientes:

- **Tipografía;** es el nombre del lugar tal cual por lo que es enunciable con ciertos códigos de escritura.

- **Icono o símbolo;** esta hace referencia al lugar como imagen pública respondiendo a las exigencias del medio.

“Es un grafismo distintivo que posee tres clases funciones simbólica, identificadora y estética”. (3)

Simbólica: por la representación misma del grupo o institución.

Identificadora: es reconocer y distinguir una cosa con respecto a las demás para recordarla, memorizarla y asociarla.

Estética: es de naturaleza emocional y ayuda a memorizar y aceptar el símbolo logrando en el individuo significados connotativos.

- **Cromática;** es el color o colores distintivos del lugar reforzando los aspectos psicológicos.

Dentro del diseño gráfico existe la identidad institucional, la cual se identifica con nuestro

**Joan Costa, Identidad Corporativa pags.15,16 (3)*

proyecto ya que su objetivo, es beneficiar al sector que abarca, pues “anteriormente era una imagen de manipulación con fines de lucro”. (4)

Para ubicar mejor a la identidad Norberto Chávez clasifica de la siguiente forma:

Identidad corporativa, es la que representa a empresas y organismos buscando obtener beneficios por medio de sus actividades. Por ejemplo: el Teletón organizado por Televisa.

Identidad comercial, son empresas públicas o privadas con fines de lucro. Por ejemplo: la empresa Coca cola.

Identidad institucional, éstas son públicas o privadas las cuales se encargan de realizar actividades de tipo social sin la intención de

algún beneficio económico. Por ejemplo: la UNICEF.

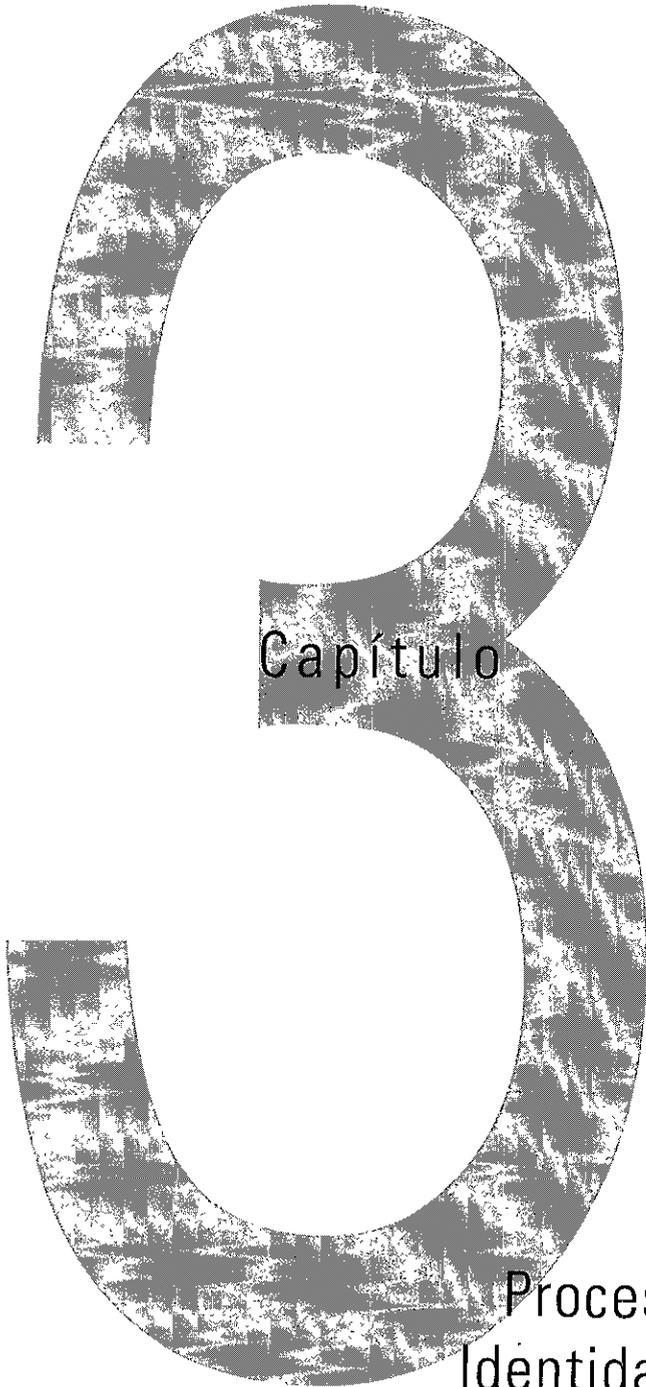
Debemos tener en cuenta el lenguaje que utilicemos ya que no siempre es el adecuado para el receptor creando confusión como consecuencia. Es necesario tener un léxico y terminología profesional y ubicarnos en cuanto a quien o a quienes va el mensaje.

“La identidad es, tanto para el receptor como para el emisor, un mensaje predominante connotado; sólo un volumen mínimo de mensajes de la institución aluden de modo específico a su identidad”. (5)

Norberto Chavez, La Imagen Corporativa pag. 25 (4,5)

RESUMEN CAPITULAR

En este capítulo hablamos acerca de la semiótica aplicada al diseño gráfico, como fundamento en el desarrollo de nuestro proyecto. Para la Casa de la Cultura como institución que es, debe comunicar y producir una motivación en su contexto para establecer su propia imagen. La identidad gráfica estará determinada por códigos como: la tipografía, el símbolo y el color; dando origen a todo un proceso de comunicación.



Capítulo

Proceso de una
Identidad gráfica

Como diseñador gráfico se debe tener presente una metodología a seguir para el desarrollo de cualquier proyecto.

Muchas son las ocasiones cuando estamos ante ciertas reglas y toda nuestra creatividad se esfuma pensando que es perjudicial para nuestra personalidad como diseñadores, sin embargo

esto nos ayuda a elaborar un buen trabajo.

“La serie de operaciones del método proyectual obedece a valores objetivos, son valores reconocidos por todos como tales.” (1)

De acuerdo al autor Bruno Munari se presenta un cuadro con los pasos a seguir de acuerdo a su metodología proyectual.

| | |
|-------------------------|--|
| Problema | Necesidad de una identidad gráfica |
| Definición del problema | Diseño de una identidad gráfica para la Casa de la Cultura José Revueltas |
| Elementos del problema | Verificar si existe una imagen simbólica para la Casa de la Cultura |
| Recopilación de datos | Que tipo de actividades realiza la Casa de la Cultura A quien va dirigidas las actividades Cuántos centros de desarrollo que se encuentran en esa zona Cual es el motivo de su construcción Bases teóricas para diseñar una identidad gráfica Biografía de José Revueltas |
| Análisis de datos | Actividades culturales Motivo de su construcción Fundamentos teóricos |
| Experimentación | Centros de cultura que cuentan con una identidad gráfica Realización de bocetos diferentes de acuerdo al análisis de los datos obtenidos Símbolo representante de la Casa de la Cultura de acuerdo al entorno Bocetos en positivo y negativo Tipografía y Color |
| Materiales (tecnología) | Computadora PC (programas corel draw, word, powerpoint) Macintosh (programas, Illustrator, photoshop, quarkxpress) |
| Modelos | Diseño terminado de la identidad gráfica |
| Solución | Implementación de la Identidad Gráfica para la “Casa de la Cultura José Revueltas” |

¿Cómo nacen los objetos?
Bruno Munari
p. 19 (1).

En este capítulo hablaremos y mostraremos como se llegó a la determinación que dieron origen a la identidad en cuanto al color, tipografía y símbolo, escogido para la “Casa de la Cultura José Revueltas”, como las aplicaciones que con mayor frecuencia se utilizan en la papelería como tarjetas de presentación, hoja tamaño carta, sobre, etc., así también los medios de difusión que utilizan.

Todo este proceso en el que nos vamos a referir se logró con la investigación de los antecedentes del lugar y con fundamentos teóricos en cuanto a comunicación y diseño.

Por ser un lugar institucional se tiene presente lo esencial que es para este centro de cultura el contar con una identidad gráfica, como lo mencionamos en el primer capítulo, también se muestra un cuadro de investi-

gación donde nos damos cuenta que por parte de las autoridades no se ha apoyado el hecho de aplicar un diseño distintivo para estos lugares.

Con esto se busca que el usuario y personas que ahí trabajan identifiquen y recuerden con mayor facilidad el lugar por medio de la identidad gráfica, establecida en oficios, volantes, carteles, etc.

Se pensó en tomar la fotografía de frente y de hecho se realizó, pero al dibujarla y proponerla como el símbolo de nuestra identidad era muy plana y sin tanto sentido, ya que las ventanas de la fachada sólo eran rectángulos blancos y sin mostrar rasgos de que se trataba de un edificio, de esta manera se determinó que no funcionaría de acuerdo a nuestros objetivos.

Por lo tanto se tomo posteriormente una

fotografía tomada desde el exterior del edificio, de la parte lateral derecha, ocasionando perspectiva desde nuestro punto. El efecto que dan las ventanas en nuestro boceto nos ayuda a visualizar la arquitectura reconociéndola como un edificio con puertas y ventanas sin verse tan plano pues esto le daría volúmen.

El no tomar otros elementos para el diseño es a causa de que en una casa de la cultura se realizan varias actividades como: danza, pintura, guitarra, etc., así también hay una biblioteca y se efectúan eventos como obras de teatro, musicales, exposiciones, etc.

De acuerdo con esto, una identidad gráfica la cual es formal no podría tener tantos elementos para especificar cada una de las actividades, así tampoco era factible tomar el rostro del nombre de la casa de la cultura (José Revueltas) pues esto podría ocasionar el pensar en un museo acerca de

este personaje mexicano por lo que el nombre es sólo como un homenaje a su trayectoria como escritor y lo que necesitábamos era mostrar un símbolo reconocible para la gente como centro de desarrollo comunitario donde lo más importante es lugar donde se encuentra todo este sin fin de actividades.

Por consiguiente se escogió que la mejor solución para el proyecto era una imagen arquitectónica pues por ser nuevo el edificio dentro del entorno, cerca del edificio delegacional sería pronto un nuevo elemento en nuestra memoria, el cual mostramos a continuación los diferentes cambios que ocurrieron hasta llegar a nuestra identidad gráfica que representará a la “Casa de la Cultura José Revueltas”.

PRIMERAS IMÁGENES

Se empezó a bocetar con diferentes tipografías, pero con esto no se tenía bien definido el concepto ya que no representaba al lugar, por tanto se requirió encontrar una imagen más adecuada para este sitio, y donde figure el entorno donde se desenvuelve la gente como usuaria del lugar. Así se comenzó a realizar bocetos con el símbolo de un libro abierto en diferentes presentaciones, donde representaba el conocimien-

to e insinuaba estar abierto a cualquier actividad, en una de las presentaciones sustituye la “C” de casa como de cultura tratando de integrar el símbolo con la tipografía; pero con todo esto se llegó a la conclusión que también representaba una biblioteca por lo mismo del libro, lo cual era una imagen poco factible para el proyecto y donde la gente podría confundirse, asimismo se pensó entonces en el rostro de José Revueltas pero sucedía lo

**J
O
S
E
C
a
s
a
d
e
l
a
C
u
l
t
u
r
a**
REVUELTAS

▲ Blue Jack bold

Casa de la
ultura
JOSE REVUELTAS

▲ Letter Gothic bold

Casa de la Cultura
José
Revueltas

◀ PCCIImago bold

mismo acerca del malentendido que podría tener el público y en este caso sería en que fuese un museo acerca del escritor. Posteriormente se llegó a la conclusión de retomar al edificio mismo como represen-

tante del lugar por ser el nuevo elemento del entorno en la delegación y donde tendría a su cargo el comunicar a la gente como un lugar donde encontrara muchas opciones para desarrollarse.

asa de la ultura
Jose Revueltas

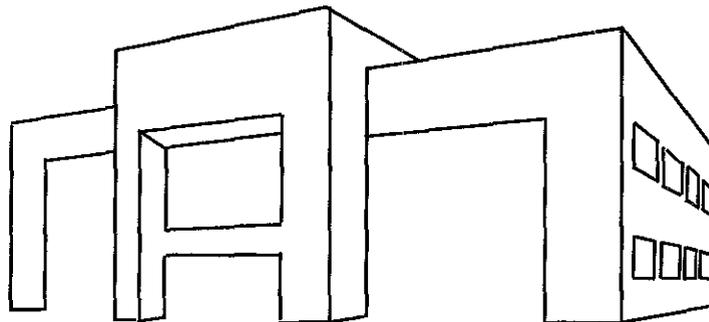
asa
de la
ultura
Josè Revueltas

Casa de la ultura
José Revueltas

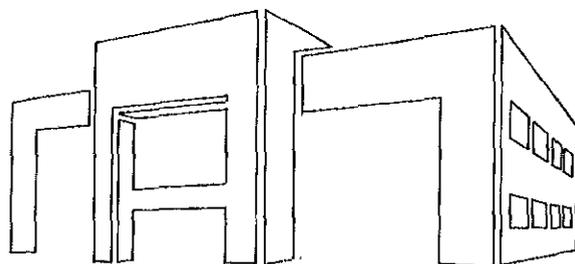
PRINCIPIOS DE UNA IDENTIDAD GRAFICA

Para el desarrollo gráfico se principia por el dibujo de bocetos para visualizar la imagen poco a poco, esto se realizó en blanco y negro y a línea, para posteriormente determinar el color y tipografía..

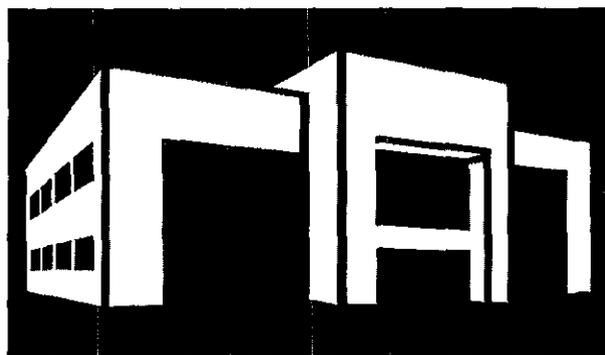
SIMBOLO El primer boceto se formo por medio de una foto tomada del lado derecho con cierta perspectiva del edificio, donde se tenia conocimiento de las ventanas donde dan un aire de fuga.



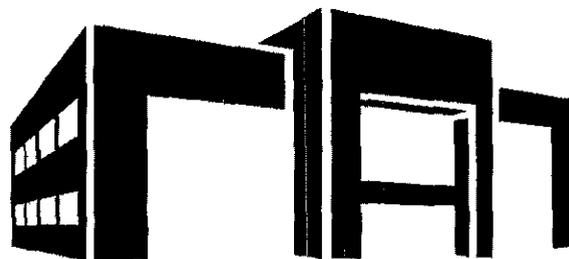
Posteriormente se fue sintetizando la imagen como por ejemplo en las ventanas de nueve ventanas se redujo a cuatro, logrando una mayor definición, así como la abertura en cada punto donde se necesitaba darle volumen y perspectiva al edificio.



El último boceto en cuanto al edificio se tomo la decisión de escogerlo en negativo y que la dirección sea hacia la derecha ya que el hombre por instinto lee de izquierda a derecha y esto daría apoyo por ejemplo a la información de un oficio.



Se escogio el edificio por ser una construcción diferente a las que ocasionalmente siempre tienen las casas de la cultura gubernamentales con arquitectura colonial. Esta es monumental y con un aire natural por el domo que se encuentra al centro dando luz durante mucho tiempo en el día.



TIPOGRAFIA Se escogió el alfabeto de base 9 en positivo, para que sea entendible y clara para el público; el refinamiento de su diseño le brinda contemporaneidad y armonía, al tiempo que atrae la atención por su fuerza y peso, justificada en base a la red, le da equilibrio y estabilidad; con esto el rectángulo en tinta plana refleja una tipografía de formalidad y solidez, y darle una base al símbolo para que no se visualice al edificio flotando. La tipografía de la palabra CASA DE LA CULTURA es de 26 pts. para darle más énfasis

por el hecho de que la gente entienda en primer instancia que se trata de un centro de desarrollo cultural donde puede asistir todo el público, mientras que el nombre de JOSE REVUELTAS es de 14 pts. dando a conocer el nombre del lugar como homenaje al escritor, considerando que lo más importante es la función del lugar como tal pero sin desmerecer el nombre de ésta.

Alfabeto Base 9

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ 14pt.
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ 26pt.

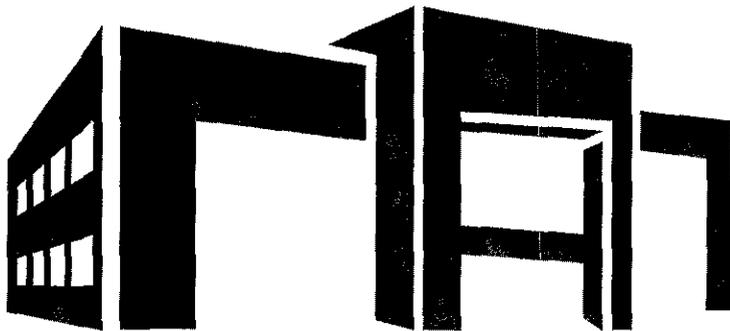
CASA DE LA CULTURA
J O S E R E V U E L T A S

COLOR Para determinar el color fueron varios los factores como los siguientes: las puertas que son de color verde en el interior de la Casa de la Cultura y las señales como el directorio con el que cuenta tienen el color verde en la tipografía y en su su envolvente en fondo gris. El color verde fue el que se escogió para darle uniformidad al ambiente del lugar como por ser un color institucional dentro del Gobierno del Distrito Federal.

“El verde es el color natural por excelencia”

(1) Se clasifica como naturales y artificiales, un verde artificial tiene mucho azul, vivos,

fuertes, activos, con aire deportivo y de carácter tecnológico; por otra parte el verde natural tiene connotaciones de relajamiento y paz. El color verde es mundialmente escogido por los ecologistas. La Casa de la Cultura tiene un aire natural por su arquitectura de grandes dimensiones con un ambiente fresco con su domo en el centro. Por otra parte este color es de los primeros en clasificarse de mayor impacto en la combinación de verde sobre blanco como la visibilidad en función al tiempo, verde, visible en 371/ 10,000 de segundo.



CASA DE LA CULTURA
J O S E R E V U E L T A S

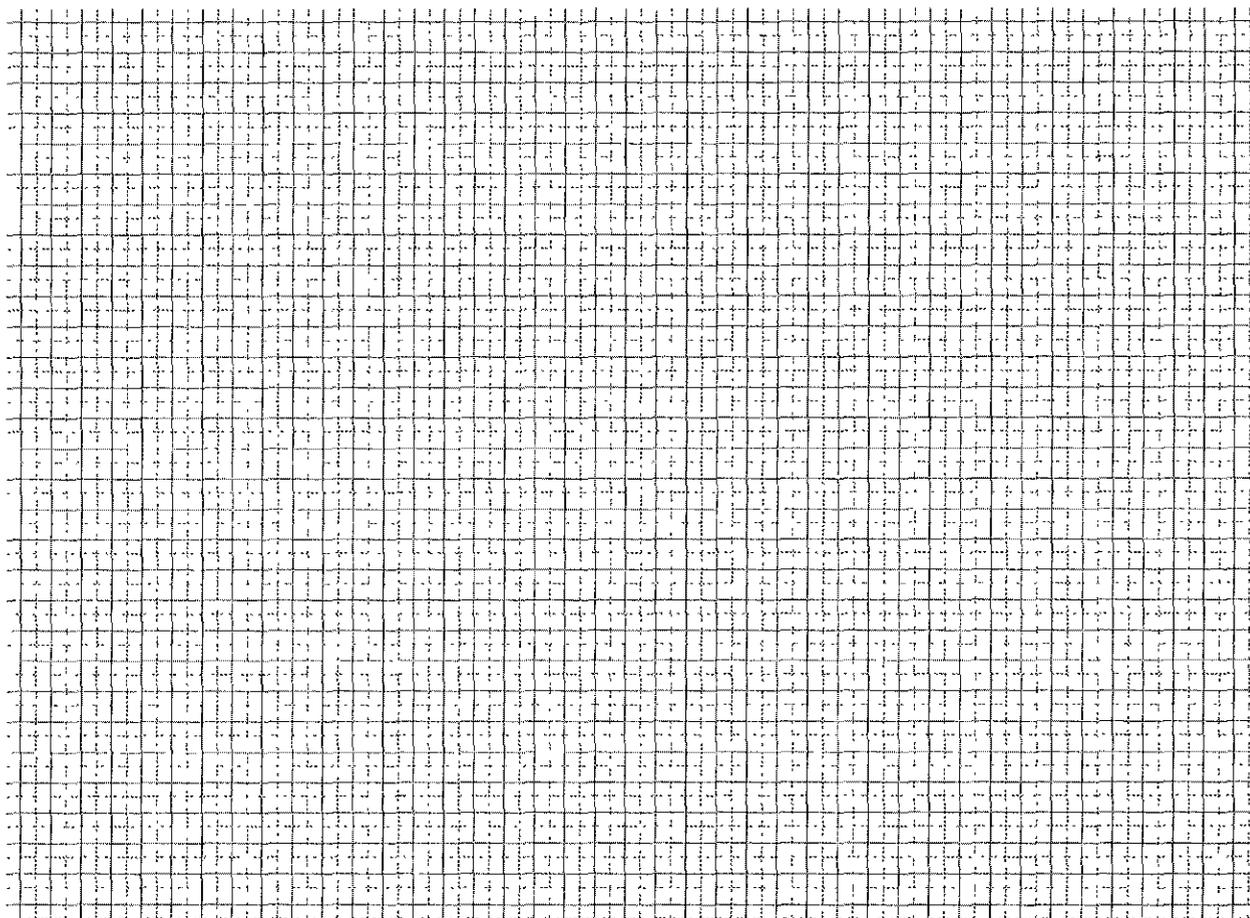
¹ color en el diseño gráfico,
Ian Swann, pag.57.

RETICULA PROPORCIONAL

Esta nos sirve para darle estabilidad, proporción y sobre todo darle justificación a cada elemento del gráfico.

Para obtener los resultados con mayor exactitud, es necesario realizar una red para los trazos que se den durante el diseño del símbolo,

así como de la tipografía, pues cuando no se cuenta con ella en ocasiones los trazos rompen con la armonía de la imagen, dando un resultado incorrecto y de poca fidelidad al diseño.

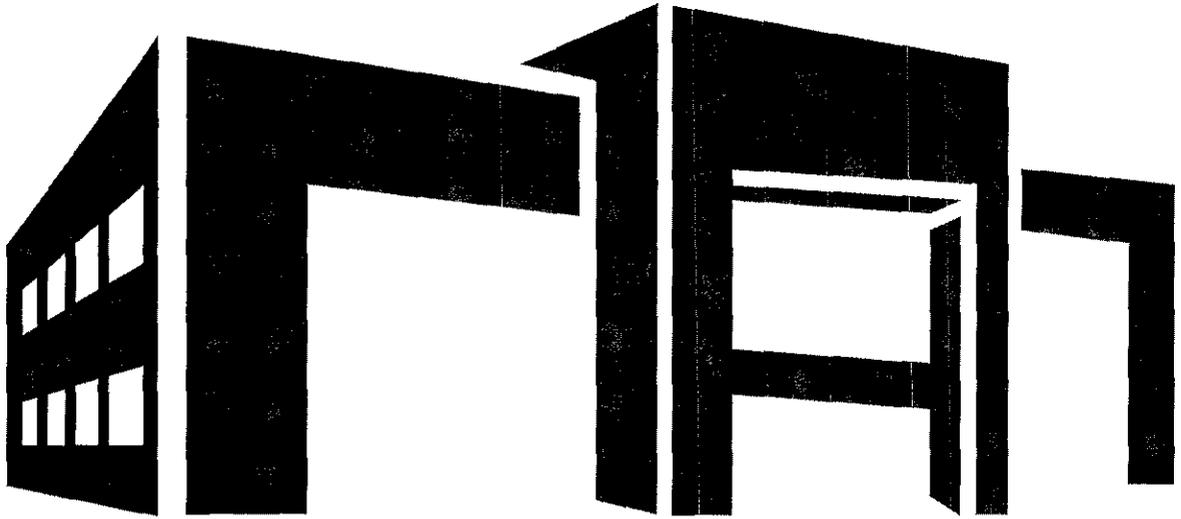


RETICULA DE TRAZO CON
GUÍAS AUXILIARES

Se creó una **retícula base** la cual se puede observar de color gris claro, posteriormente contamos con otra retícula a la que denominamos **auxiliar** puesto que nos ayudara al

trazado de nuestra identidad, ésta la identificamos de color naranja, en ella podemos guiarnos para poder justificar proporcionalmente los trazos de la identidad gráfica.





CASA DE LA CULTURA
J O S E R E V U E L T A S

La papelería institucional es la que da el carácter interno y es la expresión más clara que manifiesta la identidad para su reconocimiento.

A continuación ilustramos la estandarización de los diferentes formatos de papelería más comunes. Todas las aplicaciones aparecen a escala y las medidas se dan en centímetros.

La Identidad Gráfica aparece en la parte superior izquierda de las hojas y los datos complementarios se adicionan en la parte inferior izquierda alineados sobre el mismo eje vertical donde está justificada la identidad gráfica con la misma tipografía pero en medium en altas y bajas.

En el sobre correspondencia se emplean las mismas indicaciones anteriores adecuándolas a los formatos de éstos.

La tarjeta de presentación es en formato y tamaño estándar horizontal agregando nombre, cargo, teléfono y dirección. En la primera línea se pone el nombre con un puntaje mayor, en la segunda se agrega el cargo con un puntaje menor, ambas líneas en altas y bajas, ajustadas al eje vertical izquierdo. Se sugiere el uso de cartulina opalina blanca para la impresión de las tarjetas.



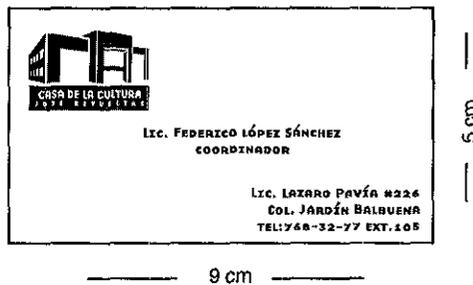
28 cm

hoja tamaño carta ►
al 62%

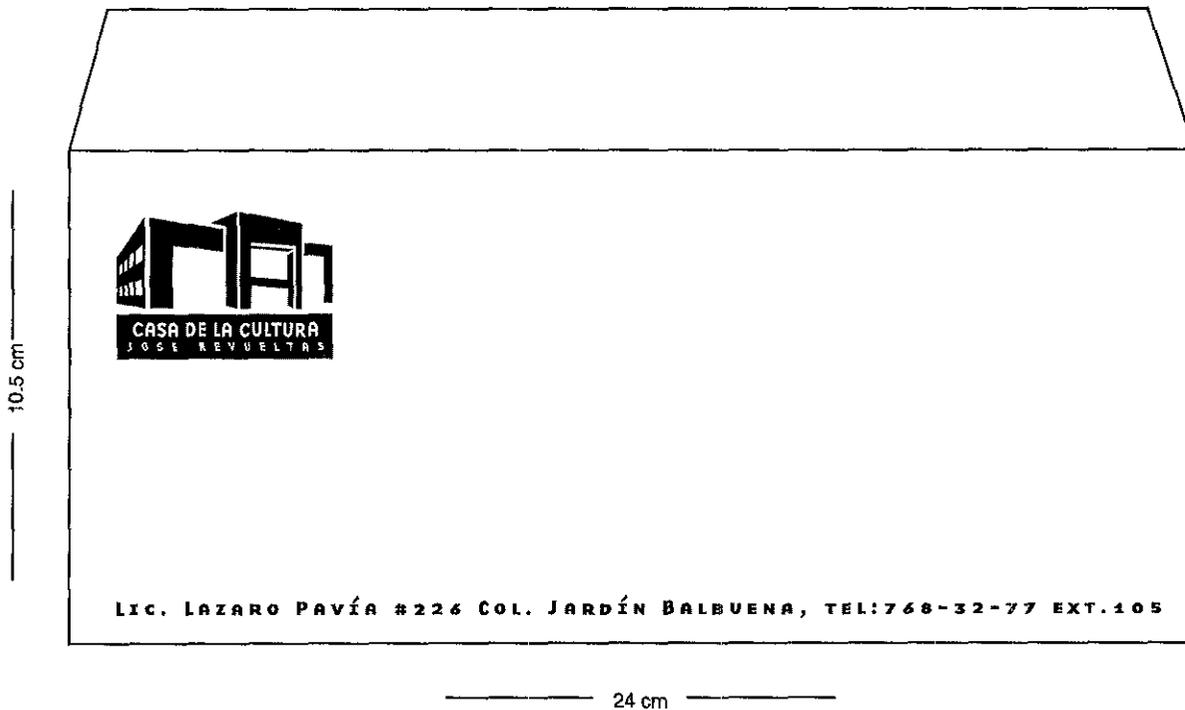
LIC. LAZARO PAVÍA #226 COL. JARDÍN BALBUENA, TEL:768-32-77 EXT.105

21.5 cm

Tarjetas de presentación
al 62%



Sobre
responsabilidad
al 62%



El cartel es un soporte gráfico que por su forma de expresión debe causar gran impacto visual. Esto se logra con pocos elementos que, por su adecuado diseño, tamaño, colorido y mensaje, le permiten sobresalir de otros medios impresos provocando la atención del receptor.

Los volantes son impresos de tamaño media carta, que regularmente tienen un costo de impresión bajo.

Los volantes generalmente se imprimen en una o dos tintas y en papel económico; la información debe ser de interés y se complementará con un diseño atractivo.

35 cm

70 cm



Cartel ►

LIC. LAZARO PAVÍA #226 COL. JARDÍN BALBUENA, TEL: 768-32-77 EXT. 105



14 cm

volantes ►
al 62%

21.5 cm

COTIZACIONES

Hoja membretada carta/oficio millar
\$ 600.00
(dos tintas bond)

Sobre correo millar
\$ 600.00
(dos tintas, papel bond)

Tarjeta de presentación ciento
\$ 90.00
(dos tintas, cartulina opalina)

volantes millar
\$ 160.00
(una tinta, papel bond)

Las impresiones son en serigrafía excepto los
volantes y el cartel que son en offset.

RESUMEN CAPITULAR

Se ha mostrado en este capítulo una forma de diseñar un símbolo para un lugar específico, de acuerdo a un símbolo, tipografía y color, ayudados por el diseño gráfico, en base a una retícula, para su equilibrio y proporción para estabilidad visual para el receptor y así ser agradable, identificable y reconocida ante la comunidad, que se encuentra dentro de ella como trabajadores, visitantes y alumnos del lugar.

También hemos hablado sobre como aplicar la identidad gráfica en la diferente papelería y publicidad que requiere por su función ante la sociedad dentro y fuera de la Casa de la Cultura.

CONCLUSIONES

Para la realización de todo diseño es fundamental seguir una metodología proyectual, aunque en ocasiones por la premura de los trabajos solicitados no siempre se sigue, por consiguiente en esta tesis presentamos la opción de aplicar la metodología en una identidad gráfica para una casa de cultura, con fundamentos prácticos y teóricos se estructuro la información investigada, con el afán de conseguir los objetivos señalados en los capítulos presentados, como la identificación del símbolo con usuario y el personal que labora. Se tuvo cuidado de diseñarlo asociandolo de acuerdo con su entorno.

Para esto se adecuo la imagen de la mejor manera posible en sus diferentes aplicaciones, por ejemplo: en tarjetas de presentación, oficios, sobres y lo más importante en la fachada de la misma para que poco a poco la gente la distinga. Este reconocimiento no es inmediato ya que eran varios los meses que no contaba con una imagen propia, por lo tanto la identificación se da con la constante publicidad empleando la identidad gráfica en carteles, volantes e invitaciones a eventos como parte de la Casa de la Cultura José Revueltas.

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

BIBLIOGRAFIA

Aicher, Otl

Sistemas de Signos en la Comunicación

Edit. G. Gili, Barcelona, 1979

Costa, Joan

Identidad Corporativa

Edit. Trillas, México, 1993

Costa, Joan

Identidad Corporativa (25 casos de empresas)

Edit.

Chávez, Norberto

La Imagen Corporativa

Edit. G. Gili, México, 1994

Fiske, John

Introducción al Estudio de la Comunicación

Edit. Norma, Bogotá, 1989

Koren, Leonard

Recetario Diseño Gráfico (propuestas, combinaciones

soluciones a sus layouts)

Edit. G. Gili, México, 1992

López Rodríguez, Juan Manuel

Semiótica de la Comunicación Gráfica

Edit. EDIMBA-U.A.M., México

Müller-Brockman, Josef

Sistemas de Retículas
(un manual para diseñadores gráficos)

Edit. G. Gili, Barcelona, 1982

Munari, Bruno

¿Cómo Nacen los Objetos?
(metodología proyectual)

Edit. G. Gili

Swann, Alan

El Color en el Diseño
(principios y uso efectivo del color)

Edit. G. Gili



UNAM
Escuela Nacional de Artes Plásticas

Ciudad de México D.F.

Plataforma: Macintosh

Programas: Illustrator 7.01
QuarkXpress 4.02
Office 98

Tiraje: 13 ejemplares
Fecha: Septiembre 1998.