



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

Propuesta de Imagen Institucional y Señalética para el
Museo de la Escuela Nacional Preparatoria
para la Educación y el Arte
MENPEA.

Tesis que para obtener el Título de Licenciada en Diseño Gráfico
Presenta

Laura Elena Segura Velázquez

Director de Tesis
Lic. Adrián Flores Montiel

México, D.F. 1998

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



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

79
201
268217



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.

AGRADECIMIENTOS

A mi Madre

a Denise

al Profr. Adrián Flores Montiel

a todas las personas que me han apoyado

Gracias

ÍNDICE

	Pág.		Pág.
INTRODUCCIÓN			
CAPÍTULO 1		CAPÍTULO 2	
EL MUSEO DE LA ESCUELA NACIONAL PREPARATORIA PARA LA EDUCACIÓN Y EL ARTE (MENPEA)		IMAGEN GRÁFICA	
1.1 La Escuela Nacional Preparatoria.		2.1 Imagen gráfica.	
1.1.1 Antecedentes.	4	2.1.1 Definición.	26
1.1.2 Filosofía de la dependencia.	5	2.1.2 Antecedentes.	27
1.1.3 La Escuela Nacional Preparatoria en la actualidad y su visión para el futuro.	6	2.1.3 Clasificación.	29
		2.1.4 Características.	30
1.2 El Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte (MENPEA).		2.1.5 Elementos que la componen.	34
1.2.1 Antecedentes.	8	2.1.6 Metodología para la creación de la imagen gráfica.	31
1.2.2 Objetivos.	9		
1.2.3 Acervo.	10	CAPÍTULO 3	
1.2.4 Ubicación.	11	PROPUESTA DE IMAGEN GRÁFICA	
1.2.5 Actividades y proyectos a futuro.	12		
1.2.6 Análisis del visitante.	13	3.1 Planteamiento del problema.	36
1.3 El diseño de imagen gráfica.		3.2 Proceso de bocetaje.	
1.3.1 Definición.	15	3.2.1 Primeras imágenes.	38
1.3.2 Panorama nacional e internacional del diseño de imagen gráfica en los museos.	17	3.2.2 Anteproyecto.	43
		3.2.3 Proyecto.	52

	Pág.
3.3 Formato.	
3.3.1 Sistema de construcción.	53
3.3.2 Sistema de proporción.	55
3.3.3 Alternativas de uso.	57
3.3.4 Área de restricción de la imagen.	58
3.3.5 Escalas.	59
3.3.6 Usos incorrectos del formato.	62
3.4 Tipografía.	
3.4.1 Tipografía primaria.	64
3.4.2 Tipografía secundaria.	66
3.4.3 Usos incorrectos en la aplicación de la tipografía.	69
3.5 Color.	
3.5.1 Guía de color para la impresión de la imagen sobre papel con acabado mate.	72
3.5.2 Guía de color para la impresión de la imagen sobre papel con acabado brillante.	73
3.5.3 Aplicación de la imagen sobre fondo de color.	74
3.5.4 Neutralidad de la imagen.	75
3.5.5 Usos incorrectos en la aplicación del color.	76
3.6 Aplicaciones de la imagen gráfica.	
3.6.1 Hoja membretada.	77

	Pág.
3.6.2 Formato de mecanografía.	81
3.6.3 Sobre de correspondencia.	83
3.6.4 Tarjeta de presentación.	84
3.6.5 Solicitud para visita guiada.	85
3.6.6 Gafete.	86
3.6.7 Artículos promocionales.	87
A. Playera.	
B. Bolígrafo.	
C. Pin.	
D. Portavasos.	
E. Bolsa.	
F. Separador de libros.	
G. Portalápices.	
3.6.8 Uniformes.	88

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

GLOSARIO

INTRODUCCIÓN

"La mayor parte del patrimonio que conservamos, dentro y fuera de los museos es heredado. Perteneció a un pasado que nos lo ha transmitido, y mediante el cual conocemos casi todo lo que sobre nosotros mismos y sobre el mundo es posible conocer."

Luis Alonso Fernández

El Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte (MENPEA) es una institución museística, creada en el año de 1986, adquiere gran importancia por los objetos que conforman su acervo. Uno de los objetivos que persigue es el de dar a conocer y promover este acervo y las actividades que lleva a cabo, no sólo a la comunidad universitaria y preparatoriana sino también al público en general. Por este motivo, enfrenta y requiere satisfacer diversas necesidades de comunicación visual y gráfica, como una adecuada imagen institucional, papelería, folletos, carteles, entre muchos otros.

Ahora bien, existe una imagen diseñada para el museo, pero la consideramos inapropiada para representarlo -además no cuenta con un documento o manual de identidad que establezca las normas para su buen uso y aplicación- por lo que, el trabajo que se presenta tiene los siguientes objetivos:

** Diseñar una imagen institucional acorde a la personalidad y características del Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte (MENPEA).*

** Establecer los parámetros para su construcción, reproducción, sistema de colores y aplicación en diferentes soportes gráficos como hoja membretada, tarjeta de presentación, artículos promocionales, entre otros.*

El *capítulo uno*, presenta el marco histórico, tiene como punto de partida los antecedentes, la filosofía, actualidad y visión para el futuro de la Escuela Nacional Preparatoria (ENP). Posteriormente, se aborda de lleno al Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte (MENPEA): antecedentes, objetivos, acervo, ubicación, actividades y proyectos a futuro y análisis del visitante. Datos que permitieron establecer la personalidad y características del museo para proyectarlas en el capítulo tres (propuesta de imagen gráfica). Además se aborda la importancia del diseño de imagen en los museos y se presenta un marco de referencia tanto nacional como internacional.

El *capítulo dos* constituye el marco teórico en que está sustentado este trabajo y la metodología a seguir para el diseño de la imagen gráfica. Además, con este capítulo se pretende introducir al lector a los conceptos que se manejarán constantemente.

El *capítulo tres* contiene la propuesta de imagen gráfica y establece una serie de normas y restricciones para su correcta utilización y aplicación en diferentes soportes como hoja membretada, sobre de correspondencia, artículos promocionales, uniformes, entre otros.

Por último se presentan las *conclusiones*, la *bibliografía* ordenada alfabéticamente por autor y el *glosario*.

Capítulo 1

**El Museo de la Escuela Nacional Preparatoria
para la Educación y el Arte
MENPEA**

1.1 La Escuela Nacional Preparatoria.

1.1.1 Antecedentes.

“Los antecedentes de la educación media-superior en México, se remontan al siglo XVI, cuando se fundaron los primeros colegios en la Nueva España. De éstos, el que originó en parte el bachillerato universitario -al fusionarse con el Colegio de San Ildefonso- fue el Colegio Máximo de San Pedro y San Pablo, fundado en 1574 y manejado por los *jesuitas**. El gran aumento de la población criolla que demandaba educación propició que en 1588 se estableciera el Colegio de San Ildefonso, por mandato del virrey Álvaro Manrique de Lara.

Años más tarde, en 1612, ambos colegios formaron uno solo: el Real Colegio de San Pedro y San Pablo y San Ildefonso, antecedente directo de la ENP.”¹

“El 2 de diciembre de 1867, el presidente de la República, Don Benito Juárez, expedía la *Ley orgánica de la instrucción pública en el Distrito Federal*, que reformaba, con un espíritu *cientificista* y *positivista*, a partir de su aplicación en la capital, todo el sistema educativo del país. Y poco después, el 3 de febrero de 1868, abrió sus puertas a la juventud estudiosa mexicana, bajo la certera dirección del doctor Don Gabino Barreda, la Escuela Nacional Preparatoria, nuevo instituto creado por la mencionada ley, y

cimiento destinado a servir de apoyo a la estructura íntegra de la renovada educación superior nacional.

Del gran número de edificios coloniales que el gobierno poseía en la ciudad de México, Barreda seleccionó y el presidente Juárez aprobó, para residencia de la Preparatoria, uno famoso por sus dimensiones, por su hermosura y severa arquitectura y por su larga tradición cultural: San Ildefonso.”²

“Algunos años más tarde (1910), por disposición del presidente Porfirio Díaz la Escuela Nacional Preparatoria pasó a formar parte de la Universidad, instituyéndose como la etapa propedeútica previa a la formación profesional.”³

1. Guía Universitaria, UNAM- Sria. Administrativa, p. 34.

2. LEMOINE VILLICAÑA, Ernesto; La Escuela Nacional Preparatoria en el periodo de Gabino Barreda 1867-1878: Estudio histórico, pp. 7, 23.

3. Guía Universitaria, obr. cit., p. 34.

* “En 1572 llegaron los primeros jesuitas a territorio mexicano, encargándose desde entonces, como en Europa, de la alta educación superior y de la dirección cultural de las clases sociales más elevadas, cumpliendo su misión de contrarrestar la influencia de la reforma luterana en el mundo.” GONZÁLEZ CÁRDENAS, Octavio: Los cien años de la ENP, p. 18.

1.1.2 Filosofía de la dependencia.

“La misión de la Escuela Nacional Preparatoria es *Impartir educación, a nivel Bachillerato, que proporcione a sus alumnos una formación integral que les permita adquirir conocimientos y habilidades para acceder a estudios superiores con una actitud analítica y crítica, desarrollar su personalidad y enfrentarse a la vida de manera responsable y con un alto sentido social congruente con las necesidades del país.*”⁴

“Nuestra institución está encaminada a cumplir con los siguientes tres fines sustantivos que son también los que debe observar la UNAM: académicos, de investigación y de difusión de la cultura.”⁵

LEMA

“...el Dr. Gabino Barreda, quien fungió como primer director de la ENP, creó el lema “AMOR, ORDEN y PROGRESO”. AMOR por base, ORDEN como medio y PROGRESO como fin, siendo ésta una premisa positiva.”⁶

Himno de la Escuela Nacional Preparatoria

Letra y música: Manuel M. Bermejo.

*Escuela Nacional Preparatoria
te canta con amor la juventud;
la patria se ennoblece con tu historia,
prodigio de saber y de virtud;
y todo el continente ve tu gloria
cual nimbo de radial excelsitud.*

*Formidable como un rito
y triunfal cual un poema,
te escribió Barreda un lema,
que su nombre perpetuó.*

*Y al clamar con entusiasmo
“Amor, orden y progreso”
de la patria el dulce beso
tu ideal santificó.*

4. Ago. 1997, México) Tercer informe de actividades Lic. José Luis Balmaseda Becerra 1996-1997, p. 15.

5. BALMASEDA BECERRA, José Luis: La ENP en sus 130 años de vida y su actual misión educativa, charla presentada con motivo de la semana de bienvenida a la generación del año 2000, ago. 1997, plantales 1, 6, 7 y 8 de la ENP, México, D.F.

6. (AGO. 1995, s/l) Boletín de bienvenida, plantel No.4 “Vidal Castañeda y Nájera”, información básica de diferentes aspectos de la vida en el plantel, impreso, s/localización, s/pag.

1.1.3 La Escuela Nacional Preparatoria en la actualidad y su visión para el futuro.

“La explosión demográfica del país, y en particular de la ciudad de México, obligó a la Universidad Nacional Autónoma de México a la creación, primero de 9 planteles de la Escuela Nacional Preparatoria (ENP) y posteriormente del Colegio de Ciencias y Humanidades (CCH)* en su Unidad Académica de Bachillerato, formado por 5 planteles (Azcapotzalco, Naucalpan, Oriente, Sur y Vallejo).

En principio, en la Escuela Nacional Preparatoria, existió solamente un plantel. Posteriormente, con el propósito de «dar oportunidad para todos», en el año de 1923 se fundó la preparatoria nocturna y por la explosión demográfica y la demanda estudiantil anteriormente citada, fueron creados más planteles a los que se les asignó el nombre de la zona o de la colonia en que se instalaron. En el año de 1968, siendo rector el Doctor Ignacio Chávez, a cada uno de los 9 planteles existentes le fue impuesto el nombre de ilustres universitarios y profesores preparatorianos.”⁷

“De la Dirección General de la Escuela Nacional Preparatoria dependen nueve planteles con dos turnos cada uno, que imparten estudios de bachillerato en la renovada modalidad tradicional (formación integral).

Los planteles están distribuidos en el área metropolitana y ocupan conjuntos arquitectónicos con distintas capacidades y características. El plantel número 2 “Erasmus Castellanos

Quinto” cuenta con estudios de iniciación universitaria- (educación secundaria)...”⁸

<i>Plantel</i>	<i>Año de creación</i>
Gabino Barreda (1)	1867
Erasmus Castellanos Quinto (2)	1935
Justo Sierra (3)	1923
Vidal Castañeda y Nájera (4)	1953
José Vasconcelos (5)	1955
Antonio Caso (6)	1959
Ezequiel A. Chávez (7)	1960
Miguel E. Schulz (8)	1964
Pedro de Alba (9)	1966” ⁹

7. BALMASEDA BECERRA, José Luis, Plan de trabajo académico institucional 1994-1998, p. 6.

8. Guía Universitaria, obr. cit., pp. 34, 213-216.

9. ROMO MEDRANO, Lilia E. et al.: La Escuela Nacional Preparatoria. Raíz y Corazón de la Universidad, anexo 2.

* “Tras 26 años de existencia, el Colegio de Ciencias y Humanidades (CCH) alcanza el rango de Escuela Nacional, según lo aprobó, por mayoría, el Consejo Universitario la madrugada del 3 de diciembre en sesión extraordinaria.

...el Estatuto General y la Ley Orgánica establecen que las dependencias universitarias dedicadas a la impartición de la docencia son escuelas nacionales...” ROMERO, Laura y AYALA, Gustavo; “Aprobó el Consejo Universitario elevar el CCH al rango de Escuela Nacional”, *g*: Gaceta UNAM, México, 4 dic. 1997, p. 3.

En la ENP "...el eje principal es la comunidad estudiantil, que en este año estuvo integrada por 1,619 alumnos inscritos en Iniciación Universitaria, así como 47,162 en educación media superior.

...el cuerpo docente actualmente está compuesto por 2,757 profesores,..."¹⁰

"La Escuela Nacional Preparatoria, siempre **progresista, viva, diferente y actualizada**, en la que todos los miembros de su comunidad estamos poniendo el mejor de nuestros esfuerzos, sabrá responder, como hasta ahora, a las exigencias de una Universidad moderna, ...y para ello permaneceremos unidos e interaccionados con escuelas, facultades, centros e institutos para reafirmar estos logros, conservando el bien ganado prestigio de líderes dentro del Bachillerato universitario en México."¹¹

10. (Jun. 1998, México) Cuarto informe de actividades Lic. José Luis Balmaseda Becerra 1997-1998, p. 3.

11. (Ago. 1997, México) Tercer informe de actividades..., doc. cit., p. 63.

1.2 El Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte (MENPEA).

1.2.1 Antecedentes.

“Por acuerdo del Pleno del H. Consejo Técnico de la Escuela Nacional Preparatoria adoptado en su sesión ordinaria de fecha 6 de octubre de 1986, se creó el Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte, al cual la Universidad Nacional Autónoma de México le asignó, como sede, espacios dentro del Antiguo Colegio de San Ildefonso, con el objeto de desarrollar una dependencia de la Escuela Nacional Preparatoria que se ocupe de la preservación del edificio y la realización de programas de enseñanza y de difusión de la cultura, y especialmente que mantenga la presencia de los preparatorianos en su tradicional sede académica, localizada en el Barrio Universitario.”¹²

Además, en San Ildefonso se encontraban algunas oficinas de la Dirección General de la Escuela Nacional Preparatoria, la Secretaría de Difusión Cultural de la ENP y la Galería de la Plástica Preparatoriana. Hasta que en 1992 “...para recibir la exposición *México esplendores de treinta siglos*, se decidió restaurar el edificio y los murales del Antiguo Colegio de San Ildefonso.”¹³ En noviembre de

ese mismo año debía ser inaugurada, así que en agosto el acervo del Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte (MENPEA) fue depositado en varios lugares de la ciudad de México: en la Casa de los Mascarones (Av. Ribera de San Cosme No.71, Col. Santa María La Ribera), en la Antigua Escuela de Medicina (calle de República de Brasil No.33) y finalmente en el ex Templo de San Agustín (ubicado en la calle de Isabel La Católica esq. con República de Uruguay). El acervo permaneció en este último lugar hasta el mes de septiembre de 1995, cuando fue trasladado a su nueva sede: la calle de San Ildefonso No.30, en el Centro Histórico de la ciudad de México.

12. Proyecto de reglamento del Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte (MENPEA) en: Gaceta ENP, DGENP, México, suplemento no.13, nov., 1990, p. 1.

13. DEVENAU, Carlos: Esplendores, tesoros y mística, en: *La Crónica*, Reforma, México, suplemento coleccionable no.4, 19 nov. 1994, p. 6, cl. 1.

1.2.2 Objetivos.

El Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte (MENPEA) es una instancia académico-cultural, presupuestal y administrativamente dependiente de la Dirección General de la ENP a través de la Secretaría de Difusión Cultural, que "...tiene como finalidad reunir, clasificar, organizar, ampliar, exponer, y utilizar diversos acervos educativos para la enseñanza, así como apoyar los programas académicos, de investigación y difusión de la cultura de la ENP y de la Universidad Nacional Autónoma de México." ¹⁴

"El Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte (MENPEA) tiene como objetivo vincular el museo con la comunidad universitaria a través de un trabajo organizado, planeado y coordinado interdisciplinariamente para transformarlo en un centro educativo y cultural ligado al contexto y a los procesos de desarrollo de la comunidad preparatoria, que fomente la conciencia sobre la importancia de preservar el patrimonio cultural.

Objetivos específicos.

- a) Ser un instrumento de apoyo académico y de divulgación de la ciencia y la cultura.
- b) Ser un sitio dinámico y de amplia interacción con la comunidad universitaria y con el público en general.

c) Apoyar la preparación de los alumnos preparatorianos y constituirse en un lugar donde puedan complementar su formación.

d) Comunicar, procurar deleite e impulsar la curiosidad crítica y participativa de la comunidad universitaria.

e) Proyectar hacia la sociedad el conocimiento que se genere en su interior." ¹⁵

14. Proyecto de reglamento del ..., art. cit., p. 2.

15. Proyecto de Actividades para el MENPEA 1995-1998.

1.2.3 Acervo.

Actualmente, el museo cuenta con un acervo de poco más de 1,000 piezas, muchas de ellas datan del siglo XIX.

1. Instrumentos científicos de las áreas de física, química y biología como: microscopios simples, compuestos y uno electrónico; generadores de corriente, termómetros, balanzas, prismas, lentes, aparatos para comprobar la dilatación y electricidad, galvanómetros, manómetros, cajas de resistencias, amperímetros, higrómetros, barómetros, dinamómetros, un astrolabio, un octante e instrumentos de vidrio, por citar algunos.

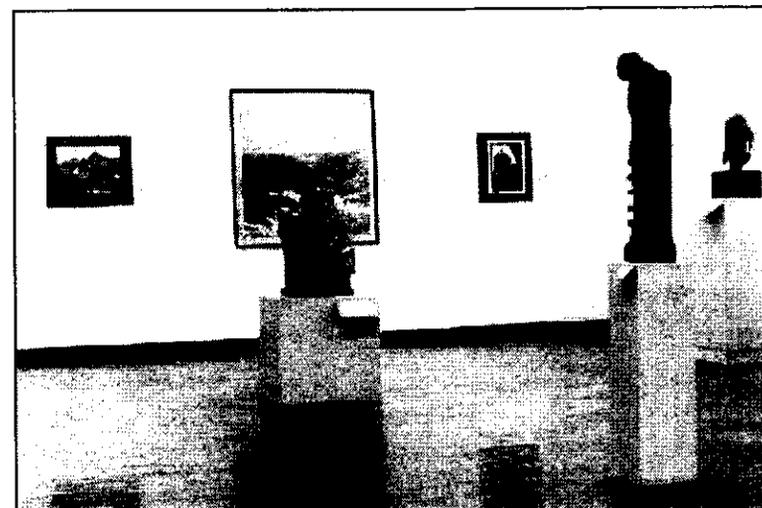
2. Especímenes de aves y mamíferos disecados: águilas, gansos, diversos roedores, pelícanos, un canguro, un tapir, entre otros.

3. Material in vitro: Reptiles (víboras, iguanas, lagartijas), peces y fetos humanos.

4. Momias: un hombre y una mujer.

5. Obras de arte: escultórica y pictórica (de diferentes técnicas como tinta china, acuarela, óleo, xilografía, serigrafía, mixta y acrílico).

6. Objetos de la generación de preparatorianos 1920-1924* como: trofeos, estandartes, fotografías, recortes de periódico, libros, medallas y diplomas.



Sala de Arte

* Son exalumnos de la Escuela Nacional Preparatoria de los turnos diurno y nocturno que estudiaron entre los años de 1920 y 1924, que decidieron formar una agrupación a la que denominaron "Grupo Preparatoriano 20-24", se distinguieron por su amor a la patria y a los valores nacionales. Pertenecieron a esta generación Jose María "Chema" de los Reyes (Fundador, promotor y primer director de la Escuela Nacional Preparatoria Nocturna), Frida Kahlo (pintora), Miguel Alemán Valdés (ex-presidente de México). ROMO MEDRANO, Lilia E. et al: La Escuela Nacional Preparatoria. Raíz y Corazón de la Universidad, p. 47. "...para ejemplo de los universitarios somos la generación ilustre de post-revolución..." (22 Ene. 1996, México) Memoria del LXXVI Aniversario de la generación de preparatorianos universitarios, impreso, s/p.

1.2.4 Ubicación.

El Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte (MENPEA) se encuentra en el 2o. piso del edificio ubicado en la calle de San Ildefonso No.30, en el Centro Histórico de la ciudad de México.

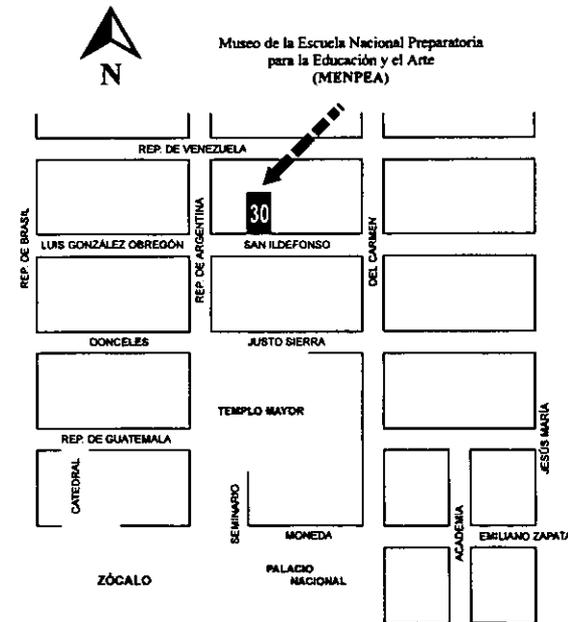
La construcción data de la época Colonial. “En 1593, Fray Gabriel de San José planeó la construcción de un convento más para monjas, de la orden de los Dominicos, en la capital de la Nueva España, el de Santa Catalina de Siena. El proyecto no se realizó sino hasta 1619, por órdenes del Arzobispo Pérez de la Serna, cuya construcción estuvo a cargo de Alonso de Arco.

Durante la guerra de Independencia el convento sirvió de prisión a Doña Josefa Ortíz de Domínguez. Posteriormente, en 1847, ante la ocupación del Colegio de San Ildefonso por el ejército norteamericano, el convento de Santa Catalina de Siena fue habilitado como cuartel.

Después de muchas exclaustraciones y de la venta de algunos predios, una parte del ex convento albergó un hospital de sangre a partir del 21 de abril de 1863. Se le denominó hospital de sangre porque a este lugar llegaban los heridos en combate y se realizaban transfusiones sanguíneas.”¹⁶

El patio posterior del convento, ubicado en la calle de San Ildefonso 30, se utilizó como bodega y más tarde se convirtió en el anexo del plantel No. 2 de la Escuela Nacional

Preparatoria. Después funcionó como escuela secundaria. A partir de 1991 es sede de la Secretaría de Difusión Cultural de la Escuela Nacional Preparatoria y desde 1994 alberga al Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte (MENPEA).



16. AMERLICK DE CORSI, Ma. Concepción y RAMOS MEDINA, Manuel: Conventos de monjas. Fundaciones en el México Virreinal, pp. 77-82.

1.2.5 Actividades y proyectos a futuro.

El acervo del Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte (MENPEA) es muy valioso tanto histórica como culturalmente. El museo cuenta con salas de exposición permanente y en la actualidad existen **5: dos salas de instrumentos científicos, dos salas de zoología y una sala de arte.**

En el museo se realizan las siguientes actividades:

- * Visitas guiadas a las salas de exposición.
- * Diseño y montaje museográficos.

Los proyectos a futuro son:

- * Aumentar el número de salas de exposición.
- * Ampliar el acervo.
- * Presentar exposiciones temporales.
- * Editar un catálogo del acervo del museo.
- * Organizar cursos, talleres y conferencias, entre otras actividades.

1.2.6 Análisis del visitante.

Ante todo, hay que definir de forma clara que el Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte (MENPEA), es un museo preparatoriano, un museo universitario, es evidente que esta característica debe ser algo más que una cualidad administrativa, y que tiene que ver justamente con la relación con el público y con la identificación del mensaje cultural, y ser un instrumento de extensión de la Universidad hacia el público en general.

El museo no se encuentra incluido en Ciudad Universitaria, tampoco se encuentra muy cerca de alguno de los nueve planteles preparatorianos (a excepción del plantel No.7 “Ezequiel A. Chávez” ubicado en Calz. de la Viga y Zoquipa, Col. Merced Balbuena), lo que le daría un público preparatoriano y universitario natural, definido casi geográficamente.

A continuación se presentan el tipo de público para el cual está dirigido el museo.

Público mayoritario.

Comunidad preparatoriana. El MENPEA es un instrumento de apoyo académico para la comunidad preparatoriana, por lo tanto, podemos distinguir que este es el principal tipo de público para el cual va dirigido el museo. Dentro de este grupo se encuentran alumnos, profesores

y trabajadores de la ENP, y al que se une la comunidad universitaria.

Público intermedio.

Escolar. Integrado, principalmente, por estudiantes de otras escuelas, sobre todo públicas, de nivel medio superior y superior; así como también, de otros niveles de enseñanza como primaria y secundaria, que concurren por decisión de sus maestros y generalmente con el objetivo de responder a un tema específico de los programas.

Público minoritario.

En general. Este tipo de público se caracteriza por no ser especializado, pero suficientemente interesado en el tema y/o en conocer el edificio que alberga al museo, como para concurrir a visitarlo. En este grupo encontramos a los habitantes de la zona, personas que trabajan, otras que acuden al Centro a realizar compras y los turistas tanto nacionales como extranjeros. El turista que visita el Centro Histórico acude al museo de forma intencional u ocasional (“pasaba por allí”).

Clasificación por edades:

Niños y adolescentes: “Los niños dan prueba de una gran espontaneidad, de una capacidad receptora excepcional.

Adolescentes. Se inician en la especialización, dejándose guiar por su vocación y su formación...

Adultos. Consideran al museo como un lugar de ocio y de cultura general. Pero el museo también constituye un sistema de formación continua para este tipo de público.

Personas de la tercera edad: ...sienten todavía más un desfase con respecto a un mundo en vías de transformación rápida. Así pues, el museo puede ayudarlos a sentirse menos aislados e integrarlos en su programa cultural. En la medida en que el museo refleja a menudo un pasado reciente, los ancianos disfrutan del placer de reencontrarlo y de reencontrarse a sí mismos por medio de esas presentaciones.

Discapacitados: El desarrollo cultural de los discapacitados (físicos y mentales) plantea un problema médico y humano que el museo puede intentar considerar y a veces resolver siempre y cuando sepa rodearse de los consejos y del apoyo de las autoridades competentes.”¹⁷

17. RIVIÈRE, Henri Georges: La museología, pp. 384-386.

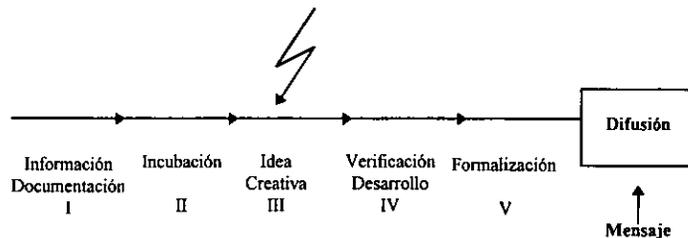
1.3 El diseño de imagen gráfica.

1.3.1 Definición.

“El diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado.”¹⁸

“El proceso de diseño no es un proceso lineal, sino *iterativo*. Es una constante regresar al principio, o alternativamente a las etapas intermedias, hasta conseguir la certidumbre, la consistencia de la solución que se está desarrollando.

En el gráfico se muestra este proceso de forma analítica, como una sucesión de etapas inspirándonos en los trabajos de Walas y Moles*.



Etapas del proceso creativo de diseño.

I. Información. Documentación. Recogida de los datos. *Listing* de las cuestiones a tener en cuenta: pliego de condiciones.

II. Digestión de los datos. Incubación del problema. Maduración. Elaboración «subconsciente». Tentativas en un nivel mental difuso.

III. Idea creativa. Iluminación. Descubrimiento de soluciones originales posibles.

IV. Verificación. Desarrollo de las diferentes hipótesis creativas. Formulación. Comprobaciones objetivas. Correcciones.

V. Formalización («puesta en forma»). Visualización. Prototipo original. Mensaje como modelo para su reproducción y difusión.

18. WONG, Wucius: Principios de diseño bi y tridimensional, p. 9.

* MOLES, A. y CAUDE, R.: Creatividad y métodos de innovación, Ibérico-Europea de ediciones, Madrid, 1997, s/p. citado por Joan Costa en Imagen global, p. 15.

El área de la comunicación por mensajes visuales define el universo del diseñador gráfico, que es el universo de los signos y de los símbolos.

La identidad visual constituye una de las formas más antiguas de la expresión del hombre por medio de los signos. Hoy constituida en un área de diseño muy desarrollada, la identidad visual es aplicada de forma creciente y activamente, por las empresas y organizaciones de nuestras economías de mercado y también por las organizaciones e instituciones de todo tipo (cívicas, culturales, administrativas) como una de las estrategias fundamentales de comunicación.”¹⁹

19. COSTA, Joan: Imagen Global, pp. 10, 15, 19.

1.3.2 Panorama nacional e internacional del diseño de imagen gráfica en los museos.

“...antes de la época clásica griega coleccionar objetos preocupaba a otros muchos pueblos y culturas, ha sido Grecia -sobre todo a partir del Helenismo- la civilización que convirtió casi en obsesión sagrada su afán de reunir y conservar en los templos y otros edificios variados productos de la creación humana, especialmente objetos artísticos y otros de valor y significación diversa.

Pierre-Maxime Schuhl comenta la intención de Platón de que, con objeto de «facilitar la contemplación de las obras maestras provenientes de la inspiración de las Musas [...] prevé, junto a los templos, instalaciones provistas de un personal atento para recibir a los turistas que hacen una peregrinación artística».²⁰

“El museo, en cuanto a institución pública accesible a toda clase de visitantes, es una realidad o fenómeno reciente. Hasta finales del s. XVIII la cultura y el arte no eran más que un adorno en la vida de los privilegiados, bien como elementos de exaltación religiosa, bien como curiosidad superior reservada a los potentados y a la nobleza.

En consecuencia, el museo tal y como lo conocemos es un invento nacido curiosamente bajo el entusiasmo y la visión de las elites ilustradas del s. XVIII. Pero fue convertido en institución pública y diseñado como un instrumento moderno de culturización por diversos factores determinantes del espíritu enciclopedista del Siglo de Las Luces y, sobre todo por decisión e imposición de la Revolución Francesa.”²¹

“El museo ha cambiado considerablemente en los últimos años. Las instituciones, alguna vez, pobremente administradas, han surgido a un proceso de refinamiento, convencidas de la necesidad de una imagen pública y han ganado para sí mismas una posición prestigiosa.

De su reputación elitista, hoy los museos y eventos culturales son vistos con respeto. El público tiene una amplia variedad de atractivos entre los cuales escoger y está dispuesto a hacer fila para poder entrar a ellos. Este auge se observa en muchas partes del mundo. Las exposiciones de arte llegan a ser eventos donde hay una gran demanda de profesionales como arquitectos, diseñadores y artistas gráficos.

Las compañías privadas comienzan a financiar actividades culturales, exposiciones en museos, y por lo tanto, hay una mayor necesidad de profesionales gráficos no solamente para los propósitos de comunicación, sino también para atraer un auditorio más amplio.

20. SCHUHL. P. M., «Platón et les musées», Mélanges d'esthétique et de science de l'art offerts à Etienne Sourian, Paris, 1965, p. 249, citado por FERNÁNDEZ, Luis Alonso en *Museología*, p. 49.

21. FERNÁNDEZ, Luis Alonso: *Museología*, pp. 47-49.

El museo se ha convertido en un centro de comunicación, un punto de reunión y un lugar cultural. Se puede apreciar tanto tradición como innovación en el campo del diseño de imagen para los museos.”²²

En el **ámbito nacional** y sobre todo en lo referente a museos de la ciudad de México, es común encontrar imágenes compuestas por nombre o razón social, logotipo, símbolo y color; en algunas de ellas pueden apreciarse sobre todo, símbolos de corte figurativo, es decir, símbolos que mantienen una relación “más” natural con algunas características del lugar. En seguida se presenta un análisis de diversas imágenes gráficas.

Museo de Ciencias UNIVERSUM. Es un centro de ciencias moderno e interactivo, presenta como imagen la estilización de un ojo y una mano (*fig. 1*).

Museo Universitario del Chopo. Es uno de los espacios para la difusión del arte y la cultura universitaria, alternativa y popular más importante de la ciudad de México. Tiene como sede un hermoso edificio Art Nouveau. Situado en una de las colonias más antiguas y de mayor tradición de la ciudad. La imagen es de carácter figurativo y muestra la síntesis del edificio con las inconfundibles torres que lo caracterizan (*fig.2*).

Feria Internacional del Libro. La imagen muestra la síntesis del Palacio de Minería, lugar donde se lleva a cabo esta feria y la complementa un libro abierto y el texto (*fig.3*).

fig. 1



fig. 2



fig. 3



22. ROUARD-SNOWMAN, Margo: Museum Graphics, pp. 6, 7, 15.

Museo de la Luz. En este museo se presentan los aspectos científicos de la luz en conjunción con los aspectos de interés en los campos de las artes plásticas, escénicas y arquitectónicas. La imagen gráfica representa el fenómeno de descomposición de la luz: un haz de luz blanca (línea izquierda) atraviesa un prisma (triángulo) y se descompone en diferentes colores (líneas que salen del triángulo). Los colores de la imagen son el azul, negro y blanco (*fig. 4*).

fig. 4



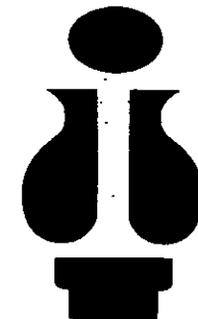
Antiguo Colegio de San Ildefonso. En la imagen se puede apreciar la letra “i” que es una referencia explícita del nombre del lugar, mejor conocido como San Ildefonso (*fig. 5*).

fig. 5



Coordinación de Difusión Cultural UNAM. Ostenta como imagen gráfica, la parte superior de una escultura del maestro Rufino Tamayo: *La Universidad germen de humanismo y sabiduría*; la cual se localiza en el Centro Cultural Universitario (*fig. 6*).

fig. 6



Sala Nezahualcóyotl. La imagen es una síntesis del edificio donde se encuentra (*fig. 7*).

fig. 7

SALA NEZAHUALCÓYOTL
XX Aniversario



Museo Nacional de Culturas Populares.

México, D.F.

La imagen gráfica está integrada por una línea continua que forma las siglas de este museo: m,n,o,p (*fig. 8*).

fig. 8



Museo de Arte Moderno.

México, D.F.

El Museo de Arte Moderno alberga una colección permanente que consta de obras de los artistas más representativos de la plástica mexicana desde principios del siglo XX hasta nuestros días. La imagen gráfica está formada por líneas quebradas que representan las siglas MAM, tratadas con distinto grosor para diferenciarlas entre sí (*fig. 9*).

fig. 9



Museo de Historia Natural.

México, D.F.

La imagen gráfica presenta la reproducción de la estructura ósea del dinosaurio jurásico Diplodocus, que se encuentra en este lugar. Este museo estuvo de 1913 a 1964 en el Palacio de Cristal o Pabellón japonés, hoy Museo del Chopo (*fig. 10*).

fig. 10



Respecto al **ámbito internacional**, "...en países como Estados Unidos, Australia, Francia, Alemania, Italia, Japón, Holanda, España, Suiza y el Reino Unido, los gráficos creados a finales de la década pasada, expresan una sensibilidad inherente y el espíritu del país, y por lo tanto, son apropiados tanto para la promoción de los artistas nacionales como de los programas culturales.

Museo de los Niños de Manhattan, New York, E.U.A.

(Children's Museum of Manhattan, New York).

La imagen está constituida por las iniciales CMOM cada una en un color y estilo diferentes. Es una imagen cinética, juguetona, y fresca. La expresividad y los colores directos (azul, amarillo y rojo) son un medio para atraer la atención de su público potencial: los niños. El símbolo logra un adecuado equilibrio entre el trazo a mano y el rigor de la tipografía. El balance entre lo juguetón y lo serio, el uso de las tipografías Bodoni y Futura, imparte un estilo original (fig. 11).

Museo de Arte Contemporáneo, Los Angeles, E.U.A.

(Museum of Contemporary Art, Los Angeles).

Tres formas simples -el cuadrado, el círculo y el triángulo junto con los colores primarios amarillo, azul y rojo, así como también el verde forman esta imagen y es complementada por el trazo libre de la "t" la cual provee un contraste entre la severidad de las formas geométricas.

(fig. 12).

fig. 11



fig. 12



Powerhouse Museum, Sydney, Australia.

La idea para la imagen fue inspirada por la mezcla de la vieja y nueva construcción. Los dibujos arquitectónicos fueron reducidos a abstracciones lineales (*fig. 13*).

Museo d'Orsay, Paris, Francia.

(Musée d'Orsay, Paris).

El monograma del museo consiste en una "M" arriba de una "O", separadas por una línea delgada, el cual es perfectamente legible (*fig. 14*).

Museo de Louvre, Paris, Francia.

El logotipo está compuesto por un panel rectangular con la palabra "Louvre". La "L" es notablemente más grande que el resto de las letras, que están sobre un cielo con nubes. Una impresión majestuosa es introducida al acentuar el espacio entre las letras como en una inscripción sobre un monumento; mientras la tipografía expresa el legado histórico del museo. El logotipo presenta una desventaja es técnicamente difícil de reproducir. Esto a veces conduce a una pérdida de definición, sobre todo en las nubes (*fig. 15*).

fig. 13

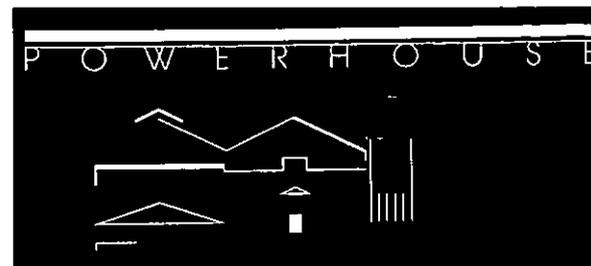


fig. 14



fig. 15

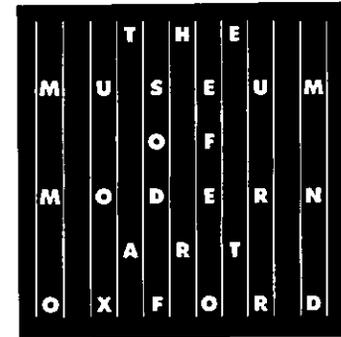


Museo de Arte Moderno, Oxford, Reino Unido.

(Museum of Modern Art, Oxford).

Sumamente arquitectónico en la construcción y tipografía sobria; es fácil de leer. Las líneas hacen referencia a las columnas de metal del edificio que alberga al museo (fig.16).

fig. 16



Museo Victoria y Alberto, Londres, Reino Unido.

(Victoria and Albert Museum, London).

El logotipo fue diseñado con tipografía Bodoni. La "A" se reduce simplemente a la línea inclinada derecha y la línea horizontal (barra) es sustituida por la parte superior del símbolo "&" (fig.17).

fig. 17



Museo de Guerra, Londres, Reino Unido.

(Imperial War Museum, London).

El principal problema para formular la imagen del museo consistió en no glorificar a la guerra. La imagen se basa en las letras "W" "M" sobre un fondo que simula la tierra, el mar y el cielo, símbolo del ejército, fuerza aérea y marina. Una alusión adicional a éstos es el empleo de los colores: verde (ejército) y azul (marina y fuerza aérea) (fig.18).

fig. 18



Museo de Arte de Meguro, Tokio, Japón.

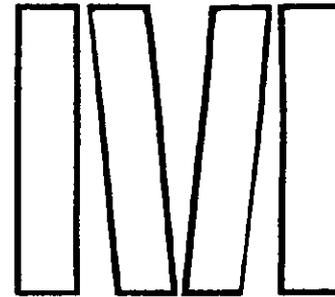
(Meguro Museum of Art, Tokyo).

La imagen es una simple “M” formada por 4 elementos rectangulares, apoyada por el nombre del museo en japonés e inglés. Refleja sobriedad y clasicismo (*fig.19*).

Deutsches Filmmuseum, Frankfurt am Main, Germany.

La imagen se basa en la linterna mágica. Se realizó una abstracción del tambor de la linterna presentando únicamente los estrechos tajos (*fig.20*).”²³

fig. 19

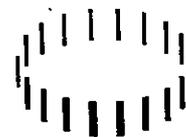


Meguro Museum of Art, Tokyo
目黒区美術館

fig. 20



deutsches
filmmuseum
frankfurt am main



deutsches
filmmuseum
frankfurt am main

23. ROUARD-SNOWMAN, Margo, obr. cit., pp. 17-174.

2.1 Imagen Gráfica.

2.1.1 Definición.

IMAGEN.

“Etimología del vocablo *imagen*: del latín *imago* (de la misma raíz *im*: imitare). Imagen es la *representación figurada* -es decir, en forma de una figura, ya sea visible o audible- *de un modelo original*. La imagen es la imagen de algo que la preexiste. Por lo tanto, ella es una realidad que cabalga entre lo *real* (el modelo) y lo *ficticio* (la representación).

Contemplar directamente un paisaje, que es estar inmerso en él, no es lo mismo que verlo representado en un cuadro o una fotografía.

El término «imagen» es en efecto polisémico. Tanto como la imagen misma. Por otra parte, la palabra «imagen» está fuertemente ligada a lo visible.”²⁴

GRÁFICA.

“Gráfica, del latín *graphicus*, que se representa por medio de figuras.

Ahora bien, partiendo de las características de cada concepto, puede decirse que una imagen gráfica es la representación de un modelo original por medio de figuras. Pero esta descripción es sólo inicial ya que “...la imagen gráfica es el elemento de comunicación visual que refleja, a través de características específicas, la actividad de una persona, grupo o asociación. Ben Rosen define la identidad gráfica como: “«La esencia visual de una cosa o idea, la forma en que se visualiza a una corporación, un producto o servicio, es la identificación visual que uno le atribuye. En este sentido es una forma de información y rápida persuasión, es un elemento de comunicación de alto impacto».”²⁵

24. COSTA, Joan: Imagen Global, p. 182.

25. ROSEN, Ben: The Corporate search for visual identity, Prefacio.

2.1.2 Antecedentes.

“La marca de fábrica y de comercio es fruto de una evolución histórica que tiene su verdadero origen en la Edad Media, especialmente con el funcionamiento del sistema corporativo, que implicó un uso muy extendido de las marcas. La marca de corporación, o marca colectiva, era exigida en todos los objetos manipulados. Las corporaciones, que estaban sometidas a una reglamentación muy estricta, disponían del monopolio de las ventas y, en principio, estaba prohibida toda concurrencia. La marca medieval de corporación* era una especie de «estampilla» del artesano, que tenía un carácter público y estaba destinada a afirmar la conformidad del producto con la exigencia reglamentaria.

Independientemente de la marca de corporación, la de los artesanos, más discreta, venía a ser, además de una señal de origen o una firma del productor, un sello de garantía de autenticidad y de calidad.

En el siglo XVII se proclamó la libertad del comercio y de la industria, con lo cual las corporaciones fueron suprimidas, y con ellas sus signos distintivos y todas las marcas obligatorias. Sin embargo, el mismo principio de libertad del comercio y la industria privados implicaba el reconocimiento de marcas individuales de carácter facultativo. Pero como éstas no estaban sometidas a ninguna reglamentación, se producían muchos abusos y las usurpaciones de marcas notables quedaban sin sanción. Por todo esto, los industriales y comerciantes forzaron una reglamentación

nueva que asegura el registro legal y la protección de las marcas frente a imitadores y falsificadores.

Los precursores de la identidad corporativa fueron el arquitecto, diseñador y artista gráfico alemán, Peter Behrens, y el sociólogo austriaco Otto Neurath, que colaboraron juntos con la firma germana AEG en 1908. Behrens y Neurath han sido así los primeros «asesores comunicadores» en nómina de una gran empresa, y los forjadores de su identidad singular.

Ellos se encargaron de concebir una «imagen» para AEG, y de diseñar por completo un programa para las producciones de la firma. Proyectaron edificios, fábricas, oficinas y establecimientos comerciales; diseñaron productos, lámparas industriales, juegos de té, material eléctrico, etc., y en la faceta de diseño gráfico crearon marcas, logotipos, carteles, anuncios, folletos y catálogos, en un inédito servicio de «diseño integral» que ha configurado la imagen coherente y unitaria de AEG en todo el mundo. Y se ha constituido en el paradigma histórico de la identidad corporativa.

* Término que poseía un sentido muy diferente del que hoy tiene en el ámbito de las empresas y grupos empresariales en el vocabulario norteamericano.

...por ser un producto de la segunda revolución industrial, la identidad corporativa es una disciplina mucho más joven que el diseño de «marcas» (de las que se encuentran testigos arqueológicos en el siglo V antes de Cristo). Por ejemplo, el logotipo-marca de Coca-Cola es de 1886; el de Pepsi Cola de 1898; el símbolo de Mercedes Benz, de 1900; los logotipos de Pirelli y AEG, de 1908; el de Ford, de 1910, y el símbolo de los transportes subterráneos londinenses, de 1914.

Es por esta preexistencia histórica de la marca y por su condición de *signo visual* duradero -y también porque ella enlaza con la identidad corporativa de la que sigue siendo su núcleo y su centro-, que todavía abundan las confusiones entre la marca (objeto de marcaje físico), el logotipo (que es una variante de la marca) y la identidad corporativa.”²⁶

26. COSTA, Joan: s/t., pp. 24-26, 27.

2.1.3 Clasificación.

“... a la «imagen» se le suele concebir como un *hecho objetivo*, un fenómeno exterior perceptible, una fuente, y como un *hecho subjetivo*, un registro, una representación.

Asumida como un **hecho objetivo**, motiva usos tales como: «tener o emitir una imagen» («aspecto»); «centro de estudios de la imagen» (iconos o medios y sistemas de producción de mensajes icónicos: fotografía, cinematografía, video, etc.); «retórica de la imagen» (un tipo de estructura formal propia de un tipo de mensaje), etc.

En un segundo uso, la palabra «imagen» alude en cambio a un fenómeno representacional, un **hecho subjetivo**: «la imagen pública» (hecho de opinión colectiva); «imagen psíquica» (fenómeno de representación mental); «registro imaginario» (formación ideológica), etc.

La imagen gráfica pertenece al grupo de hechos subjetivos pues alude a un fenómeno representacional. Se clasifica en varios grupos.

IMAGEN CORPORATIVA.

Este término posee diversidad de aplicaciones en los distintos contextos idiomáticos.

En el contexto sajón *corporation* significa «compañía», «empresa».

Pero «corporación», en el medio latino, remite a formas organizativas más complejas y nunca significa «empresa».

Por lo general, se apela a ese término cuando se ha de aludir a una agrupación de asociaciones que integra, por ejemplo, a empresas privadas, organismos públicos y/o sectores de la comunidad a través de sus entidades representativas.

Hace referencia a una infraestructura humana. Engloba a un conjunto de miles de elementos humanos

IMAGEN EMPRESARIAL.

Alude a la estructura organizativa de naturaleza económica por excelencia.”²⁷ Mediana empresa.

IMAGEN COMERCIAL.

Se refiere al micro o pequeño comercio. Por ejemplo, las tiendas de abarrotes, tintorerías, panaderías, estéticas, etc.

IMAGEN INSTITUCIONAL.

“Hace referencia a la ...exclusión de las funciones de lucro directo y, por lo tanto, vinculado a los organismos no empresariales...”²⁸

IMAGEN PROFESIONAL.

Es la imagen que expresa la profesión o servicios que desempeña una persona, cualquiera que sea su actividad: un dentista, un abogado, etc.

IMAGEN PERSONAL.

Se refiere a los oficios. Por ejemplo, un plomero, un carpintero, un electricista, etc.

27. CHAVES, Norberto: La imagen corporativa, p. 17.

28. Idem, p. 18.

2.1.4 Características.

Para determinar las características de una imagen gráfica, deben tomarse en cuenta los niveles de interpretación de la imagen.

“INTERPRETACIÓN SINTÁCTICA: Se analiza la forma como tal para comprender de ésta con otras imágenes. Aspectos a considerar:

- a) **Originalidad.** Características singulares que presenta la imagen y que permite considerarla innovadora.
- b) **Unidad.** Relación intrínseca entre las partes de un todo.
- c) **Modulable.** Cualidad física de la imagen que hace posible su agrupación sistemática con fines prácticos.
- d) **Legibilidad.** Característica que posibilita la visualización de la imagen por ser clara y sintética
- e) **Constructividad.** Posibilidad de la imagen de ser trazada geoméricamente.

INTERPRETACIÓN SEMÁNTICA. “El signo se considera en relación con lo significa o es el significado que adquiere el signo”²⁹

29. ECO, Umberto: Signo, Barcelona, 1988; citado por Abelardo Rodríguez González en LOGO ¿Qué?, p. 154.

a) **Carácter.** Cualidad de la imagen de representar al mensaje. Relación de aquello que representa o evoca.

b) **Comprensibilidad.** Propiedad de la imagen de representar su significado utilizando elementos que pertenezcan al código del usuario.

c) **Impacto visual.** Se refiere a la posibilidad que la imagen tiene de ser aprendida fiel y rápidamente por el observador. Eficacia sobre la memoria.

INTERPRETACIÓN PRAGMÁTICA: Incluye además de la forma y su significado el aspecto de integración a su contexto, es decir, su relación con el usuario, consumidor, receptor o destinatario.

a) **Impacto.** Es la influencia de una imagen sobre un individuo para atraer su atención.

b) **Visibilidad.** Se refiere a la percepción de la imagen y depende de la proporción, colocación, iluminación y ángulo de visión.

c) **Estabilidad.** Capacidad de trascendencia, es decir, la no pertenencia a un momento histórico específico.

d) **Reproducible.** Posibilidad de reproducción en diferentes técnicas de impresión y tamaños.”³⁰

30. CARRASCO, Nancy y TREJO, Lourdes: Señalización e identidad gráfica aplicada al Centro Social y Deportivo BANRURAL (CENSODEBAN), Tesis, pp. 17, 18.

2.1.5 Elementos que la componen.

Una imagen gráfica puede componerse de cuatro elementos como son: el nombre o razón social, el logotipo, el símbolo y el color.

1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL. “Los nombres pueden producirse mediante muy diversos mecanismos lingüísticos y adoptan, por lo tanto, muy diversos aspectos...”

Una tipología empírica que recoja las modalidades de denominación institucional predominantes podría componerse de cinco tipos básicos y sus formas mixtas:

A. Descriptivos: Enunciación sistemática de los atributos de identidad de la institución. Ej.: Museo Español de Arte Contemporáneo, Banco Interamericano de Desarrollo.

B. Simbólicos: Alusión a la institución mediante una imagen literaria. Ej.: Visa, Pelikan, Nestlé.

C. Patronímico: Alusión a la institución mediante el nombre propio de una personalidad clave de la misma -dueño, fundador, etc.- Ej.: Lacoste, Johnson & Johnson, Rockefeller Foundation.

D. Toponímico: Alusión al lugar de origen o área de influencia de la institución. Ej.: Aerolíneas Argentinas, Europalia, Banco de Santander.

E. Contracciones: Construcción artificial mediante iniciales, fragmentos de palabras, etc. Ej.: IBM, AEG, BENELUX.”³¹

2. LOGOTIPO. “Es la transcripción escrita del nombre (nombre de empresa o de marca) por medio de una grafía particularmente caracterizada y exclusiva. El vocablo logotipo está impregnado del lenguaje de la tipografía y su etimología procede del griego logos, que significa «palabra», «discurso», y de tupos, que significa «golpe formando una impronta». El logotipo es, pues, de naturaleza lingüística y escritural. Es un signo de designación, ya que por medio de él la empresa se designa a sí misma y es designada por sus públicos (figs. 1, 2 y 3).

fig. 1



fig. 2

fig. 3

LACOSTE

31. CHAVES, Norberto, obr. cit., pp. 42, 43.

3. SÍMBOLO. “Elemento material que está en lugar de otra cosa ausente con la que no existe relación causal y a cual representa por convención. Por supuesto que se trata de representar cosas que no son directa ni físicamente perceptibles.

...las cosas complejas y abstractas se representan a través de sus símbolos. Generalmente estas cosas complejas o abstractas son conceptos, ideas, instituciones: la paz, la libertad, el amor, la muerte, la ley.

Así, el símbolo consigue reemplazar a la empresa desde el punto de vista material, y obtener de la gente el mismo efecto de reconocimiento que se le otorgaría si pudiera estar físicamente presente.”³²

“Existen dos clase de símbolos, de acuerdo con el tipo de proximidad que guarden con las cualidades de la empresa.

a) Símbolos abstractos. Que son absolutamente arbitrarios (fig. 4).

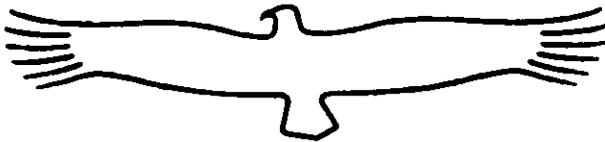


fig. 4 TORRAS PAPEL. Empresa papelera.

Esta empresa papelera apela a un símbolo icónico arbitrario. No existe vínculo entre el águila y el sector papelero, y los vínculos entre la empresa concreta y ese símbolo no son evidentes para el público. El criterio de simbolización utilizado se apoya en todo caso en efectos de connotación muy sutiles y distantes, y la eficacia identificadora se produce exclusivamente por la pregnancia de la forma y de la idea de “águila”.

b) Símbolos basados en la semejanza que lo visual puede contraer con ciertas propiedades de la empresa. Esta clase de símbolos tiende a ser **de corte figurativo**, y a mantener una relación “más” natural con algunas características de la empresa (figs. 5 y 6).”³³



fig. 5

LAMINAT. Empresa de papeles decorativos. Para esta marca se ha apelado a la simbolización mixta -verbal e icónica- consistente en representar lo laminar mediante la misma imagen (una película que se despliega) y su inicial “L” (legible tanto en la escuadra maciza como en la línea delgada en negativo). Textualmente: “la L se produce al desplegar y retirar la lámina de papel”.



fig. 6

CATALANA DE GAS. Empresa gasera.

La imagen -estilizada o no- va confirmándose internacionalmente como símbolo “lógico”, cuasi verbal, del “gas”. En este caso dicho carácter ideográfico se ve acentuado por el tratamiento abstracto de la forma que lleva la función figurativa del icono hasta el umbral admisible de legibilidad.

32. COSTA, Joan, obr. cit., pp. 91, 97, 98.

33. CHAVES, Norberto, obr. cit., p.

4. COLOR. “El color es una forma visible de energía luminosa, que constituye uno de los atributos de definición de los objetos o que es el resultado de la excitación de las células fotorreceptoras de la retina.”³⁴

El papel que juega el color en una imagen es importante porque ayuda a reforzar la identidad individual de la misma.

“El color no es nada más que longitud de onda, o frecuencia especial. El color es información... instantánea, confiable y exacta. Es comunicación, rica, sutil y completa. En realidad, es casi el único idioma verdadero que tenemos, además de la música, que no necesita palabras.

Identificación. Visibilidad. Comunicación. Tres trabajos que el color hace mejor y más rápidamente que cualquier otra cosa.”³⁵

“Más intensa todavía que la percepción de un símbolo es la percepción del color. En la medida misma en que éste actúa no como una «información», sino como una «señal», el color corporativo se convierte en lenguaje.

El color por sí mismo realiza una función identificadora en el primer nivel de la sensación visual, y una función mnemónica que vincula color, posicionamiento e imagen.”³⁶

34. VILLAFANE, Ernesto: Introducción a la teoría de la imagen, Madrid, 1985; citado por Abelardo Rodríguez González en LOGO ¿Qué?, p. 35.

35. COOK, Alton y FLEURY, Robert: Tipo y color, pp. 9, 23.

36. COSTA, Joan, obr. cit., p. 91.

2.1.6 Metodología para la creación de la imagen gráfica.

Existen diversidad de métodos para solucionar un problema de diseño. Podríamos mencionar a autores, que proponen métodos particulares de diseño, como Bruno Munari, Víctor Papanek, Gui Bonsiepe, Oscar Olea, Jordi Llovet, por citar sólo algunos. Estos autores dividen su propuesta en grandes etapas, en pequeños pasos o en problemas particulares. Sus propuestas son establecidas a niveles generales de diseño, principalmente industrial, pero para el diseño de imagen, se consultó bibliografía del tema, encontrando apropiado aplicar la propuesta metodológica que hace Joan Costa. No sin antes mencionar que "...no existe un método único y general de diseño sino que en nosotros está decidir qué método es el más apropiado para solucionar un problema. De acuerdo con Bruno Munari ...el método es un instrumento aplicable, de ninguna, manera se le debe considerar algo absoluto y definitivo."³⁷

"El diseñador no se guiará básicamente por la intuición y la sensibilidad, sino por el análisis objetivo de una serie de datos, que tendrá que repertoriar, tratar y traducir finalmente con un sentido estricto de síntesis.

1. Investigación y recopilación de información.

- a) Reuniones de intercambio de documentos e informaciones con la alta dirección de la empresa.
- b) Servicio de Marketing, datos relativos a los productos o servicios, posicionamiento, objetivos comerciales.
- c) Recabar datos de fuentes "neutrales" de información (datos externos).
- d) Análisis retrospectivo. Evoluciones y cambios experimentados por los signos visuales de la identidad.

e) Y por último, establecer el contexto donde se insertará el trabajo gráfico... Así el diseñador gráfico obtendrá la mayor información iconográfica posible en el área nacional e internacional, con lo cual dispondrá de una amplia panorámica que le evitará posibles riesgos de coincidencia con otras soluciones gráficas existentes.

f) Investigación sobre como el público reconoce a la empresa.

2. Hipótesis. Formulación de ésta para los enfoques del trabajo siguiente, en el plano estratégico y en el creativo.

3. Proyecto Gráfico. Explotar diferentes «camino» o «líneas», tentativamente, para cada hipótesis. Así se elegirán las otras hipótesis finales, las cuales darán lugar a ensayar, cada una de ellas una serie de desarrollos posibles.

4. Desarrollo gráfico del proyecto seleccionado. Determinar los elementos estructurales: signos de identidad, identificador, formato, concepto espacial, tipografía compatible, normas tipográficas, elementos gráficos, compaginación, uso de los colores e ilustraciones.

5. Diseño y confección del Manual de identidad. Este libro de normas es la herramienta funcional y ejecutiva por excelencia para que la empresa pueda aplicar, con independencia de la intervención del equipo creador del programa, el nuevo sistema de su identidad visual en todos los mensajes a lo largo del tiempo."³⁸

37. VILCHIS ESQUIVEL, Luz del Carmen Alicia: Análisis general de los fundamentos teóricos de la metodología del diseño, p. 148.

38. COSTA, Joan, obr. cit., pp. 119-127.

Capítulo 3

Propuesta de Imagen Gráfica

3.1 Planteamiento del problema.

En el capítulo uno se presentó información acerca del Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte (MENPEA) y del contexto en donde se insertará la propuesta gráfica (panorama nacional e internacional del diseño de imagen gráfica en los museos). A continuación se exponen los conceptos extraídos de la información recabada que permitirán establecer los criterios a seguir para diseñar la nueva imagen.

1. El Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte (MENPEA) tiene como finalidad reunir, clasificar, organizar, ampliar, exponer, y utilizar diversos acervos educativos para la enseñanza, así como apoyar los programas académicos, de investigación y difusión de la cultura de la ENP y de la Universidad Nacional Autónoma de México.

2. Al denominarse Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la **Educación** y el **Arte**, está indicando que es un museo que proporciona **cultura** (conocimientos) y también **deleite**.

3. No sólo es un museo preparatorio, es un **museo universitario**.

4. Es un museo que **apoya** los tres fines sustantivos de la UNAM y ENP: **academia, investigación y difusión de la cultura**.

5. Es un museo de reciente creación que atravesó por diversos traslados de su acervo. Y actualmente **se establece en un edificio preparatorio**.

6. La mayor parte del acervo posee una gran **tradición**.

Ahora bien, del análisis de los datos anteriores se desglosan varios conceptos que pretenden proyectarse en la nueva propuesta de imagen gráfica, ya que un museo debe poseer una imagen que lo identifique ante su público.

Los conceptos que deberá transmitir la nueva imagen son:

1. **Solidez.**

2. **Protección (Resguardo).**

3. **Tradición.**

4. **Ser identificado como un museo universitario.**

Es necesario analizar hasta qué punto los signos empleados hasta el presente son potencialmente adaptables a los objetivos definidos. Y si esta adaptación es conveniente o no. Por lo que, a continuación se realiza el análisis de la imagen gráfica existente.

ANÁLISIS RETROSPECTIVO.

El logotipo que se utiliza actualmente resultó ganador del primer lugar del concurso convocado en 1988 para la creación de la imagen del museo. “Fue diseñado por el maestro Gregorio León Fernández del Plantel No.2 Erasmo Castellanos Quinto.”³⁹

La imagen se ha aplicado generalmente en color negro, sobre tarjetas, carteles, boletines y folletos,

ANÁLISIS TAXONÓMICO.

El objetivo de este análisis es el de conocer los componentes de la imagen.

Nombre. Posee un nombre descriptivo, es decir, enuncia los atributos de identidad de la institución: *Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte*. Pero además, hace uso de una contracción, su nombre también se construye de forma artificial, en este caso, mediante las iniciales M, E, N, P, E, A (a).

Logotipo. La imagen del museo está formada por un logotipo, que es la transcripción de la contracción del nombre por medio de una grafía particularmente caracterizada y exclusiva (b).

Símbolo. No posee símbolo alguno.

Color. No existe una guía de color aplicable a la imagen y tampoco un manual de uso de la misma.



Esta imagen presenta problemas de legibilidad, carencia de colores institucionales y tipografía secundaria, y en general de un documento, que establezca los lineamientos a seguir en cuanto a construcción, proporciones, colores, aplicaciones, entre otros.

La imagen que se propone para el museo, retoma de la anterior la utilización del nombre o razón social y las siglas MENPEA. Pero se pretende dar mayor fuerza a la letra “M”.

39. Gaceta ENP, México, Época 3 Vol. IV, No.2, 3 ene. 1989.

3.2 Proceso de bocetaje.

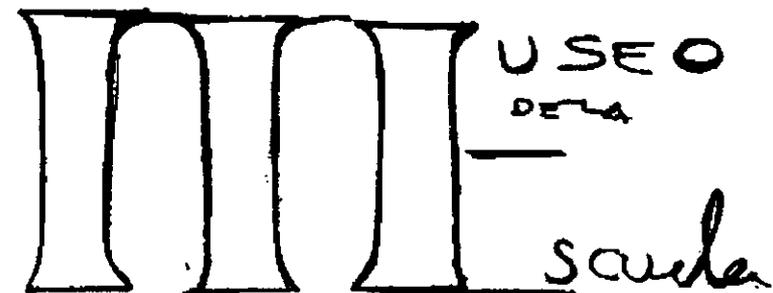
Ahora se iniciará el proceso en que la personalidad del museo, expresada en palabras, se traduce en formas visuales. Cuando los diseñadores bocetan “piensan con el lápiz”; los bocetos permiten explorar conceptos, alternativas, plasmar ideas.

3.2.1 Primeras imágenes.

Estas primeras ideas son el principio de la traducción de la investigación a la forma visual. En seguida se presentan las alternativas con sus respectivas variantes.

En la **alternativa A** se trabajó con tres elementos verticales que representarían a la letra “m” de museo y de menpea. Las variantes son las figuras 1 a 5.

Alternativa A



Variantes

fig. 1



fig. 2



fig. 3

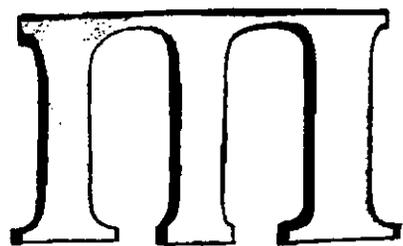
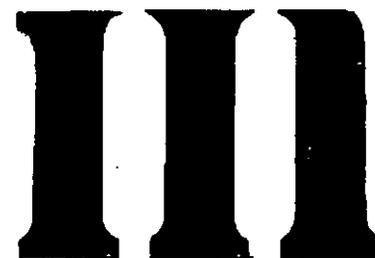


fig. 4



MUSEO DE LA
ESQUELA NACIONAL PREPARA
LA EDUCACION Y EL ARTE

fig. 5

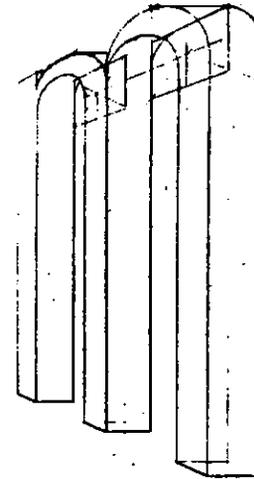


En la **alternativa B** se presenta una columnas en perspectiva. La figuras 6, 7 y 8 son las variantes.

Alternativa B



fig. 7



Variantes

fig. 6

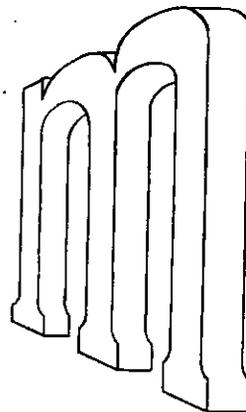


fig. 8



La **alternativa C** presenta seis rectángulos conteniendo cada uno de ellos las siglas del museo y las variantes de esta imagen son las figuras 9, 10 y 11.

Alternativa C

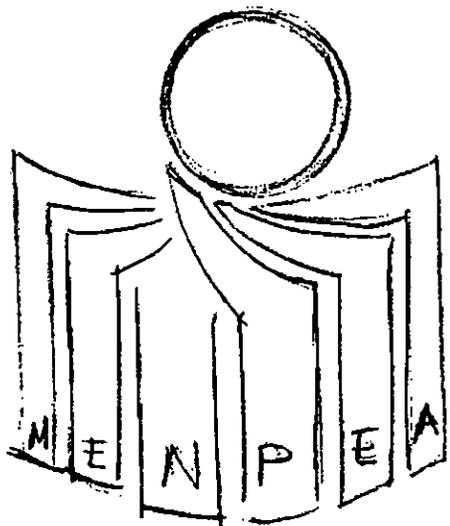
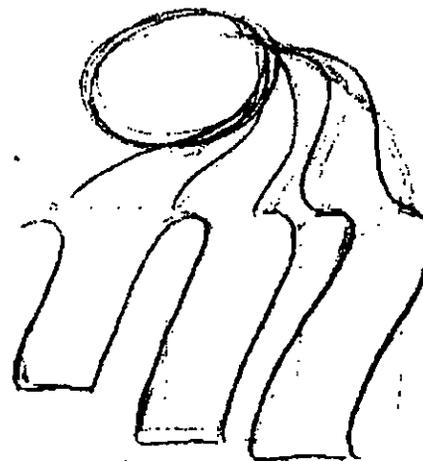


fig. 10



Variantes

fig. 9



fig. 11



La **alternativa D** representa los tres fines sustantivos de la ENP: difusión de la cultura, academia e investigación; sus variantes son las figuras 12, 13 y 14.

Alternativa D

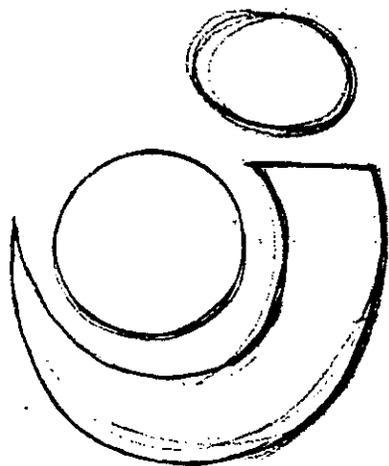
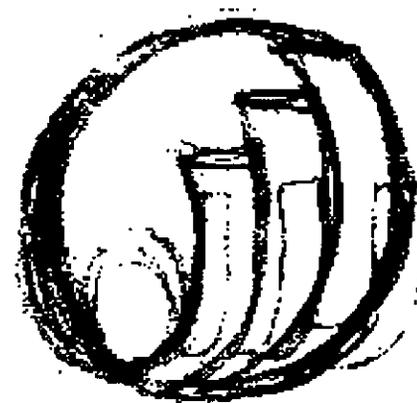


fig. 13



Variantes

fig. 12

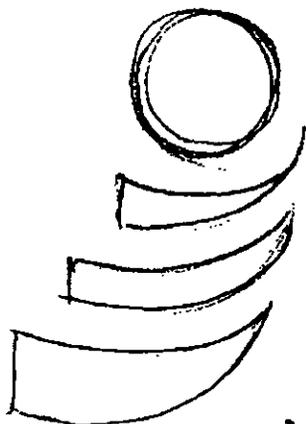
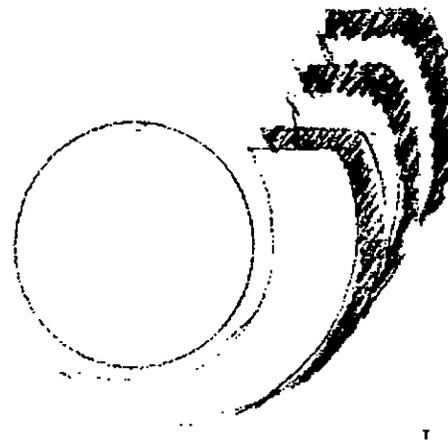


fig. 14

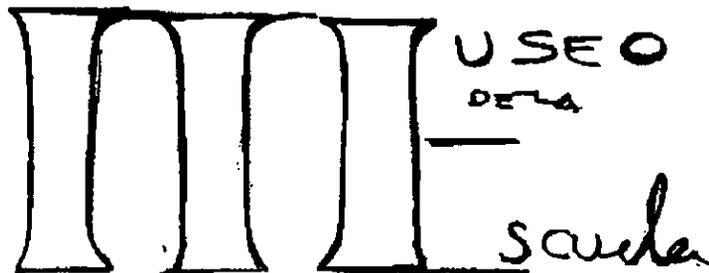


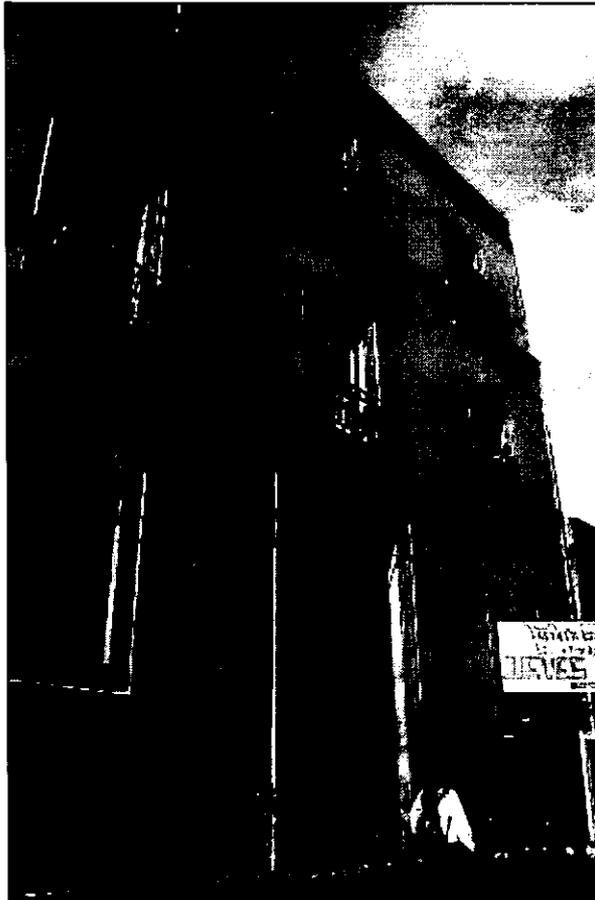
3.2.2 Anteproyecto.

Para iniciar el desarrollo del anteproyecto, se seleccionó la alternativa A y una de sus variantes (fig. 15). Esta variante presenta a la letra “m” dentro de un círculo, pero se aprecia, más bien como parte de un acueducto. Para eliminar esta apariencia, se incorporó a la “m” un elemento que pudiera remitir al museo. Así que se sustituyó el primer fuste o elemento vertical de la letra por la síntesis geométrica de la columna característica del edificio que lo alberga. Las fotos 1 a 4, que se encuentran en las siguientes páginas, muestran la arquitectura del edificio.

fig. 15

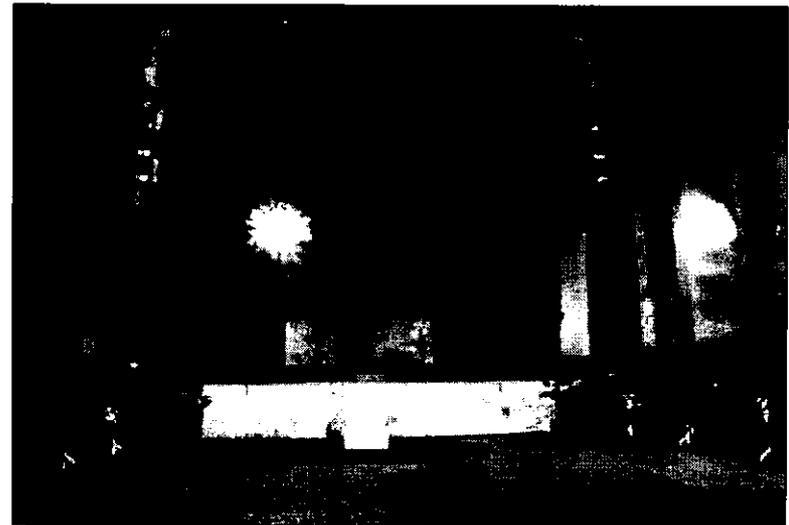
Alternativa A





*foto 1 Fachada del edificio que alberga al MENPE
San Ildefonso No.30 Centro Histórico
Ciudad de México*

*foto 2 Escenario para actividades culturales
Planta baja*



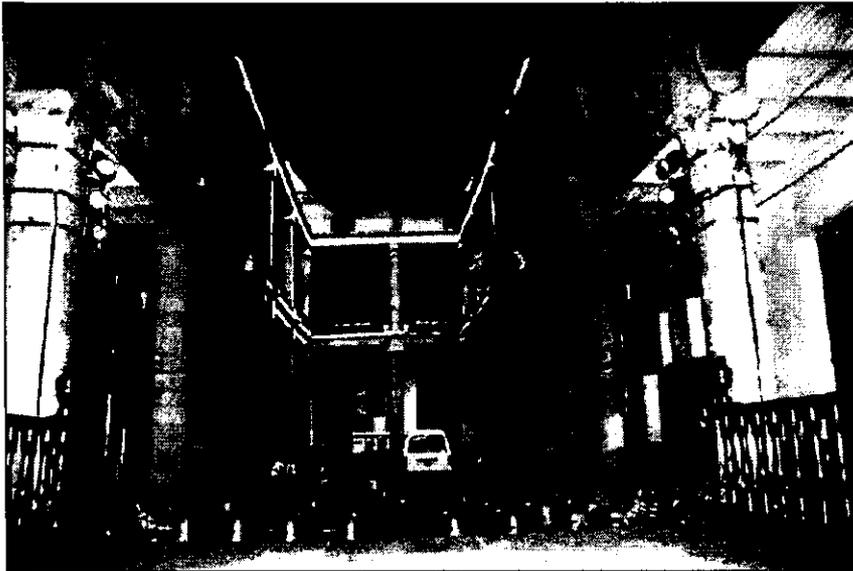


foto 3 *Planta baja*

foto 4 *Primer piso*



En esta página se presenta el proceso que se realizó para obtener la síntesis geométrica de la columna (*fig. a*) que caracteriza la arquitectura* del edificio de San Ildefonso No.30.

La **columna** se divide en general en tres partes: capitel, fuste y basa, cuya forma y ornamentación son características de cada estilo u orden.

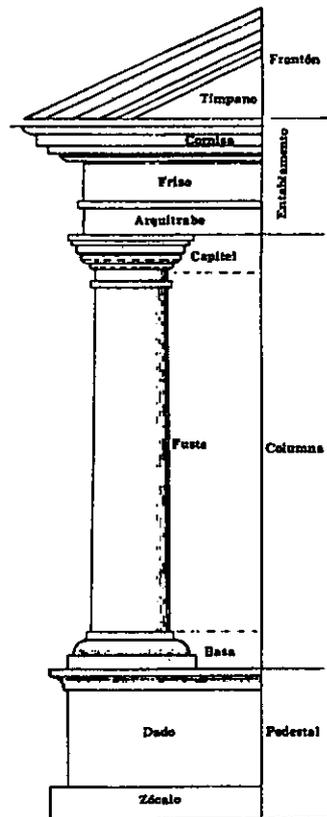
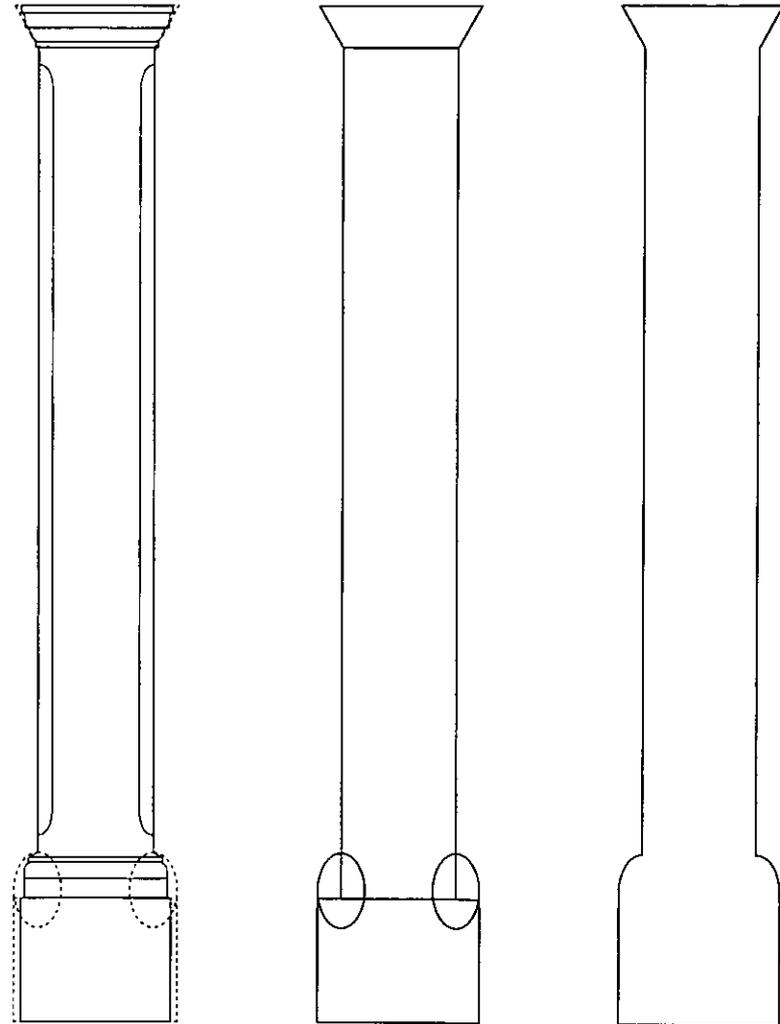


fig. a



* En toda obra arquitectónica hay que considerar los elementos de que ésta se compone, siendo los esenciales el sostenido y el que sostiene. Los elementos sostenidos son: *arcos, bóvedas, cúpulas y techumbres* en general; y los elementos que sostienen son *pilares y columnas*.

A continuación se presenta el proceso de sustitución del primer fuste de la letra "m" de 3 alfabetos por la síntesis geométrica de la columna.

fig. 16 Galliard Bt medium

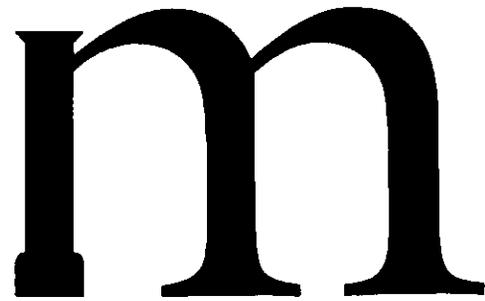


fig. 17 Footlight Mt light

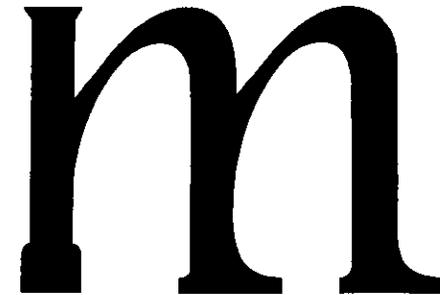
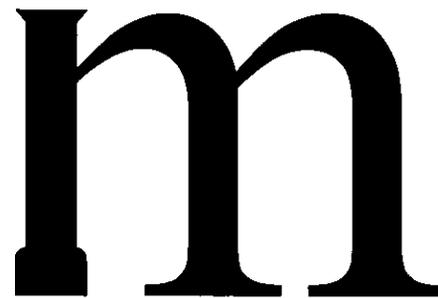


fig. 18 Times New Roman medium



De las figuras 16, 17 y 18 se eligió esta última porque el trazo de esta letra remite a características que se desean proyectar como: solidez y tradición. Las figuras 19 a 36 muestran las variantes que se elaboraron, seleccionándose como proyecto o propuesta de imagen gráfica la figura 36.

fig. 19

Menpea

Museo de la Escuela Nacional Preparatoria
para la Educación y el Arte

fig. 20

Menpea

Museo de la Escuela Nacional Preparatoria
para la Educación y el Arte

fig. 21

m Museo de la
Escuela Nacional Preparatoria
para la Educación y el Arte
menpea

fig. 22

m Museo de la
Escuela Nacional Preparatoria
menpea para la Educación y el Arte

fig. 23

m Museo de la
Escuela Nacional Preparatoria
menpea para la Educación y el Arte

fig. 24



fig. 25



fig. 26



fig. 27



fig. 28



fig. 29

m
menpea

MUSEO DE LA
ESCUELA NACIONAL PREPARATORIA
PARA LA EDUCACIÓN Y EL ARTE

fig. 30

m
menpea

MUSEO DE LA
ESCUELA NACIONAL PREPARATORIA
PARA LA EDUCACIÓN Y EL ARTE

fig. 31

m
menpea

MUSEO DE LA
ESCUELA NACIONAL PREPARATORIA
PARA LA EDUCACIÓN Y EL ARTE

fig. 32

MUSEO DE LA
ESCUELA NACIONAL PREPARATORIA
PARA LA EDUCACIÓN Y EL ARTE

m
mennea

fig. 33

m
menpea

Museo de la Escuela Nacional Preparatoria
para la Educación y el Arte

fig. 34

m
menpea

MUSEO DE LA ESCUELA NACIONAL PREPARATORIA
PARA LA EDUCACION Y EL ARTE

fig. 35

m
menpea

Museo de la Escuela
Nacional Preparatoria
para la Educación y el Arte

fig. 36

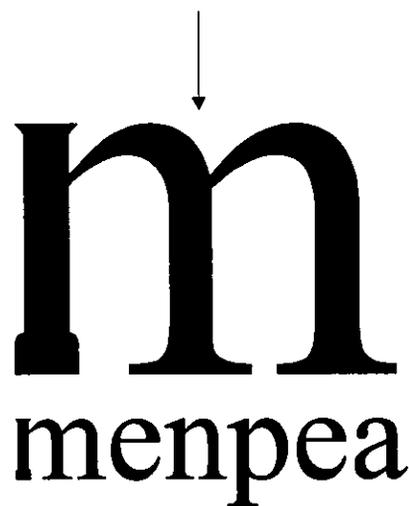
m
menpea

Museo de la Escuela
Nacional Preparatoria
para la Educación y el Arte

3.2.3 Proyecto.

Símbolo: Del interés por enfatizar la letra "m" se derivó este símbolo de corte figurativo, que mantiene una relación "más" natural con algunas características del museo. La letra "m" está formada por 3 elementos verticales (fustes) y 2 elementos curvos (muescas). El primer elemento vertical es la síntesis geométrica de la columna característica del edificio que alberga al museo. La parte restante corresponde a la letra original del alfabeto **Times New Roman medium**.

Nombre, denominación o razón social: El cual es de tipo descriptivo porque enuncia de manera sistemática los atributos de identidad de la institución: Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte. Está formado por letras mayúsculas y minúsculas del alfabeto **Times New Roman medium**. Se eligió esta tipografía porque sus características de trazo remiten a conceptos que se requieren proyectar como: solidez y tradición.



The diagram illustrates the design process. A large lowercase 'm' is shown with three vertical arrows pointing down to its stems and two curved arrows pointing down to its humps. Below the 'm' is the word 'menpea' in a serif font. A vertical arrow points up from the word 'menpea' to the 'm'.

Museo de la Escuela
Nacional Preparatoria
para la Educación y el Arte

Logotipo: Formado por las letras m, e, n, p, e, a; la primer letra corresponde al símbolo y las demás pertenecen al alfabeto **Times New Roman medium**.

Color: El sistema de colores se explica en la página 71.

3.3 Formato.

3.3.1 Sistema de construcción.

El sistema de construcción permite reproducir la imagen mediante trazos y figuras geométricas.

Las letras e, n, p, e, a, que forman las iniciales del nombre, no requieren de una explicación para su construcción ya que pertenecen a la fuente tipográfica *Times New Roman medium* y solo presentan algunas especificaciones, que son descritas en el Sistema de proporción. Por lo que respecta a la construcción de la "m" deben seguirse las siguientes indicaciones:

1. Trace una *red* de 12 *módulos* o superficies cuadradas de largo por 8 módulos de ancho.

El módulo equivaldrá a una medida "x".

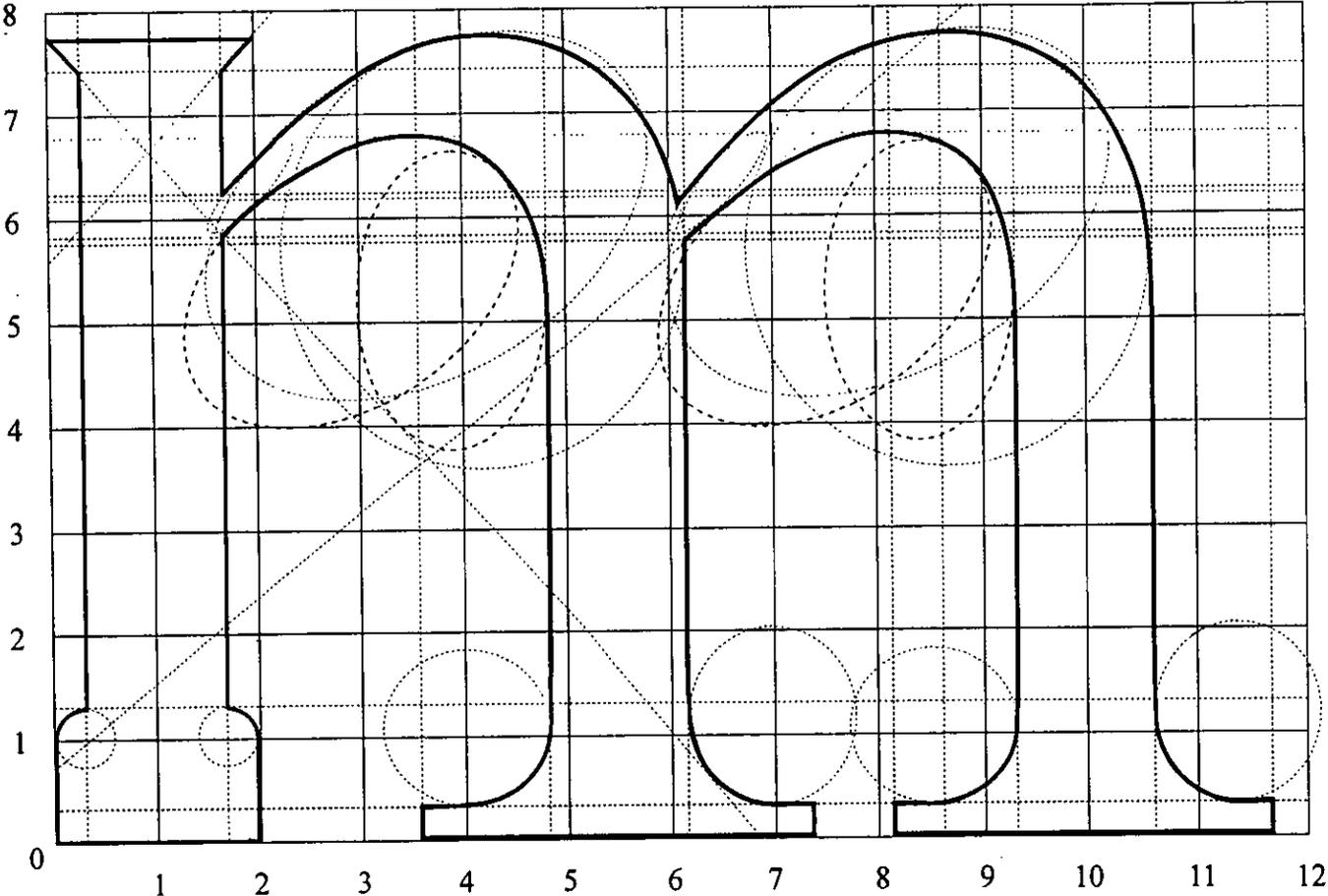
2. Asigne a cada una de las líneas tanto verticales como horizontales un número, comenzando con el uno (1), de izquierda a derecha y de arriba a abajo.

3. El primer elemento vertical o fuste es la síntesis de la columna característica del edificio. El primer elemento curvo o muesca se origina de esta columna.

4. El segundo fuste se ubica entre las verticales 4 y 7. De este fuste se origina el segundo elemento curvo que se une al tercer fuste.

5. El último fuste se ubica entre las verticales 9 y 11.

Red de trazo



3.3.2 Sistema de proporción.

El sistema de proporción indica cómo funciona la imagen en relación a una red. Sirve para su correcta reproducción a gran escala como por ejemplo, en anuncios espectaculares, vehículos, anuncios luminosos, etc. Siempre debe guardar la proporción y acomodo que se indica:

1. Trace una red de 40 módulos de largo por 14 módulos de ancho.

El módulo equivaldrá una medida "x".

2. Asigne a cada uno de las líneas tanto verticales como horizontales un número, comenzando por el uno (1), de izquierda a derecha y de arriba a abajo.

3. El espacio entre los elementos de la imagen gráfica es el siguiente:

RAZÓN SOCIAL.

- A. La longitud de la razón social, que es de $25x$, inicia a partir de la línea vertical 14 y termina rebasando ligeramente la línea vertical 39.

- B. El primer renglón (Museo de la Escuela) se ubica sobre la línea horizontal 10. El segundo renglón (Nacional Preparatoria) a la mitad de las líneas horizontales 7 y 8, y el tercer renglón (para la Educación y el Arte) sobre la línea horizontal 5.

- C. La altura de la letra es de $1 \frac{1}{2}x$.

- D. La interlínea (espacio entre cada renglón) es de $2 \frac{1}{2}x$.

SÍMBOLO.

- A. El símbolo inicia en la línea vertical 1 y termina entre las líneas 12 y 13 verticales, su base se ubica sobre la línea horizontal 5. Mide $7 \frac{2}{3}x$ de alto por $11 \frac{2}{3}x$ de largo.

- B. El símbolo está separado de la razón social y del logotipo por una distancia de $1 \frac{1}{3}x$.

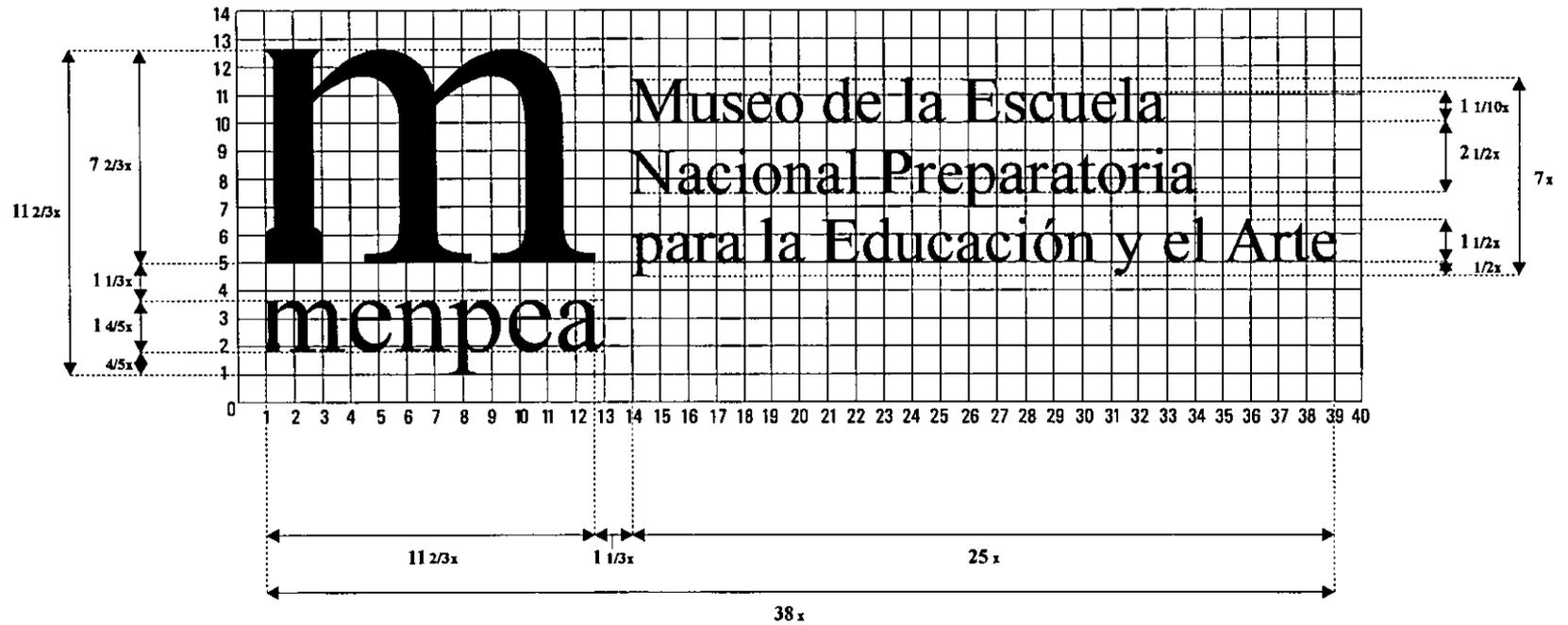
LOGOTIPO.

- A. El logotipo inicia en la línea vertical 1, termina en la línea vertical 13 y su base se ubica $1/5x$ por debajo de la línea horizontal 2. Mide $12x$ de largo por $1 \frac{1}{5}x$ de alto.

- B. El logotipo está separado del símbolo y de la razón social por una distancia de $1 \frac{1}{3}x$.

4. La imagen gráfica mide $11 \frac{2}{3}x$ de alto por $38x$ de largo.

Red de proporción



3.3.3 Alternativas de uso.

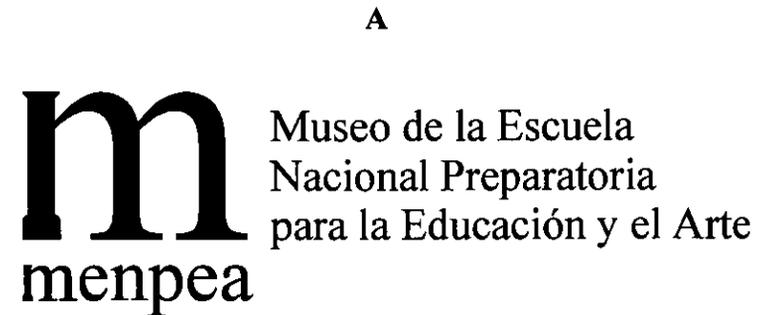
Las alternativas de uso deberán emplearse en función del espacio y del tipo de soporte gráfico en el que se presentará la imagen, respetando siempre las proporciones, tipografía y colores establecidos con el fin de asegurar y mantener una consistencia en el uso adecuado de la misma.

La imagen institucional puede presentarse de 3 formas, teniendo cada una de ellas indicaciones para su adecuada aplicación:

A y B. Presentan la imagen que será utilizada en todos los soportes gráficos de uso externo como: el sobre de correspondencia, la hoja membretada, la tarjeta de presentación y los artículos promocionales.

La imagen **A** presenta la razón social al lado derecho del símbolo y el logotipo, en cambio, la imagen **B** presenta la razón social debajo del símbolo y el logotipo. El espacio que se disponga para ubicar a la imagen condicionará el uso de la alternativa **A** o **B**.

C. El símbolo y el logotipo podrán utilizarse en soportes gráficos de uso interno y en algunos artículos promocionales.



3.3.4 Área de restricción de la imagen.

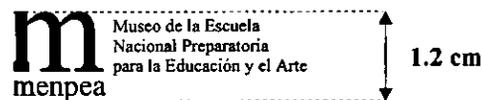
Se refiere al área circundante de la imagen. No podrá variar la medida de este espacio, el cual tendrá que respetarse siempre. Tampoco deberá existir elemento alguno que invada dicha zona, con el fin de que sea percibida óptimamente y conserve una jerarquía con relación a otros elementos gráficos.



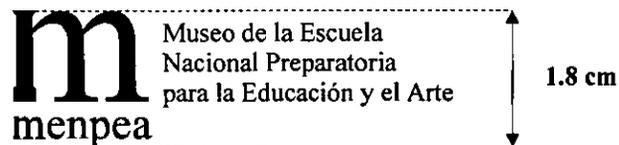
3.3.5 Escalas.

Las páginas que se presentan a continuación contienen diferentes escalas de la imagen, algunas de las cuales se aplicarán en la hoja membretada, tarjeta de presentación, solicitud para visita guiada, sobre de correspondencia y artículos promocionales.

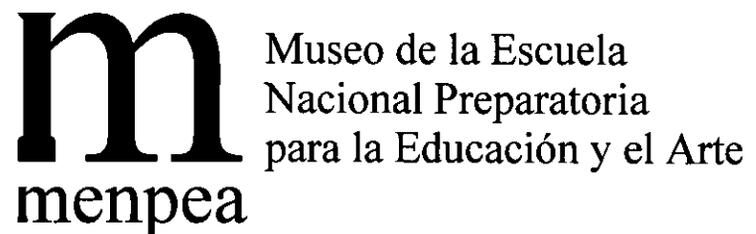
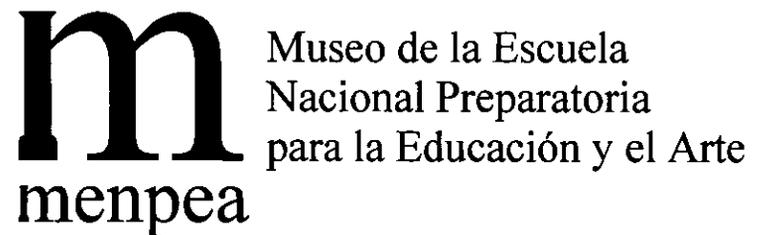
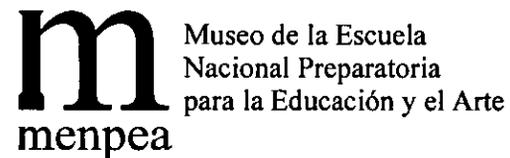
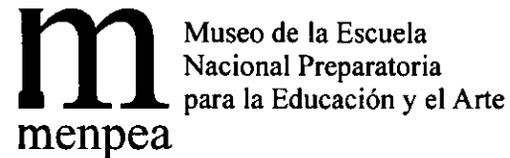
A. Imagen para tarjeta de presentación y gafete.



B. Imagen para hoja membretada, sobre de correspondencia y solicitud para visita guiada.



C. Otras escalas de la imagen.



m
menpea

Museo de la Escuela
Nacional Preparatoria
para la Educación y el Arte

m
menpea

Museo de la Escuela
Nacional Preparatoria
para la Educación y el Arte

m
menpea

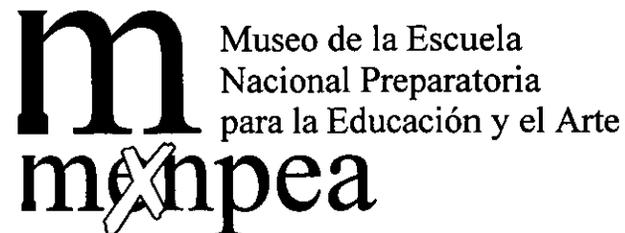
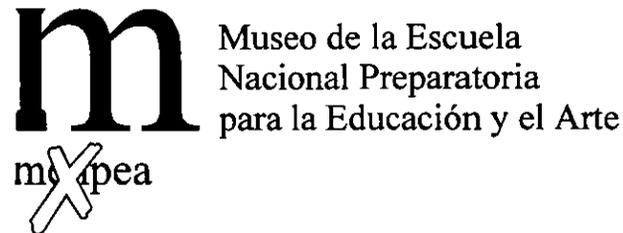
Museo de la Escuela
Nacional Preparatoria
para la Educación y el Arte

3.3.6 Usos incorrectos del formato.

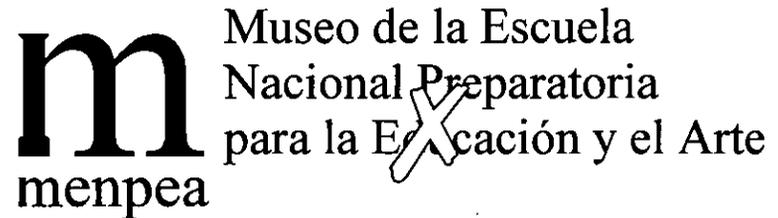
A continuación se presenta una serie de usos que indican como **no debe de emplearse** esta imagen, dado que la indebida aplicación desvirtúa la correcta identificación del mensaje contenido en la imagen gráfica.

1. Variar las proporciones de la imagen ya sea en su conjunto o de alguno de los elementos que la integran (símbolo, logotipo y denominación social).

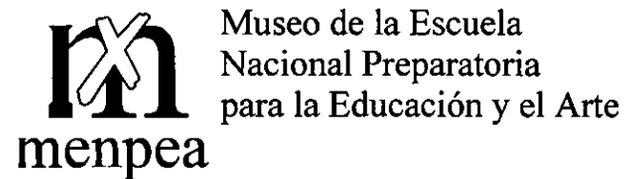
a. Reducir o ampliar el tamaño del logotipo.



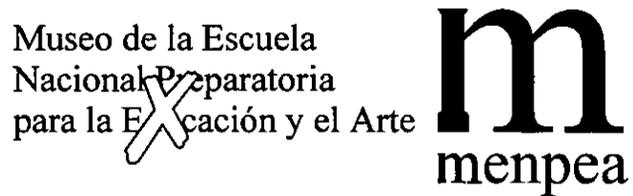
b. Reducir o ampliar el tamaño de la razón social.



c. Reducir o ampliar el tamaño del símbolo.



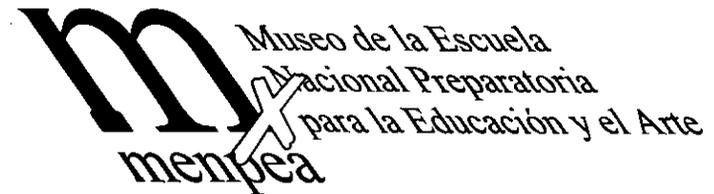
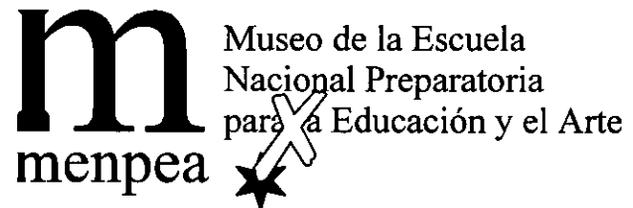
2. Modificar la ubicación de los elementos que establecen las alternativas de uso.



3. Invadir el área de restricción con texto o imágenes.



4. Agregar cualquier tipo de elemento o aplicar algún efecto a la imagen.



5. Aplicar la imagen de manera no incluida o presentada en este documento.

3.4 Tipografía.

3.4.1 Tipografía Primaria.

Es considerada tipografía primaria o principal porque forma parte de la imagen gráfica. Ha sido seleccionada la tipografía **Times New Roman medium** porque los trazos de las letras proyectan: **solidez y tradición**. Esta fuente existe en la gran mayoría de los sistemas de reproducción tipográfica. Además de estar en diferentes paquetes de computación tanto en los sistemas Macintosh como PC.

El **logotipo** presenta letras minúsculas tal como aparecen en la tipografía **Times New Roman medium**, sólo la letra "m" se sustituyó por la que se diseñó como símbolo. Las letras, símbolos y signos restantes del alfabeto conservan sus características originales.

La **razón social** está constituida por letras mayúsculas y minúsculas del alfabeto **Times New Roman medium** con el fin de lograr armonía y unidad entre los elementos de la imagen gráfica.

m Museo de la Escuela
Nacional Preparatoria
para la Educación y el Arte
menpea

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q

R S T U V W X Y Z

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

w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

\$ # % @ & Ç ç + ÷ = > < ^{ao} . , ; : " ' “ ”

¿ ? ¡ ! ’ * - _ ~ « » (/) { | } [\] ¹/₂ ¹/₄

3.4.2 Tipografía Secundaria.

La tipografía **Times New Roman** en grosores medium, medium italic y bold deberá emplearse en las formas de papelería (hoja membretada, gafete, tarjeta de presentación y sobre de correspondencia) para los datos de dirección, teléfonos, fax, nombres y cargos.

Para los textos de documentos y formas de uso interno como la solicitud para visita guiada, se empleará la tipografía **Arial** en grosores: medium, medium italic, bold y bold italic. Esta tipografía se denomina lineal o de palo seco porque carece de adornos y es muy legible.

Tipografía Arial



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

m Museo de la Escuela
Nacional Preparatoria
para la Educación y el Arte
menpea

Lic. Patricia Gómez Ávalos
Servicios Educativos

San Ildefonso No.30 Col. Centro C.P. 06020 México, D.F.
Tels. y fax: 702 24 91 702 35 83 702 52 69

Tipografía Times New Roman



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

Visita Guiada

Fecha: _____

Escuela o Institución: _____

Domicilio: _____

Número de visitantes: _____

Grado Escolar: _____ Grupo: _____ Turno: _____

Responsable: _____ Teléfono(s): _____

Fecha de la visita: _____ Hora: _____

Guía del grupo: _____

Observaciones: _____

Vo. Bo. MENPEA

Guía del grupo

m Museo de la Escuela
Nacional Preparatoria
para la Educación y el Arte
menpea

San Ildefonso No.30 Col. Centro C.P. 06020 México, D.F.
Tels. y fax: 702 35 83 702 24 91 702 52 69

Times New Roman bold

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQR
STUVWXYZabcdefghijklmnñ**

opqrstuvwxyz

1234567890

\$#%&Çç+÷=><¿?;!ªº,;.:''*_-

—“”~«»(/) { | } [\] ½ ¼

Times New Roman bold italic

***ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRS
TUVWXYZabcdefghijklmnñopq***

rstuvwxyz

1234567890

\$#%&Çç+÷=><¿?;!ªº,;.:''*_-

—“”~«»(/) { | } [\] ½ ¼

Arial

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRST
UVWXYZabcdefghijklmnñopqrs**

tuvwxyz

1234567890

\$#%&Çç+÷=><¿?;!ªº,;.:''*_-

—“”~«»(/) { | } [\] ½ ¼

Arial bold

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRS
TUVWXYZabcdefghijklmnño**

pqrstuvwxyz

1234567890

\$#%&Çç+÷=><¿?;!ªº,;.:''*_-

—“”~«»(/) { | } [\] ½ ¼

Arial italic

*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRS
TUVWXYZabcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
1234567890
\$#@&Çç+÷=><¿?!ªº,;:'''*-
_“”~«»(/){}[½¼*

Arial italic bold

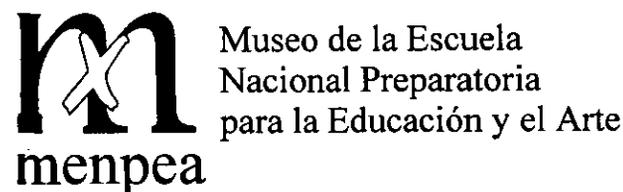
***ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRS
TUVWXYZabcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
1234567890
\$#@&Çç+÷=><¿?!ªº,;:'''*-
_“”~«»(/){}[½¼***

3.4.3. Usos incorrectos en la aplicación de la tipografía.

A continuación se presentan una serie de usos que indican como **no debe emplearse** la tipografía de la imagen.

1. Cambiar el tipo de letra de cualesquiera de los elementos que forman a la imagen.

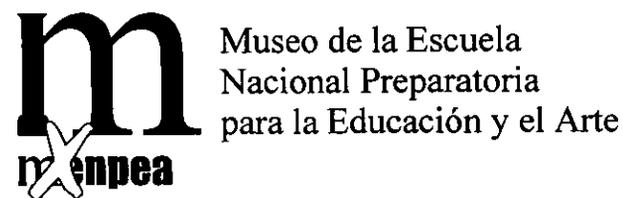
A. Símbolo.



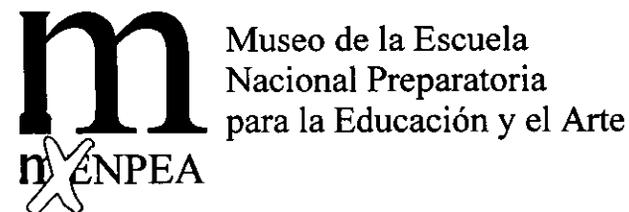
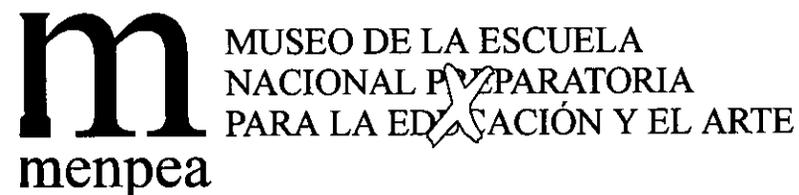
B. Razón social.



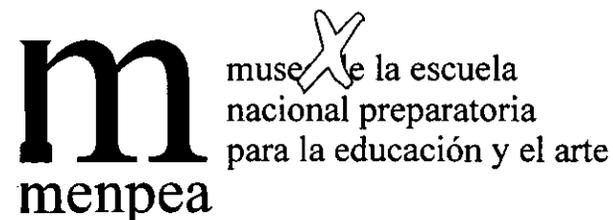
C. Logotipo.



2. Cambiar por mayúsculas las letras minúsculas que forman el logotipo y la razón social.

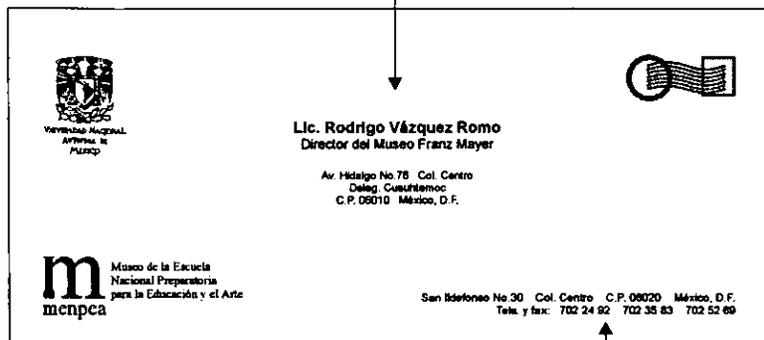


3. Cambiar por letras minúsculas la razón social.



4. Utilizar las tipografías primaria y secundaria para aplicaciones diferentes a las asignadas (invertir los usos de las tipografías).

Debe ser tipografía Times New Roman




Secretaría de Educación Pública



Lic. Rodrigo Vázquez Romo
Director del Museo Franz Mayer

Av. Hidalgo No. 78 Col. Centro
Deleg. Cuauhtémoc
C. P. 06010 México, D.F.


Museo de la Escuela
Nacional Preparatoria
para la Educación y el Arte

San Mateo No. 30 Col. Centro C.P. 06020 México, D.F.
Tels. y fax: 702 24 82 702 35 83 702 52 89

Debe ser tipografía Times New Roman.

3.5 Color.

El papel que juega el color en una imagen es importante porque ayuda a reforzar la identidad individual de la misma.

La especificación del color se hace en casi todo el mundo mediante los códigos del Sistema de Tintas de Impresión Pantone (PMS) Internacional.

Se sabe que todos los colores de este sistema pueden obtenerse por mezcla de los Pantone Básicos. Ésto significa que incluso cuando se trabaja con distintas imprentas, los resultados serán siempre iguales si se usan los colores Pantone.

El Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte (MENPEA), no solamente es un museo preparatoriano sino que también es un museo universitario, caulidad que representa uno de los colores de la imagen gráfica: el azul. Además que psicológicamente el azul es un color de gran atracción, vence inhibiciones, es el color de la armonía, de la sensibilidad, crea valores trascendentes.

Ahora bien, el empleo del color rojo en el logotipo permite indicar que, aunque es un museo que resguarda objetos que poseen una gran tradición, no es un museo estático, pues el rojo posee conotaciones de fuerza, vitalidad, predispone a la acción, es energía, entre otros atributos.

Como el papel es con mucho el medio más usado como

soporte de los colores de empresa, en las siguientes páginas se muestra la guía de color para la impresión de la imagen sobre papel con acabado mate y sobre papel con acabado brillante.

Es importante asegurarse del tipo de fabricación del papel y, en particular, prestar atención a su grado de blancura.

3.5.1 Guía de color para la impresión de la imagen sobre papel con acabado mate.

"Papel mate. Término de origen francés e inglés -mat o matt-, con el que se indican los papeles cuya superficie no es brillante.

En el caso de estas superficies deberá utilizarse la especificación de color que se describe a continuación:

SÍMBOLO Y RAZÓN SOCIAL:

Pantone Reflex Blue U

LOGOTIPO:

Pantone 1797 U

16 partes	Pantone Red 032	98.5
$\frac{1}{4}$ parte	Pantone Black	1.5

m
menpea
Museo de la Escuela
Nacional Preparatoria
para la Educación y el Arte

3.5.2 Guía de color para la impresión de la imagen sobre papel con acabado brillante.

Papel estucado (brillante). Papel que ha sido sometido a la operación del estucado, es decir, que ha sido recubierto por una o por las dos caras con estuco: una mezcla constituida por uno o más pigmentos minerales y uno o más adhesivos para estucado, con el fin de mejorar el aspecto, el acabado y la imprimibilidad del papel." ⁴⁰ "...menos absorbente, puede sostener un punto más pequeño, aceptar una trama más cerrada, sin inmiscuir tanto su propio color en la tinta." ⁴¹

Cuando la imagen sea aplicada sobre este tipo de superficie deberá utilizarse la siguiente especificación de color:

SÍMBOLO Y RAZÓN SOCIAL:

Pantone 2728 C

6 partes	Pantone Reflex Blue	37.5
2 partes	Pantone Violet	12.5
8 partes	Pantone Trans. White	50.0

LOGOTIPO:

Pantone 1807 C

16 partes	Pantone Red 032	94.1
1 parte	Pantone Black	5.9

m
menpea

Museo de la Escuela
Nacional Preparatoria
para la Educación y el Arte

40. MARTÍN, E. y TAPIZ, L.: Diccionario enciclopédico de las artes e industrias gráficas, p. 433.

41. COOK, Alton y FLEURY, Robert: Tipo y color. Un manual de combinaciones creativas, p. 48.

3.5.3 Aplicaciones de la imagen sobre fondo de color.

Para la mejor visualización de la imagen, se recomienda su aplicación sobre colores neutros como beige, crema o gris. De esta forma se evita que los fondos se disparen o compitan con los colores institucionales provocando confusión en la legibilidad de la imagen (*fig. a*).

Cuando la imagen deba aplicarse sobre fondos oscuros se utilizará la neutralidad de la misma (*fig. b*).

fig. a

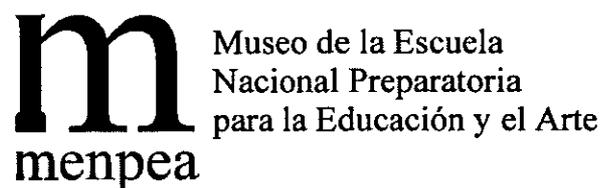


fig. b



3.5.4 Neutralidad de la imagen.

SOBRE FONDO BLANCO.*

Cuando se requiera imprimir la imagen en anuncios de periódico, revistas, volantes, etc., en una o dos tintas (que no sean los colores institucionales) deberá presentarse según se indica a continuación:

Símbolo 100 % de negro

Logotipo 100 % de negro

Razón social 100 % de negro

m Museo de la Escuela
Nacional Preparatoria
para la Educación y el Arte
menpea

SOBRE FONDO NEGRO.*

Cuando se requiera imprimir la imagen sobre una superficie de color negro deberá presentarse el símbolo, el logotipo y la razón social en blanco.

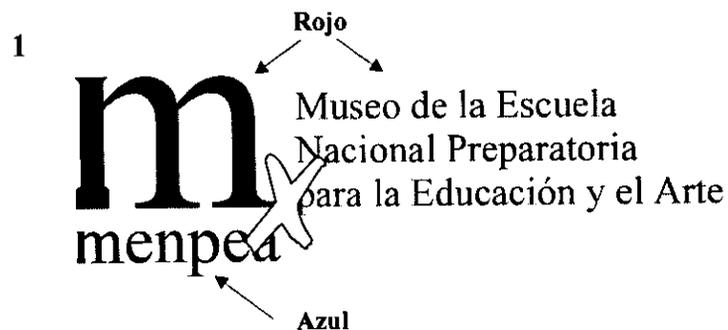


* En el diseño en blanco y negro, se tiende a considerar al negro como ocupado y al blanco como vacío. Así, una forma negra es reconocida como positiva y una forma blanca como negativa.

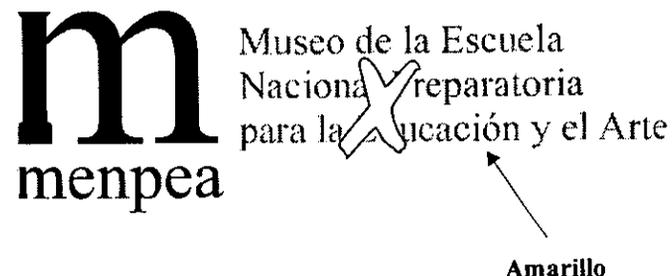
3.5.5 Usos incorrectos en la aplicación del color.

A continuación se presenta una serie de usos que indican como **no debe emplearse** la imagen.

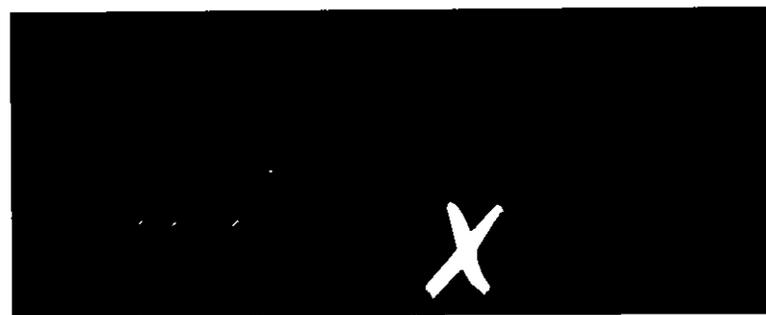
1. Invertir colores.
2. Agregar colores.
3. Aplicarla sobre superficies que alteren su significado cromático original, ya que rompería con la unidad de la misma.
4. Modificar la neutralidad de la imagen.
5. Aplicar la imagen de manera no incluida o presentada en este documento.



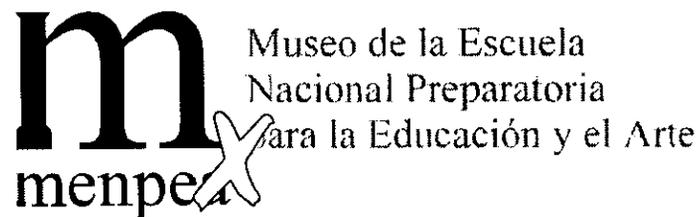
2



3



4



3.6 Aplicaciones de la imagen.

3.6.1 Hoja membretada.

Es importante recordar que esta hoja membretada es suministrada por la Dirección General de Proveduría de la UNAM, previamente impresa con el escudo y nombre de la Universidad Nacional Autónoma de México en el ángulo superior izquierdo, generalmente en color azul.

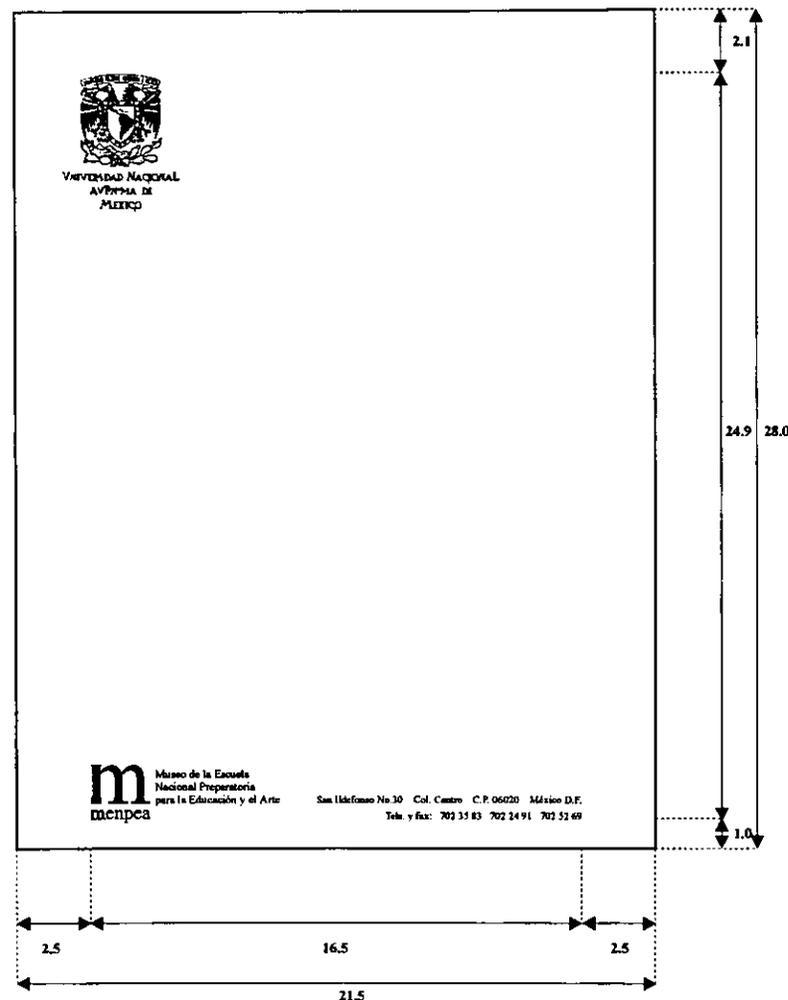
Tamaño de la hoja: 21.5 x 28 cm.

Tamaño de la imagen gráfica: 1.8 cm de altura.

Datos:

Dirección, teléfonos y fax. **Times New Roman.**
10 pts., medium.

Los datos anteriores deben estar ubicados en la parte inferior de la hoja como se muestra en el ejemplo.



Medidas en centímetros (cm).

La hoja membretada constituye uno de los soportes gráficos en donde se aplicará la imagen diseñada, esta hoja se emplea para la elaboración de oficios y debe sujetarse a ciertos lineamientos referentes al **contenido o manejo de la información y al empleo del escudo de la UNAM**, los cuales se describen a continuación:

Normatividad para la Emisión de Oficios de las Entidades y Dependencias de la UNAM

A partir del mes de abril de 1998 entró en vigor la **Normatividad para la Emisión de Oficios de las Entidades y Dependencias de la UNAM**, dada a conocer por la Dirección General de Normatividad y Sistemas Administrativos.

El objetivo es establecer los lineamientos bajo los cuales se elaboren los oficios que emitan las entidades y dependencias de la Institución, unificando de esta manera la estructura y criterios para su elaboración, así como para facilitar su clasificación y consulta.

POLÍTICAS

1. Los presentes lineamientos serán de observancia general para las entidades y dependencias de la Institución.
2. Se entenderá como oficio, aquel documento oficial, que tiene por objeto la comunicación entre las entidades y/o dependencias universitarias, o de éstas con organismos externos. Los asuntos tratados en dicho instrumento serán de carácter oficial para comunicar, solicitar información, atender un trámite en particular, orientar y atender dudas

específicas, o para cualquier asunto relativo a las actividades de la Institución. En ningún caso tratará asuntos personales.

3. Los oficios deberán imprimirse con el escudo de la UNAM tal como aparece en las hojas con membrete que suministra la Dirección General de Proveeduría. De no ser así, por tratarse de un documento impreso a través de computadora, el escudo oficial será similar al del papel membretado, conservando las proporciones. **Véase ejemplo no.2.**

4. Los oficios deberán contar con los elementos siguientes: Emisor, Destinatario, Contenido y Cierre del documento.

5. El Emisor del oficio estará conformado con: el nombre de la dependencia o subdependencia, el área responsable de elaborar el oficio (en su caso), la clave del documento y el asunto; todo con letras mayúsculas y negrillas, excepto la descripción del asunto.

La clave de identificación del documento estará compuesta por: la palabra "OFICIO"; la clave de la entidad o dependencia emisora conforme a la codificación establecida por la Coordinación de Programas Académicos; la clave de la unidad que emite el documento, formada por sus iniciales con un máximo de cuatro posiciones; el número del documento integrado por cuatro posiciones, completando con ceros a la izquierda de las cifras representativas; y los dos últimos dígitos del año en que se emite. Todos estos datos separados entre sí con diagonales. **Ver ejemplo no.1.**

El asunto al que se refiere el oficio, deberá indicar de manera breve y precisa la esencia del documento (procu-

rando no exceder de tres líneas), tal como se muestra en el **ejemplo no.1**. En caso de que el documento trate de más de un asunto, este espacio podrá extenderse a un máximo de cinco líneas, procurando que sólo ocurra por excepción.

6. El destinatario del oficio se conformará con su nombre y apellidos (precedidos por su grado académico, en su caso), su cargo y el nombre de la entidad o dependencia de su adscripción, así como la palabra "Presente"; escritos con mayúsculas y "negrillas", excepto el término "Presente", que se escribirá con letras altas y bajas, tal como aparece en el **ejemplo no.1**. Si el Destinatario del oficio es externo a la Institución, deberá anotarse su nombre y apellidos (antecedidos por su grado académico, en su caso), así como el nombre del organismo y su domicilio.

En el caso de que el destinatario corresponda a la misma dependencia del emisor, no se mencionará el nombre de la entidad o dependencia de adscripción en el Destinatario. Véase el **ejemplo no.2**.

Si el oficio debe ser atendido por una persona en particular, se anota At'n:, y a continuación el nombre y apellidos de la persona, precedidos por su grado académico, en su caso. **Ver ejemplo no.1.**

7. El Contenido del documento expondrá los detalles del asunto tratado y podrá indicar, cuando se considere conveniente, la instancia y/o números telefónicos, correo electrónico, fax, etc., donde pueda obtenerse mayor información o atenderse las dudas y/o aclaraciones relacionadas al asunto. **Ver ejemplo no.1.**

En caso de que se anexen formatos, instructivos o documentos complementarios, el Contenido del oficio tendrá que hacer referencia de los mismos y podrá reiterarse en la parte final del Cierre; tal como se indica en el **ejemplo no.1**; así mismo si el emisor lo considera pertinente, podrá anotar una breve despedida al final del Contenido.

8. Después del Contenido del oficio, se incluirá el Cierre conteniendo lo siguiente: "Atentamente", el lema de la Institución, el lugar y fecha de elaboración, así como el cargo, y el nombre y apellidos del emisor, estos últimos precedidos por su grado académico, en su caso. Todo ello remarcado con "negrillas" y alineado hacia la izquierda, como se muestra en el **ejemplo no.1**.

9. Si el oficio abarca más de una hoja, éstas deberán numerarse a partir de la segunda, en el ángulo inferior derecho.

10. Los oficios en los que el contenido del documento impida incluir el Cierre y/o firma del emisor en la misma hoja, deberán reestructurarse los espacios del documento, de tal manera que por lo menos el último párrafo quede en la hoja final junto con el cierre y la firma.

11. Cuando sea necesario enviar copia de un oficio a otras instancias para su conocimiento, deberán indicarse en el pie del documento las siglas c.c.p. (con copia para), y a continuación anotar el nombre y apellidos (precedidos por su grado académico, en su caso), cargo y entidad o dependencia de adscripción de los destinatarios; siempre y cuando estos fueran de diferente dependencia a la que emite el oficio. **Ver ejemplos no.1 y 2.**

Normatividad para la Emisión de Oficios de las Entidades y Dependencias de la UNAM.

Ejemplo no.1

 UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO	<p>5 → FACULTAD DE CCCCCCCC YAAAAAAAAAAAAA</p> <p style="padding-left: 20px;">DIVISIÓN DE ESTUDIOS PROFESIONALES</p> <p>6 → OFICIO FCAZ/DEP/0034/98</p> <p>6 → ASUNTO: Envío de actas de examen profesional ..</p>
<p>6 → NOMBRE Y APELLIDOS SUBDIRECTOR DE RRRRRR DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE AAAAA EEEEE Presente</p>	<p>6 → At n.: Nombre y Apellidos</p>
<p>7 → Adjunto le envío para su trámite 25 actas de examen profesional de los alumnos que a continuación...</p>	
<p>7 → Para cualquier aclaración o duda al respecto, favor de comunicarse al Departamento de Certificación a los números telefónicos ### ## ##.</p>	
<p>8 → <i>Atentamente</i> "POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU" Lugar y fecha (En letras altas y bajas)</p> <p style="text-align: center;">EL JEFE DE LA DIVISIÓN</p> <p style="text-align: center;">NOMBRE Y APELLIDOS</p>	
<p>7 → Anexo: Lo citado</p>	
<p>11 → c.c.p. Nombre y apellidos .- Director de la Facultad de... Nombre y apellidos.- Jefe del Depto. de Certificados de la Facultad de...</p>	

Ejemplo no.2

 UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO	<p style="text-align: right;">INSTITUTO DE GGGGGGGG</p> <p style="text-align: right;">DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA DESCRIPTIVA Y CARTOGRAFÍA CONTINENTAL</p> <p style="text-align: right;">OFICIO IGZA/DGDC/1382/98</p> <p style="text-align: right;">ASUNTO: Certificación de la antigüedad académica del Dr. GGGGG MMMMM RRRRRR</p>
<p>6 → NOMBRE Y APELLIDOS JEFE DEL ÁREA DE PERSONAL Presente</p>	<p>A fin de formalizar la información que telefónicamente hablé con usted el lunes pasado, solicito tenga a bien la certificación de la antigüedad del Dr. GGGGG MMMMM RRRRRR, para el otorgamiento...</p>
<p>Atentamente "POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU" Lugar y fecha (En letras altas y bajas)</p> <p style="text-align: center;">EL JEFE DEL DEPARTAMENTO</p> <p style="text-align: center;">NOMBRE Y APELLIDOS</p>	
<p>11 → c.c.p. Nombre y apellidos .- Subdirector de Sistemas de Monitoreo... Nombre y apellidos.- Secretario Administrativo...</p>	

3.6.2 Formato de mecanografía.

Tamaño de la hoja: 21.5 x 28.0 cm.

Tamaño de la caja mecanográfica: 16.5 x 22.4 cm.

Con el fin de mantener una composición agradable y unidad en la realización de escritos, se ha establecido un formato o caja de mecanografía y se rige por el siguiente método:

1. Dejar un **margen** de 2.5 cm del lado izquierdo y del lado derecho, ambos hacia el interior de la hoja.
2. Para iniciar todo documento se deberá dejar 2.1 cm a partir del borde superior de la hoja para escribir los datos del **emisor y asunto al que se refiere el documento** (Ver Normatividad para la emisión de oficios de las entidades y dependencias de la UNAM, política no.5, pág.78). Estos datos se deben ubicar en el ángulo superior derecho de la caja mecanográfica, de preferencia en mayúsculas, en tamaño de 11 puntos con interlineado sencillo.
3. Anotar los datos del **destinatario** (Ver política no.6, pág.79). Estos datos deberán justificarse hacia el lado izquierdo, de preferencia en mayúsculas de 11 puntos e interlineado sencillo.
4. Continuar con los datos del **contenido** del documento (Ver política no.7, pág. 79). Se recomienda justificar el texto en bloque, es decir, a todo lo largo de la caja mecanográfica. Utilizar mayúsculas y minúsculas en 12 puntos, medium. La interlínea o espacio entre cada renglón deberá ser de 1.5 renglones o del 150 % de altura de la letra. Entre cada párrafo el espacio debe ser de un renglón y se recomienda no utilizar sangría.
5. **Cierre del documento** (Ver política no.8, 9, 10 y 11, pág. 79).
6. Los datos no deben de exceder el **límite inferior** de la caja mecanográfica que es de 3.5 cm hacia el interior de la hoja.
7. Se deberá utilizar la letra **Arial** en grosor medium para la elaboración del escrito.

3.6.3 Sobre de correspondencia.

El sobre, al igual que la hoja membretada, es proporcionado por la Dirección General de Proveeduría de la UNAM, previamente impreso con el escudo y nombre de la Universidad Nacional Autónoma de México en el ángulo superior izquierdo, pero en este caso, en color negro.

Tamaño del sobre: 24.0 x 10.5 cm

Tamaño de la imagen: 1.8 cm de altura.

Datos:

Dirección del museo: **Times New Roman**
10 puntos, medium.

Destinatario: **Arial**

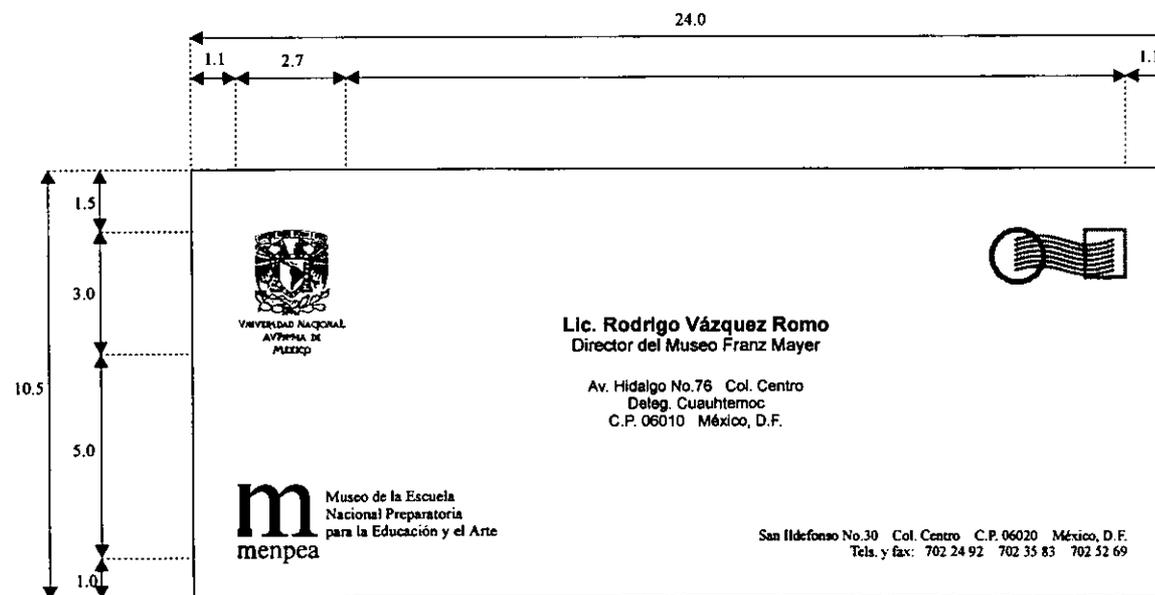
Nombre: 12 puntos, bold.

Cargo: 11 puntos, medium.

Dirección: 10 puntos, medium.

Estos datos ubicados al centro del sobre.

Timbres: Se sugiere colocarlos en el ángulo superior derecho del sobre.



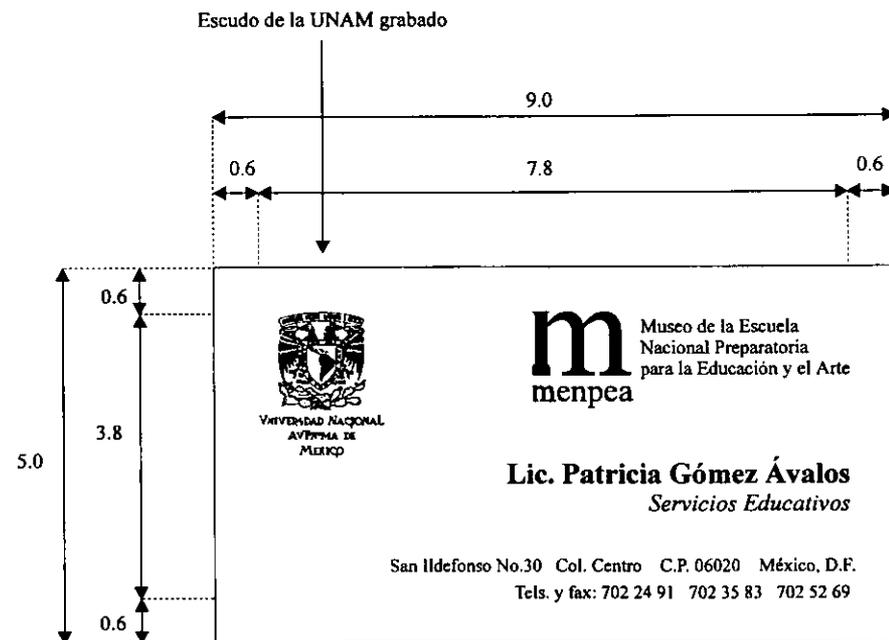
Medidas en centímetros (cm).

3.6.4 Tarjeta de presentación.

Tamaño: 5.0 x 9.0 cm

Tamaño de la imagen: 1.2 cm de altura.

Datos:	Tipografía Times New Roman
Nombre :	11.0 puntos, bold.
Cargo:	9.0 puntos, medium, itálica.
Dirección:	7.0 puntos, medium.
Teléfonos y fax:	7.0 puntos, medium.



Medidas en centímetros (cm).

3.6.5 Solicitud para visita guiada.

Tamaño: 21.5 x 28.0 cm.

Tamaño de la imagen: 1.8 cm de altura.

Datos:

Tipografía Arial.

Título: 25 puntos, bold.

Texto: 12 puntos, bold.

Tipografía Times New Roman

Dirección: 10 puntos, medium.

The form is titled "Visita Guiada" and includes the logo of the Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). It contains several fields for personal and institutional information, including school name, address, number of visitors, grade level, group, shift, responsible person, and phone number. It also has fields for the visit date and time, the guide's name, and a section for observations. At the bottom, there are lines for the signature of the representative of MENPEA and the guide. The form is surrounded by dimension lines: a total width of 21.5 cm (with 2.5 cm margins on the left and right and a 16.5 cm central area), a total height of 28.0 cm (with 2.1 cm margins at the top and bottom and a 24.9 cm central area), and a 1.0 cm margin at the bottom right.

Visita Guiada

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Fecha: _____

Escuela o Institución: _____

Domicilio: _____

Número de visitantes: _____

Grado Escolar: _____ Grupo: _____ Turno: _____

Responsable: _____ Teléfono(s): _____

Fecha de la visita: _____ Hora: _____

Guía del grupo: _____

Observaciones: _____

Vo. Bo. MENPEA

Guía del grupo

m Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte
menpea

San Ildefonso No.30 Col. Centro C.P. 06020 México, D.F.
Tels. y fax: 702 35 83 702 24 91 702 52 69

21.5

28.0

2.5 16.5 2.5

2.1 24.9 1.0

Medidas en centímetros (cm).

3.6.6 Gafete.

Tamaño: 5.0 x 9.0 cm.

Tamaño de la imagen: 1.2 cm de altura.

Datos:

Frente

Times New Roman

Nombre: 16 puntos, bold.

R.F.C: 10 puntos, medium.

Área: 10 puntos, medium.

Vuelta

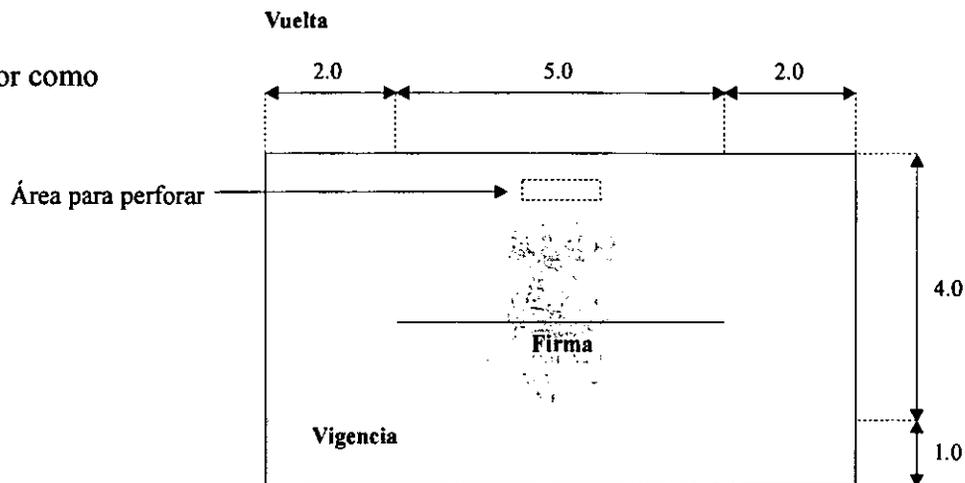
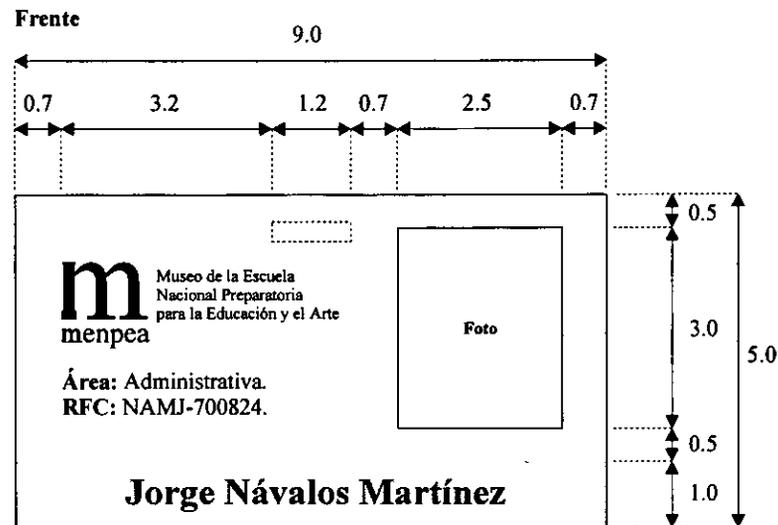
Times New Roman

Firma: 10 puntos, bold.

Vigencia: 9 puntos, bold.

Escudo de la UNAM y la franja (tanto anterior como posterior) al 20 % de Pantone azul 282 U.

Medidas en centímetros (cm).

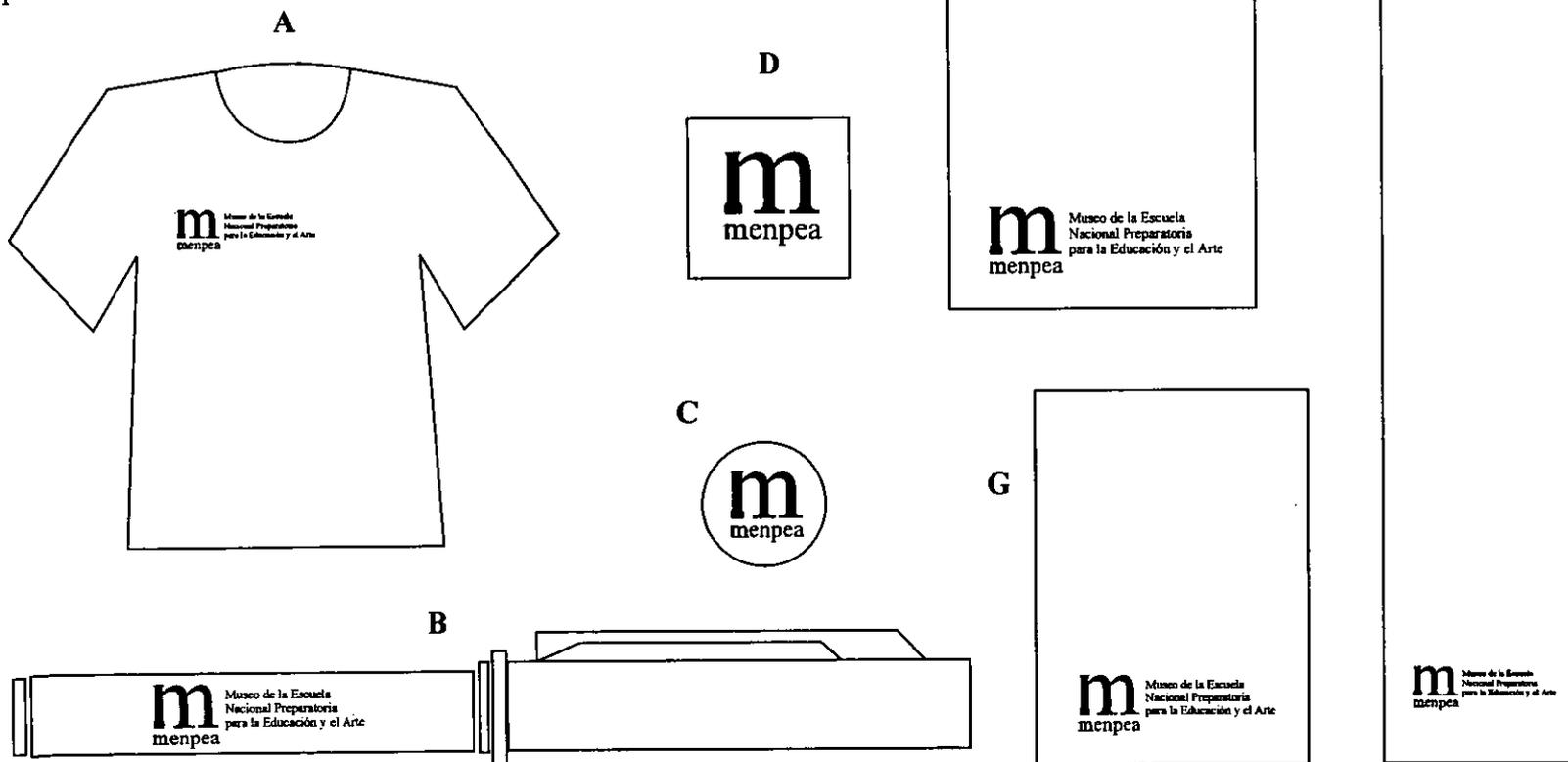


3.6.7 Artículos promocionales.

Estos artículos servirán para extender y dar a conocer a un mayor número de personas, la imagen del museo, además de ser una fuente de ingresos por medio de su venta.

Los artículos que se presentan tienen una variedad de formatos, tamaños y materiales, lo cual no permite establecer normas estrictas, así que la ubicación y tamaño de la imagen gráfica constituye una de muchas propuestas que se pueden realizar.

- A. Playera.
- B. Bolígrafo.
- C. Pin.
- D. Portavasos.
- E. Bolsa.
- F. Separador de libros.
- G. Portalápices.



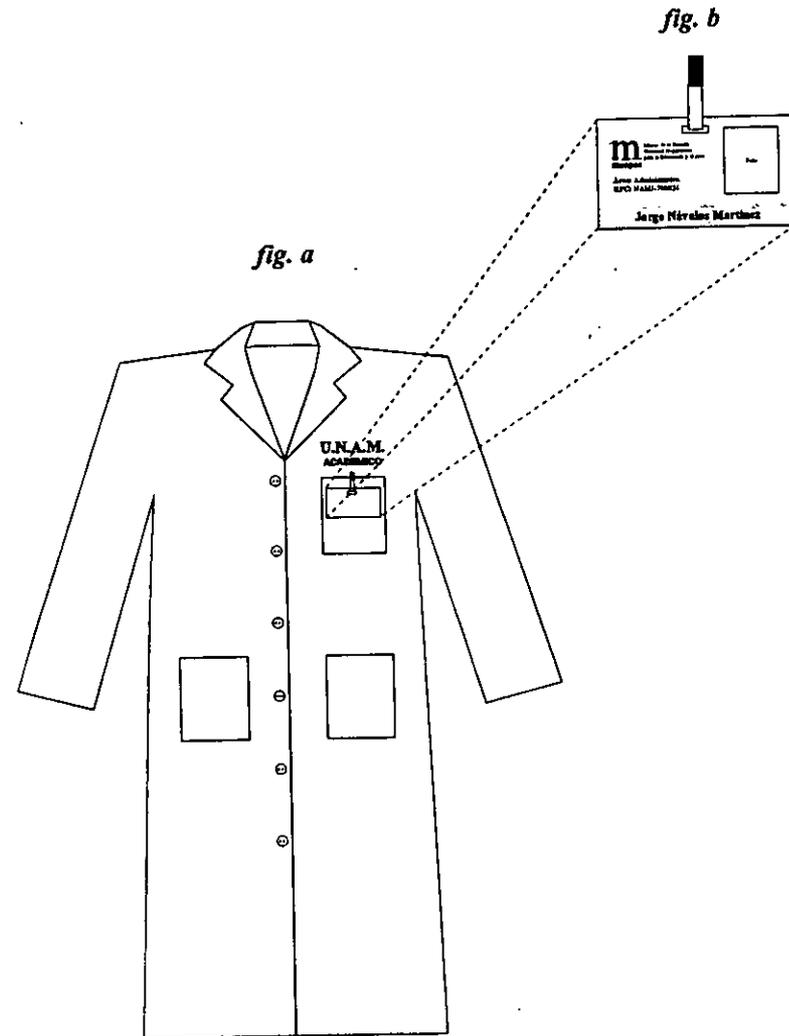
3.6.8 Uniformes.

Los uniformes son de gran importancia ya que sirven para unificar al personal del museo. Son proporcionados por la Dirección General de Proveeduría de la UNAM; en seguida se describen sus características.

La ropa de trabajo para el **personal administrativo** es una bata en color azul marino con las iniciales U.N.A.M. bordadas en amarillo oro en la bolsa superior izquierda.

El **personal académico** utiliza una bata blanca con las iniciales U.N.A.M. y la palabra ACADÉMICO en mayúsculas, bordadas en color azul marino en la bolsa superior izquierda como se muestra en la *fig. a*.

Para complementar esta identificación en ambos uniformes, es aconsejable **portar** además el **gafete** diseñado con la imagen del museo (*fig. b*).



CONCLUSIONES

En este proyecto se tuvo la oportunidad de abordar un espacio que ha cobrado gran importancia: el museo.

El museo adquiere actualmente gran relevancia, ya no sólo como un lugar que permite conocer, estudiar o apreciar objetos, sino que es el escenario de otras manifestaciones culturales: impartición de cursos, talleres, exhibición de películas, presentación de libros, sede de encuentros, conferencias, danza, teatro, canto, entre otras. La afluencia de personas es mayor, por lo tanto, es importante que el museo sea conocido y reconocido por el público a través de una imagen gráfica concreta.

El diseño de imagen gráfica forma parte de las diversas áreas en que puede desarrollarse el Diseñador Gráfico en el museo. La propuesta realizada para el Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte (MENPEA) permitió comprobar que el proceso de diseño no se limita únicamente a crear sino que además, debe planificar y estructurar el manejo posterior de lo diseñado. Sin embargo, deberá evaluarse el trabajo de manera constante y objetiva.

El diseño es una actividad dinámica y es necesario establecer un balance entre las reglas estrictas y aquellos lineamientos que permitan cierto grado de flexibilidad e innovación.

Al finalizar este proyecto se considera que la imagen diseñada representa apropiadamente la personalidad del Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte (MENPEA) por los siguientes motivos: el símbolo, logotipo y razón social en conjunto, transmiten los conceptos de solidez y tradición, que caracterizan no solo a este museo sino también a la Escuela Nacional Preparatoria (fundada en 1867).

En este proyecto se realizó una área de aplicación de la imagen gráfica como formas de papelería, artículos promocionales y uniformes; que da pie para que puedan desarrollarse otras áreas como: la señalética (sistema de señales característico o particular para las instalaciones del museo), museografía (la aplicación de la imagen en mamparas, láminas y gráficos de exposiciones), aplicación de la imagen en audiovisuales, anuncios para televisión, por citar algunos.

En el caso de la señalética para el Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte (MENPEA) se ha avanzado en una propuesta que posteriormente podría desarrollarse conforme se den las condiciones propicias para tal fin.

BIBLIOGRAFÍA

AMERLICK DE CORSI, Ma. Concepción y MEDINA RAMOS, Manuel.
Conventos de monjas. Fundaciones en el México Virreinal.
México, Grupo CONDUMEX, 1995, 307 pp.

CARRASCO, Nancy y TREJO, Lourdes.
Señalización e identidad gráfica aplicada al Centro Social y Deportivo BANRURAL (CENSODEBAN).
México, Tesis de Licenciatura, UNAM - ENAP, 1993, 100 pp.

COOK, Alton y FLEURY, Robert.
Tipo y color. Un manual de combinaciones creativas.
Hong Kong, Rockport Publishers Inc.-Somohano Ediciones, 157 pp.

COSTA, Joan.
Imagen Global
Barcelona, CEAC, 2a. edición, 1989, 263 pp.

CHAVES, Norberto.
La imagen corporativa, teoría y metodología de la identificación institucional.
Barcelona, G.Gili, 3a. edición, 1994, 186 pp.

DEVENAUX, Carlos: Esplendores, tesoros y mística en: *La Crónica, Reforma*, México, suplemento coleccionable no.4, 19 nov., 1994, 22 pp.

FERNÁNDEZ, Luis Alonso.
Museología
España, Itsmo, 1993, 399 pp.

GONZÁLEZ CÁRDENAS, Octavio.
Los cien años de la ENP.
México, Porrúa, 1972, 249 pp.

Guía Universitaria.
México, UNAM-Secretaría Administrativa, 1992, 232 pp.

KUWAYAMA, Yasaburo.
Trademarks and symbols of the world. (Alphabetical desings).
Japan, Van Nostrand Reinhold, v.1, 1973, 193 pp.

KUWAYAMA, Yasaburo.
Trademarks and symbols of the world. (Pictogram and sign desing).
Japan, Rockport, v.3, 1989, 238 pp.

LEMOINE VILICAÑA, Ernesto.
La Escuela Nacional Preparatoria en el periodo de Gabino Barreda 1867-1878: Estudio histórico.
México, UNAM, 1970, 252 pp.

LOZANO FUENTES, José Manuel.
Historia del Arte.
México, Cia. Editora Continental, 1976, 611 pp.

MADRID, Miguel A.
Glosario de términos museológicos.
México, UNAM, 1986, 130 pp.

Manual de imagen corporativa.
Traducc. Rosell, Eugeni i Miralles.
Barcelona, Gustavo Gili, 1991, 223 pp.

Plan de trabajo académico institucional

Lic. José Luis Balmaseda Becerra 1994-1998,
Director General de la Escuela Nacional Preparatoria,
México, UNAM - ENP, 1994, 120 pp.

**Proyecto de reglamento del Museo de la Escuela
Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte
(MENPEA)** en: Gaceta ENP, Dirección General de la
Escuela Nacional Preparatoria, México, suplemento
no.3, nov. 1990, 4 pp.

RIVIÈRE, Henri Georges.

*La museología. Curso de museología / Textos y
testimonios.*
Traducc. Antón Rodríguez Casal.
Madrid, Akal, 1993, 533 pp.

ROUARD-SNOWMAN, Margo.

Museum graphics.
Traducc. del francés por Alison Holling Sworth.
Singapore, Thames and Hudson LTD., 1993, 192 pp.

RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, Abelardo.

*Logo ¿Qué? Análisis teórico formal de los elementos
que conforman el universo de la imagen corporativa.*
México, Universidad Iberoamericana, 1996, 263 pp.

ROMO MEDRANO, Lilia E. et all.

*La Escuela Nacional Preparatoria. Raíz y Corazón de
la Universidad.*
México, UNAM - ENP, 1998, 175 pp.

SIMS, Mitzi.

*Gráfica del entorno: signos, señales y rótulos.
Técnicas y materiales.*
Traducc. Carlos Sáenz de Valicourt.
Singapore, Gustavo Gili, 1991, 176 pp.

TABORGA, Huáscar.

Cómo hacer una tesis.
México, Grijalbo, 15a. edición, 1993, 220 pp.

VILCHIS Esquivel, Luz del Carmen Alicia.

*Análisis general de los fundamentos teóricos de la
metodología del diseño.*
México, Tesis de Maestría, UNAM - ENAP, 1986,
233 pp.

WONG, Wucius.

Principios de diseño bi y tridimensional.
Traducc. Homero Alsina Thevenet.
España, Gustavo Gili, 6a. edición, 1989, 205 pp.

(22 Ene. 1996, México) Memoria del LXXVI
Aniversario de la generación 1920-1924 de
preparatorianos universitarios, impreso, s/pag.

(Ago. 1995, s/lugar) Boletín de bienvenida, plantel no.4
"Vidal Castañeda y Nájera", información básica de los
diferentes aspectos de la vida en el plantel para la
generación 96-98, impreso, s/localización, s/pag.

(Ago. 1997, México) 3er. Informe de actividades Lic.
José Luis Balmaseda Becerra, realizadas durante el
periodo 1996-1997, impreso, Dirección General de
la ENP, p.15.

(Jun. 1998, México) 4º Informe de actividades Lic. José
Luis Balmaseda Becerra, realizadas durante el periodo
1996-1997, impreso, Dirección General de la ENP,
pp. 3, 15.

GLOSARIO

Acervo. Conjunto de bienes morales o culturales acumulados por tradición o herencia.

En el mundo de los museos con los objetos y las colecciones. Pueden dividirse en: fondo público y fondo reservado. El primero es accesible a todos los usuarios del museo por medio de las exposiciones; el segundo solo lo es para los investigadores y no puede salir del museo.

Alternativa de solución. Idea nueva o diferente que se establece como la optimización de los requerimientos del diseño.

CCH. Colegio de Ciencias y Humanidades.

Cientificismo. s. m. FILOS. Corriente de pensamiento según la cual no existe más conocimiento verdadero que el científico.

Dominico. adj. y s. Relativo a la orden de santo Domingo. Religioso o religiosa de esta orden.

Endógeno: adj., anat. Dicese del elemento que nace en el interior del órgano que lo engendra.

ENP. Escuela Nacional Preparatoria.

Geometrización: Representar la imagen a través de una simplificación sin perder de vista su concepto como contenido, utilizando para ello sistemas de proporción y

recurriendo a instrumentos de precisión. No es cambiar curva por recta ni viceversa, es en esencia, resumir a la imagen a través de sus significantes a su mínima expresión y máxima legibilidad.

Iterativo. adj. Que se repite.

Impronta. f. Reproducción de una imagen en relieve en la superficie de una materia blanda, la cual se obtiene de un sello en lacre derretido.

Jesuita. s. m. Miembro de la Compañía de Jesús, sociedad de clérigos regulares.

Marca. Del medio alto y bajo alemán: *mark*, señal. Señal hecha en una persona, animal o cosa, para distinguirla de otra, o denotar calidad o pertenencia.

MENPEA. Museo de la Escuela Nacional Preparatoria para la Educación y el Arte.

Mnemónica. Que sirve para facilitar la memoria.

Módulo. En artes gráficas, el módulo se fundamenta en una unidad de medida determinada por la división geométrica del formato, o bien, a base del elemento o elementos que predominan en la página, para dar a las distintas partes de la misma: texto, ilustraciones, márgenes, etc., las medidas y valores que proporcionalmente les corresponden, según una partición armónica, al bocetar y compaginar.

Monograma. Grupo de letras unidas o entrelazadas para formar un grafismo único, usado como sigla en objetos personales, papel de cartas, etc., o como firma del artista en obras de arte, como contraseña o marca de productos de artesanía, o industriales, como emblema de familias, asociaciones, etc.

Offset. Método de impresión en que un rodillo de caucho toma la tinta del molde para transportarla al papel.

Positivismo. s. m. Sistema filosófico que no admite otra realidad que los hechos que pueden captarse por los sentidos y ser verificados por la experiencia. Fam. Positivista.

Red. Elemento modular repetitivo e idéntico que está unido a otro por uno de sus lados de manera tangencial y entre las más comunes están las redes de cuadrados, triángulos y rectángulos.

Retícula. Elemento modular repetitivo e idéntico que está separado uno del otro por un espacio e intervalo igual llamado constante. Se utiliza sobre todo en diseño editorial (libros, revistas, periódicos, etc.).

Serigrafía: La serigrafía se desarrolló a partir del antiguo arte del estarcido. Hoy en día se usan plantillas fotográficas. La plantilla para la impresión consiste en un bastidor rígido, generalmente metálico, sobre el que se extiende y se fija una tela tensada de fibra sintética. Se vierte la tinta en un extremo y entonces se utiliza un

rodillo de goma para ir extendiendo uniformemente hacia el otro extremo. Mientras ocurre esto, la ligera presión aplicada al rodillo obliga a la tinta a pasar a través de las zonas libres de la plantilla y fijarse en las zonas del material no enmascaradas por la misma. Generalmente existe una plantilla independiente para cada color de tinta. Tal vez, la gran ventaja de este proceso sea su capacidad de imprimir sobre una amplia gama de materiales, como papel, cartulina, madera, plástico, vidrio, cerámica, metales y tejidos.

Sigla. Palabra convencional formada con las primeras letras o sílabas de la palabra o palabras que constituyen un nombre para abreviarlo: UNESCO -Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Signo. Término genérico con el que se designa la totalidad de letras del alfabeto, las cifras, los signos ortográficos, diacríticos, de puntuación, etc. ¶ Por extensión, todo grafismo o elemento que aparece impreso sobre un formato, considerando su aspecto formal o estético y su aspecto práctico o de representación de alguna cosa. ¶ El signo se utiliza para transmitir una información, para decir o indicar a alguien algo que otro conoce y quiere que lo conozcan los demás también.

SopORTE. Contenedor.

- a) Físico: Material (Papel, madera, cartón, vidrio, etc.)
- b) Geométrico. Conjunto, estructura. Para el cual se emplea la red, la retícula o la trama.
- c) Gráfico. Área de conocimiento donde se plasma un concepto (cubierta de libro, tarjeta de presentación, cartel, etiqueta, etc.).
- d) Visual: SopORTE que constituye la suma de los 3 anteriores. Originalidad, concepto.

SopORTE de impresión. Material de variadas clases -por lo general papel, cartón, material plástico, metales en

hojas, etc.- al que se transfieren los grafismos -textos e ilustraciones- mediante formas de impresión.

Trama. Conjunto de líneas que de manera horizontal y vertical se establece a través de un ritmo ascendente y descendente, progresivo y regresivo.

Variante de posibilidad. Pequeño cambio que sufre la forma sin alterar la idea original.

**Propuesta de Imagen Institucional y Señalética para el
Museo de la Escuela Nacional Preparatoria
para la Educación y el Arte
MENPEA**

Se terminó de imprimir en el mes de noviembre de 1998 en México, D.F. El tiro consta de 22 ejemplares, impresos en papel Visión Bond de 75 g/m², 36 kgs, alta blancura. Se utilizó la tipografía Times New Roman en 12/15 puntos.