



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

*"Propuesta de Identidad para la Comisión Nacional para el Desarrollo  
de los Pueblos Indígenas"*

Tesis

Que para obtener el título de:  
Licenciado en Diseño y Comunicación Visual

Presenta

Emmanuel Santos Javalois Mendoza



COMITÉ DE ASesorIA  
PARA LA TITULACION

ESCUELA NACIONAL  
DE ARTES PLÁSTICAS  
XOCHIMILCO D.F.

Director: M. A. V. Ma. Elena Martínez Durán

México D.F. 2005

m 340430



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

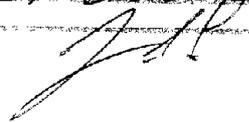
Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

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

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico el contenido de mi trabajo excepcional.

NOMBRE: Emmanuel Santos Javalos  
Mendoza

FECHA: 27 - Enero - 2005

FIRMA: 

A la memoria de:  
Rosa Rodríguez González

A mis padres y hermanos, por todo su apoyo y cariño.

# Índice

<b>Introducción</b>	
<b>Capítulo Primero</b> (El lenguaje gráfico en el libro y el desarrollo de los pueblos indígenas)	
1.1 El lenguaje gráfico en los códices	001
1.1.1 Orígenes del lenguaje gráfico	003
1.1.2 El lenguaje gráfico en los códices	007
1.1.3 El lenguaje gráfico en los códices	009
1.1.4 El lenguaje gráfico en los códices	009
1.2 El lenguaje gráfico en los códices	012
1.3 El lenguaje gráfico en los códices	012
<b>Capítulo Segundo</b> (Lenguajes gráficos)	
2.1 Comunicación	014
2.1.1 Comunicación Visual	015
2.2 Símbolos	016
2.2.1 Símbolos Gráficos (nivel sintáctico, pragmático y semántico)	024
2.3 Símbolos Gráficos	025
2.3.1 Elementos que lo integran	028
2.4 Resumen Capítulo	028
<b>Capítulo Tercero</b> (Proceso gráfico)	
3.1 Introducción	030
3.2 Desarrollo de procesos	032
3.2.1 Símbolos	034
3.2.2 Símbolos Gráficos	037
3.2.3 Símbolos Gráficos	039
3.3 Símbolos Gráficos	041
3.3.1 Símbolos	046
3.3.2 Símbolos	048
3.3.3 Símbolos Gráficos	049
3.4 Símbolos	050
3.5 Símbolos Gráficos	050
<b>Conclusiones</b>	
056	
<b>Anexo</b> (Indice alfabético de los términos)	
060	
<b>Glosario de términos</b>	
072	
<b>Bibliografía</b>	

## Introducción

La importancia de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (antes Instituto Nacional Indigenista 1948 - 2003) es innegable, a tenido una misión importantísima dentro de la sociedad mexicana y a hecho lo posible, siempre al alcance de sus posibilidades por concientizar a la población en general sobre el derecho del indígena, dentro de un país a cuya población le es indiferente. La falta de información y el apatismo son los principales obstáculos para la aceptación, en últimos años la política por parte del Gobierno y la propia Comisión han cambiado, ya no se trata únicamente de atacar la precaria situación a la que siempre han estado orillados, ahora también se lucha por dignificar la sociedad indígena, por no buscar adecuarlos a nuestras necesidades, sino aceptar como realmente válidas y originales su cultura, tradiciones y costumbres.

Uno de los vehículos para el reconocimiento por parte de la sociedad es el dotar a la CDI de una adecuada y correcta Identidad Gráfica. Es de suma importancia puesto que es la cara de la CDI para con el público y la que principalmente sera reconocida y asimilada;

por este motivo y por otros que se explicarán en la presente tesis se debe buscar que la Identidad sea lo mas pertinente, adecuada y objetiva posible sobre la personalidad y carácter de la CDI.

Estamos en una época dominada por las marcas e identidades (ayudadas por los medios masivos de comunicación), simplemente con mencionar una palabra, por ejemplo (ropa) inmediatamente en la mente de la mayoría de las personas se crean imágenes mentales y asociaciones con las marcas más populares o idealizadas, levi's, nike, calvin klein, etc. Con toda esta proliferación de identificadores, debemos tener en cuenta que la Identidad Gráfica en este caso de la CDI, debe diferenciarse de las demás identidades y transmitir de una forma clara y concisa su mensaje al receptor, esto garantiza que estaremos bien comprendidos y catalogados en la memoria de nuestro público consumidor.

La elaboración de programas de identidad conlleva a una investigación para fundamentar y configurar todos y cada uno de los elementos gráficos y conceptuales, de esta forma nada está dejado al azar y el resultado final será el más pertinente y eficaz, el alcanzar esta meta es lo que siempre perseguirá el diseñador, este ya no es más aquel personaje que soluciona problemas de

comunicación sacandolos de la inspiración divina, se deben emplear también herramientas metodológicas para lograr resultados sustentables.



Capítulo número

## Capítulo Primero

Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas

### 1.1 Origen (antecedentes)

El arribo de los europeos al continente americano marcó definitivamente el destino de los pueblos nativos, un destino de exterminio, marginación y esclavismo; la introducción y dominación de la cultura occidental dio como resultado la posterior disminución de la población nativa en América; tan sólo en México de aproximadamente nueve millones de nativos, el número se redujo a dos millones en 1650 esto como consecuencia de matanzas, enfermedades y explotación.

El único interés hacia los indígenas venía principalmente de la iglesia, que en un principio tenía solo el fin de transformarlos a la nueva fé y posteriormente el de prepararlos para el trabajo subordinado para los españoles y criollos acaudalados, por lo cual los indígenas se encontraban en el estrato más bajo de la sociedad novohispana todo este sistema no tuvo cambios durante 300 años. Durante el porfiriato la política era la de transformar a México y principalmente la capital a la manera de las grandes ciudades europeas y esto incluía también a la población, se pretendía borrar toda huella y rasgo físico de la población autóctona; con el estallido

y triunfo de la revolución mexicana se da un cambio de ideas; lo importante es la tierra y quien es el dueño de ella; fueron restituidas tierras comunales a sus dueños originales y se deja de lado esa obsesión por lo europeo.

Ya más adelante en Pátzcuaro, Michoacán en 1940 se celebra el primer Congreso Indigenista Interamericano con la participación de 19 países de todo el continente, de este surgieron dos acuerdos primordiales; el primero fue la creación del Instituto Indigenista Interamericano con el propósito de preservar y desarrollar la población indígena de América; el segundo acuerdo fue que cada país participante crearía un Instituto Indigenista de la manera y forma que más le acomodase, entonces el 4 de diciembre de 1948 se publicó en el Diario Oficial de la Federación la ley que creaba el Instituto Nacional Indigenista dependiente de la dirección General de Asuntos Indígenas que a su vez dependía de la Secretaría de Educación Pública. En el año de 1962 el (entonces) INI inauguró su edificio sede, ubicado en la avenida Revolución 1279, Distrito Federal, el último cambio ha surgido en el año de 2003 para ser más preciso el 21 de mayo, día en que se publica en el Diario Oficial de la Federación la Ley que crea la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas y que abroga la Ley de Creación del Instituto Nacional In-

digenista, esta nueva reforma tiene como objetivo el desarrollo social y económico de los pueblos y comunidades indígenas.

### 1.1.1 Quehacer<sup>(función)</sup>

Desde su creación el INI (ahora CDI) ha tenido como principal función dignificar y preservar al indígena mexicano y fomentar el desarrollo cultural e intelectual de estos, a través del tiempo ha sido necesario adecuar y cambiar sobre la marcha algunas de las políticas y planes debido a las nuevas necesidades que han surgido; para realizar esta tarea elemental contar con la confianza de los pueblos indígenas, el instituto se ha esforzado por no convertirse en una organización de beneficencia sino, en el coordinador de una acción conjunta para elevar el nivel cultural e intelectual.

Un resultado de la labor de acercamiento fué como ya se había mencionado, la creación de los Centros Coordinadores y los Promotores Culturales Indígenas; con ambos se busca tener una penetración mayor dentro de las comunidades indígenas, también personas nacidas en el corazón de la comunidad son empleadas por el instituto como maestros, enfermeras auxiliares

ó prácticos agrícolas, precisamente de esta penetración directa es como se han modificado las políticas o programas para adecuarlas y hacerlas más eficientes.

El Instituto Nacional Indigenista, (ahora CDI) cuenta con varios programas y proyectos para apoyar a la comunidad indígena, estos tienen como objetivos los siguientes:

- Ubicación de recursos para el financiamiento y la asistencia técnica de proyectos productivos y obras de infraestructura social básica en regiones indígenas.
- Asesoría técnica para la organización en salud comunitaria en regiones indígenas
- Defensoría de presos indígenas y en materia agraria en casos de trascendencia jurídica con servicios especializados de traducción, peritaje y apoyo a la excarcelación
- Asesoría y atención de asuntos de diversas materias del derecho que afectan a individuos y pueblos indígenas
- Emisión de opiniones agrarias.
- Asesoría y promoción para el trámite y gestión del registro civil para la población indígena.
- Asesoría, promoción y financiamiento de

proyectos de organizaciones civiles para la defensa de los derechos de los pueblos indígenas y el apoyo a la formación de promotores y defensores comunitarios.

- Análisis, asesoría, promoción, difusión y publicación de la legislación internacional, estatal y municipal en materia de los derechos de los pueblos indígenas.

- Gestión para la capacitación.

- Apoyo a organización social.

- Apoyo y gestión a proyectos productivos sustentables.

- Asesoría técnica para establecer modelos metodológicos de evaluación comunitaria.

- Información y documentación sobre los pueblos indígenas de México.

- Apoyo a proyectos culturales indígenas.

- Apoyo económico a estudiantes indígenas de educación superior.

- Transferencia de medios audiovisuales a comunidades y organizaciones indígenas.

- Producción y transmisión de programas radiofónicos de carácter social y cultural en lenguas indígenas y español.

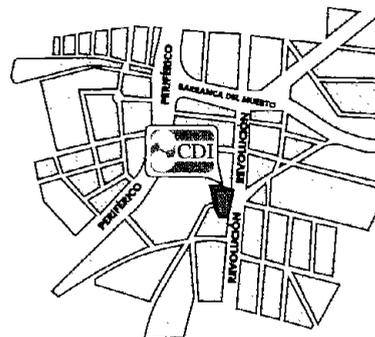
- Promoción y difusión de las culturas indígenas.

### 1.1.2 Ubicación Física

De acuerdo con la ley que crea al Instituto Nacional Indigenista publicada el 4 de diciembre de 1948 en el diario oficial de la federación, artículo primero, "Se crea el Instituto Nacional Indigenista, con personalidad jurídica propia, filial del Instituto Indigenista Interamericano y con sede en la capital de la República" el INI deberá estar ubicado en el Distrito Federal para ser más precisos, en Avenida Revolución #1279; a continuación se muestra un croquis de la ubicación física, figura 1.

Al final de este primer capítulo se incluye la ley de la Comisión para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas que a su vez deroga la Ley de creación del Instituto Nacional Indigenista dejando a esta nueva Comisión en la misma ubicación dentro del distrito federal.

Figura 1



### 1.1.3 Organización

Las disposiciones de organización se encuentran contenidas dentro del estatuto orgánico del INI, por el momento debido a lo prematuro del cambio de formato de la ahora CDI se sigue trabajando con la misma estructura orgánica hasta que el consejo interno apruebe un nuevo organigrama, a continuación resumo la organización interna del instituto.

La estructura general del instituto esta dada de la siguiente manera:

- Oficinas Generales; ubicadas en el Distrito Federal.
- Siete Direcciones Coordinadoras de Centros Indigenistas en los estados
- Ochenta y dos Centros Coordinadores Indígenas

- Una escuela de desarrollo
- Un museo

La estructura de las oficinas generales es la siguiente:

- Dirección General y un Consejo
- Dirección adjunta
- Subdirección General y Subdirección de Antropología Social
- Secretaría, Tesorería y Auditoría
- Unidad de Programación y Evaluación

Departamentos

- Depto. de difusión y publicaciones
- Depto. de infraestructura
- Depto. de actividades productivas
- Depto. de comercialización
- Depto. de tecnología apropiada

- Depto. de proyectos, construcción, mantenimiento y apoyo gráfico
- Depto. de programación
- Depto. de evaluación
- Depto. de información
- Depto. de investigaciones económicas
- Depto. de mínimos de bienestar social
- Depto. de actividades educativas
- Depto. de investigaciones antropológicas y organización social
- Depto. jurídico
- Depto. de eventos especiales y servicios de apoyo
- Depto. de recursos humanos
- Depto. de recursos financieros
- Depto. de compras
- Depto. de control de existencias

La organización del trabajo se hace en base a cuatro áreas:

- a) Operación y desarrollo
  - b) Procuración de justicia
  - c) Organización y capacitación social
  - d) Investigación y promoción cultural
- Los artículos del estatuto orgánico que establecen los parámetros antes presentados son los siguientes:

#### **Estatuto Orgánico**

Titulo III, Capítulo I, artículo noveno, define los órganos del Instituto Nacional Indigenista.

Titulo III, Capítulo I, artículo décimo y on-

ceavo, establecen las facultades y funciones de el Consejo Directivo y los Consejos Técnicos Estatales

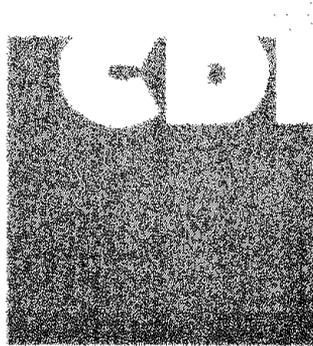
Titulo III, Capítulo I, artículo doceavo, definición de las unidades administrativas

Apartir del artículo treceavo y hasta el veinticuatroavo y último se designan las funciones y obligaciones de todas y cada una de las gerarquias antes presentadas.

#### **1.1.4 Identidad Gráfica Actual**

Despues del cambio de formato, la Identidad Gráfica ha quedado de la siguiente manera, el logotipo se encuentra ubicado en el angulo superior derecho de un cuadrado perfecto en colores maranja y amarillo el punto de la (i) se encuentra fuera de la envolvente cuadrada antes mencionada. *figura 2*

Figura 2



**CATIM**(Centro de Atención al Indígena/Aj grantel)

Creado el 29 de abril de 1998

Ubicación: República de Ecuador N° 99  
Col. Centro C.P. 06020 Del. Cuauhtémoc  
Tel.: 5526 3597 fax: 5526 3455

El objetivo primordial de el CATIM es promover la generación de una nueva conciencia ciudadana sustentado en el reconocimiento a la composición pluricultural y multi-étnica de la ciudad de México en un marco de respeto a la diferencia incluyente de la diversidad, no discriminatorio y donde se garantice el pleno ejercicio de los derechos colectivos individuales de los pueblos indígenas.

### 1.2 Otras Instituciones Similares

Las instituciones entorno a los indígenas son varias, pero el numero disminuye cuando hablamos de la función, son pocas las que cuentan con una identidad funcional, debido en gran parte a los problemas de financiación y de escasos recursos que tienen, para la presente tesis tomaremos como referencia tres organizaciones de similares características, (quiere aprovechar la oportunidad para agradecer la facilidades ofrecidas por estos institutos).

El CATIM es una organización de la sociedad civil formada por profesionales especializados en temas relacionados con los pueblos indígenas de México. El trabajo y la misión que desarrollan consiste en buscar métodos y proyectos que redunden en beneficios concretos para la población indígena del valle de México, por lo que trabajan primero buscando la adecuación de la política pública a las especificaciones, demandas y necesidades de los pueblos indígenas y segundo promoviendo y ejecutando proyectos concretos de desarrollo social, nunca asistenciales, siempre promotores de un crecimiento sano y respetuoso de sus formas de organización y derechos colectivos.

nización y derechos colectivos.

Servicios:

- Atención y orientación personal o telefónica
- Asesoría jurídica
- Alfabetización
- Programa de vivienda
- Programa de registro civil
- Atención a presos indígenas y liberaciones
- Proyecto de salud reproductiva
- Promoción y seguimiento de becas
- Gestión de espacios comerciales
- Asistencia para el desarrollo de proyectos productivos
- Talleres culturales

### **Casa de los Pueblos Originarios**

Ubicación: Cerrada camino a las Canteras s/n Santiago Tepalcatlalpan Del. Xochimilco Tel.: 5555 7260, Fundación: 1987

Objetivos:

- Promover los derechos de los pueblos indígenas originarios
- Contribuir al desarrollo sustentable de la zona rural del D.F.
- Acompañar al fortalecimiento de la organización social y política de los pueblos originarios
- Visualizar y revalorar la cultura de los indígenas entre la población de la Cd. de México
- Servir de punto de encuentro de los

distintos pueblos originarios, así como enlace entre estos y el resto de la sociedad

Tarea Social:

Brindar atención a los pueblos originarios que descienden de poblaciones asentadas en el valle de México. El gobierno de D.F. a través de la dirección general de equidad y desarrollo social y la Delegación Xochimilco crearon este instituto buscando brindar apoyo a estos grupos.

Servicios y Actividades:

- Asesoría jurídica y análisis legislativo
- Asesoría especializada en materia de derecho indígena
- Canalización de asuntos ante las autoridades competentes
- Promoción de la formación de peritos y traductores
- Revisión de la legislación del D.F. para promover reformas en materia indígena

### **Dirección General de Culturas Populares e Indígenas**

Objetivos

- Generar condiciones y espacios de expresión, para que la cultura indígena y popular pueda desarrollarse

con todo vigor, aportando a México un rostro propio y contemporáneo en los procesos de modernización y globalización.

- Fortalecer la capacidad autosugestiva de los creadores, grupos, comunidades, organizaciones, pueblos y regiones, así como la definición de sus intereses y propuestas como sujetos del desarrollo cultural, y la apertura a su capacidad de organización, operación y administración de los bienes y servicios culturales.

#### Programas:

- Construcción de nuevas formas de relación de las dependencias de gobierno de los pueblos y comunidades indígenas.
- Generar condiciones para la recuperación del control cultural, ampliando los márgenes de decisión comunitaria en la definición de sus proyectos de desarrollo cultural propios.
- Apoyo al fortalecimiento de las formas de organización propias.
- Impulso al diálogo intercultural.
- Difusión y divulgación de las culturas e idiomas indígenas.

#### Estrategias:

- Descentralización hacia los estados y municipios
- Coordinación intersectorial pública y

#### privada

- Estimular la participación ciudadana en los programas
- Formación de recursos humanos para la promoción cultural a escala municipal, regional y estatal.
- Vinculación de los contenidos de la cultura popular con el medio educativo.
- Integración de los programas al sector económico de desarrollo social y servicios.
- Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de creadores y beneficiarios.
- Atención específica mediante la creación de la dirección de culturas indígenas.
- Difusión de las manifestaciones de la cultura popular en foros municipales, regionales, estatales, nacionales e internacionales.

### 1.3 Resumen

La existencia de organismos dedicados a la protección, orientación y divulgación es muy importante, sobre todo en este país en el cual la diversidad étnica es abundante; dichas instituciones deben contar con una apropiada comunicación con la sociedad, así como con los propios indígenas, el mejor conocimiento e identificación de las instituciones, (en este caso la CDI); saber acerca de la misión y que hacer, llevará a un óptimo entendimiento. El inicio de este círculo comunicacional, es una identidad gráfica adecuada, que transmita claramente el carácter y personalidad de la institución; los canales que se elijan para la divulgación, tendrán el refuerzo de una identidad clara y precisa.



Capítulo Segundo



## Capítulo Segundo

### Fundamentos Teóricos

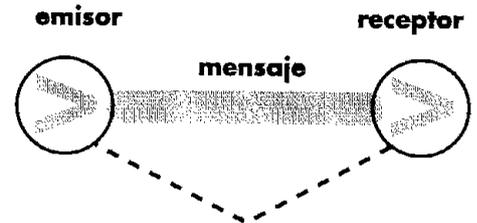
#### 2.1 Comunicación

Surge de la interacción de los individuos, de la necesidad de transmitir, persuadir y modificar el pensamiento-comportamiento de los demás.

La eficacia del proceso comunicativo está subordinada a factores como idiosincrasia, niveles de información y cuestiones culturales.

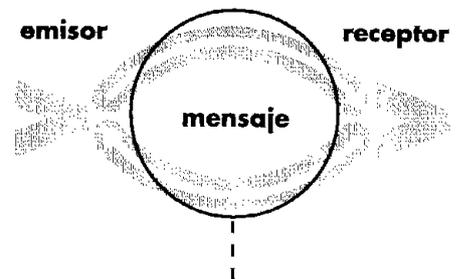
Tenemos dos escuelas de pensamiento con respecto al estudio de la comunicación, figuras 3 y 4, la primera; supone que "es la transmisión de mensajes"<sup>1</sup> y su principal interés radica en el estudio de los codificadores, decodificadores, los canales y los medios de comunicación, que se usan para su transmisión, la segunda; nos dice que "es la producción e intercambio de sentido"<sup>2</sup> este último es el punto de vista de la semiótica, en el que nos basaremos por razones de interés de esta tesis y que analizaremos con más detalle en la parte tres de este capítulo segundo.

Figura 3



la primera escuela se centra en el emisor y decodificador

Figura 4



la segunda escuela se centra en la producción e intercambio de sentido

<sup>1</sup>Fiske John, *introducción al estudio de la comunicación*, p. 2

<sup>2</sup>Ibid, p.2

### 2.1.1 Comunicación Visual

El ser humano es preferentemente visual, el 80% de la información que recibimos a través de los sentidos es asimilada por la vista, todos los demás sentidos recojen el 20% restante, esto nos hace notar la importancia de la comunicación visual.

A su vez esta información visual es separada en dos grandes grupos para su estudio, el intencional y el causal; como ejemplo de la comunicación intencional podemos tomar un cartel que anuncia la celebración de un concierto de Jazz, este emisor parte de la finalidad de motivar un mensaje, como ejemplo de la comunicación causal podemos mencionar el descenso del sol en el poniente, este suceso nos anuncia (sin ser su intención) que el término del día se aproxima. Al profundizar en la comunicación intencional, esta forma parte a su vez del estudio de la Semiótica de los gráficos dentro del área de los diversos tipos de información visual práctica, su estudio es conocido como conducta semiótica, el estudio de esta establece tres campos diferentes de acuerdo con el tipo de información que manejan: el primero; la información directa, surge cuando tenemos una intercomunicación, es decir, hay una reciprocidad entre el emisor y el receptor y a la inversa.

El segundo; el de la información unilateral, rompe con la reciprocidad del pri-

mero, el flujo de información tiene un solo sentido, el ejemplo por excelencia es la televisión.

El tercero; el de la información inocua, se da con los mensajes de tipo subjetivo cuyo significado es variable este dependerá de la interpretación particular del observador un ejemplo serían las obras de arte.

Dentro del campo de la información unilateral tenemos dos tipos de sistemas generadores de información, el sistema de información tipográfico y el sistema de información pictográfico, el primer sistema lo entenderemos como los sistemas de signos abstractos escritos que brindan información precisa y están limitados por la barrera idiomática, el segundo esta formado por el infinito mundo de las imágenes como elementos emisores de mensajes que superan la limitante del sistema anterior (el idioma), estos dos sistemas regulan el funcionamiento y comportamiento de los mensajes visuales.

Al hablar de comunicación visual debemos sin lugar a dudas referirnos a "los elementos visuales"<sup>3</sup> herramientas básicas al momento de configurar los diferentes soportes gráficos, (más adelante los veremos mencionados también en el nivel sintáctico del estudio de la semiótica puesto que tienen relación directa con la estructura de los significantes y allá son llamados valores expresivos de la sintáctica).

<sup>3</sup>Dondis Doris Andrea, *La sintaxis de la imagen*, p. 54

**Punto:** es la expresión mínima e irreducible de comunicación visual.

**Línea:** es una sucesión de puntos tan próximos que no se percibe visualmente su separación.

**Contorno:** la línea articula a el contorno, tenemos tres básicos el cuadrado, el círculo y el triángulo.

**Dirección:** es el factor de canalización del movimiento visual.

**Tono:** es la graduación controlada de la luz.

**Color:** es el elemento emotivo de la expresión visual.

**La textura:** son de dos tipos: a) ópticas, expresan el carácter superficial de los elementos bidimensionales y b) tácticas, que es carácter superficial de los materiales.

**La proporción:** es la relación adecuada, en escala del contorno de una forma.

**La dimensión:** es el tamaño adecuado de una figura en relación con otra.

**El movimiento:** es el dinamismo que hay en la expresión gráfica de una forma.

## 2.2 Semiótica

La semiótica es la ciencia que estudia el significado de los signos; primeramente era aplicada a el área de la Lingüística o de la Medicina y encontramos sus orígenes más remotos en la Grecia antigua

con la denominación Semiotike, su objeto de estudio es el de todos y cada uno de los sistemas de signos que de manera espontánea o intencional generan mensajes, "la semiótica, no se ocupa del estudio de un objeto particular sino del estudio de los objetos ordinarios en la medida que participan en la semiosis"<sup>4</sup>; lo que debe interesarnos es el estudio y comportamiento de imágenes o gráficos dentro de un contexto comunicacional.

### Semiosis

Llamamos Semiosis al proceso por medio del cual un signo transmite un significado, "el proceso en el que algo funciona como signo puede denominarse semiosis"<sup>5</sup>; este proceso se presenta en los gráficos al ser estos portadores de significados, dentro de la Semiosis tenemos cuatro elementos principales: a) el signo o significante gráfico, b) el significado, c) el interprete y d) la interpretación.

Los portadores de el significado son los signos o significantes gráficos y posterior lo que da vida al significado es la interpretación, ya al final tenemos a el interprete o interpretante, figura 5, "la semiosis es en consecuencia, una consideración mediada, los mediadores son vehiculos signicos, las consideraciones son interpretantes, los agentes del proceso son intérpretes, lo que se toma en consideración son los designata"<sup>6</sup>.

4 Morris Charles, *Fundamentos de la teoría de los signos*, p. 28

5 Ibid, p. 29

Figura 5



Para llevar a cabo el estudio de la Semiótica se puede hacer desde tres puntos diferentes perfectamente delimitados en forma y función, estas son; a) la semántica, que se refiere a la relación que hay entre el signo y el concepto que representa. b) la sintáctica, que se refiere a la relación del signo con su sistema y la relación entre los símbolos y c) la pragmática, que se refiere a la relación entre el signo y los usuarios; estos tres puntos de estudio intercambian posibilidades y perspectivas, figura 6.

Figura 6



Dentro de estas tres dimensiones mencionadas se utilizan términos que nos sirven para determinar su campo de acción y su relación funcional, estos términos son:

- Denotar; Término de la dimensión semántica que hace alusión a la representación gráfica de un objeto cualquiera o concepto, que debe ser explícita, objetiva y precisa.

- Significar; Término semántico que nos refiere al contenido o carga cognoscitiva de un gráfico, tiene que ver con el objetivo de la creación de dicho gráfico.

- Connotar; Pertenece también a la dimensión semántica, tiene que ver con el grupo de conceptos o ideas que tienen una relación indirecta con el significado de un gráfico, sus efectos motivacionales se dan de forma subjetiva.

- Estructurar; término sintáctico que tiene que ver con el conjunto de los trazos o valores de la composición estética que se necesitan para la creación de un gráfico lográndose con esto darle a su forma la armonía visual adecuada.

- Relacionar; es la suma de dos o más composiciones gráficas para cargarlas de un significado más complejo.

- Expresar; forma parte importante de

la pragmática y explica la función de un gráfico que transmite un mensaje.

“Los objetos no necesitan ser referidos por símbolos, pero no hay designata a menos que se produzca esa referencia”<sup>7</sup> algo (cualquier cosa) puede ser considerado como símbolo solo si es relacionado como el símbolo de algo por un interprete. Los símbolos que se refieren a un mismo objeto no necesitan tener el mismo significado a partir de que pueden mostrar lo mismo pero “si bien, todo signo tiene un designatum, no todo signo tiene un denotatum”<sup>8</sup>, esto quiere decir que podemos tener dos símbolos diferentes que nos refieren a un mismo objeto pero cuyo significado puede ser diferente tanto entre ellos como entre las interpretaciones de los diferentes interpretantes; otra consideración es que un símbolo puede remitirnos las características del objeto al que hace alusión sin que el objeto este presente físicamente, el designatum (significado de un símbolo) se refiere a los elementos complementarios que contiene un símbolo y que el interprete toma en cuenta al momento de descifrarlo, el denotatum es ese algo tomado como referencia o complemento del objeto, todo símbolo tiene un significado pero no obligatoriamente tiene un denotatum, el designatum no es otra cosa que ese algo que esta en el objeto o que forma parte de él.

## 2.2.1 Niveles Signícos

### La semántica

Como ya se había mencionado anteriormente se encarga del estudio de la relación entre los gráficos y el significado que les es inherente acorde con la función que estos realizan, figura 7, el objetivo principal de esta dimensión es el análisis del o los conceptos que se relacionan con el significado también, controla metodológicamente la gestación de los elementos gráficos con la finalidad de que sean precisos y pertinentes en cuanto a su denotación.

Figura 7



Dentro de la semántica tenemos dos variantes (desde el aspecto figurativo), estos dos grupos son: a) de motivación analógica y b) de motivación homológica; la primera se refiere a lo que

<sup>7</sup> Charles Morris, *Fundamentos de la Teoría de los Signos*, p. 28

<sup>8</sup> *Ibid.*, p. 30

comúnmente es llamado pictograma o sea, la representación de cierto objeto veraz con sus rasgos más significativos un ejemplo lo sería la representación de un cuerpo humano la cual se puede simplificar al máximo pero no perderá las piernas, los brazos y la cabeza (los rasgos más significativos de un cuerpo humano), la segunda es la abstracción total, formas geométricas u orgánicas de invención humana y de significado arbitrario.

La semántica se integra en tres partes para su estudio; a) el significante; b) el significado; y c) la función.

El significante puede ser (en este contexto), un soporte gráfico que es un elemento portador de un concepto.

El significado es la denotación que contiene el significante el soporte gráfico; este significado debe ser claro preciso y de ágil lectura.

La función no es otra cosa que el objetivo de la realización de dicho significante.

Estos tres elementos son llamados constantes semánticas siempre van juntas y funcionan como un todo con el significante.

El significante a su vez se divide para su estudio en a) significante icónico y b) significante simbólico, el icónico es la denotación de un sujeto y cosa y su significado es directo y claro, el simbólico "la semántica se ocupa de la re-

lación de los signos con sus designata y por ello, con los objetos que pueden denotar o que de hecho denotan"<sup>9</sup> dentro de los significantes simbólicos se dan tres clasificaciones de este; los de tipo característico, los de tipo abstracto y los de tipo universal; los de tipo característico son aquellos en los que se muestra una imagen que nos remite a un concepto, por ejemplo un diente que nos remita a un Dentista; los de tipo abstracto contienen un significado arbitrario, formas abstractas, orgánicas, líneas el ejemplo perfecto son las letras de la escritura; los de tipo universal, que como su nombre lo indica son símbolos conocidos y comprendidos por la mayoría de las personas, la cruz del cristianismo es un buen ejemplo de este.

#### El significado semántico

El significado de un símbolo esta relacionado con el mismo símbolo bajo dos aspectos diversos, pero con objetivo encaminado hacia el mismo fin, estos dos aspectos están relacionados, uno desde el lado del diseñador gráfico y el segundo desde el lado del usuario o intérprete, el primero tiene que ver con la relación entre significante y significado justo en el momento en que el significante es creado por el diseñador quien evidentemente parte desde un enfoque diferente que el usuario interpretante, el segundo tienen que ver

<sup>9</sup> Charles Morris, *Fundamentos de la Teoría de los Signos*, p. 55

con la relación significante-interprete y este parte del momento en que el interpretante extrae el significado, en resumen al primero lo llamaremos significado semántico y al segundo significado pragmático cuando un diseñador configure los significantes gráficos deberá tener muy en cuenta estos sentidos del significado a su vez cada uno de estos sentidos del significado tienen dos aspectos complementarios entre sí, uno es el sensible y el otro es el inteligible.

### El factor de reconocimiento

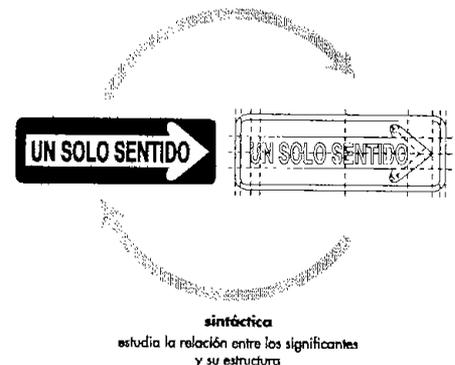
Esto tiene que ver con el momento en que diferenciamos cosas similares, por ejemplo podemos tomar a un leopardo y un puma, al momento de hacernos la pregunta de ¿en que se diferencian estos dos animales?, inmediatamente tomamos el rasgo más notable, uno tiene manchas y el otro no, esto es lo que llamamos factores de reconocimiento.

### La sintáctica

Es el estudio de la relación que existe entre los significantes y de su propia estructura, figura 8, "es el estudio de las relaciones sintácticas de los signos entre sí"<sup>10</sup> se hace una división para su mejor estudio en: a) la estructura formal, estudio de los elementos gráficos visuales (forma-figura) de los significan-

tes y b) la estructura relacional, estudio de las relaciones entre los significantes, como parte de un sistema de comunicación.

Figura 8



Al dar un enfoque desde el diseño gráfico (por obvias razones), se generan otros dos campos de estudio a) la estructura armónica; que es el estudio de la estética y sus leyes de percepción, (la estructuración armónica de las formas), y b) sistemas visuales de comunicación; que es el estudio del funcionamiento de las normas de visibilidad, (la normalización del uso adecuado de los sistemas de información gráfica).

En el primero tenemos a las disciplinas del diseño que norman la pertinente y agradable armonía visual de los significantes gráficos, tiene que ver con percepción y persuasión; en la segunda tenemos las herramientas para relacionar los significantes en forma pertinente y lógica.

<sup>10</sup> Charles Morris, *Fundamentos de la Teoría de los Signos*, p. 13

Tenemos por estructuras sintácticas el empleo y la combinación de varios elementos que en su conjunto nos dan como resultado la realidad gráfica de una idea o concepto estos elementos son dependientes los unos de los otros no solo cuenta la unión entre ellos sino también la manera en que se unen para la conformación de un todo. Visualmente hablando las estructuras de comunicación visual son el conjunto de elementos gráficos que se conjugan para crear una imagen lógica y coherente, "todo signo tiene relaciones con otros signos, puesto que aquello para la consideración de lo cual el signo prepare al interprete sólo puede ser dicho en términos de otros signos"<sup>11</sup>.

### Valores sintácticos

Los valores expresivos de la sintáctica desde un contexto visual son:

El punto; es la unidad mínima de expresión.

La línea; es la sucesión de puntos, que a su vez integran una parte estructural de la forma.

El contorno; es la integración total de la forma.

La dirección; es el factor de canalización del movimiento visual.

El tono; es la graduación controlada de la luz.

El color; es el elemento emotivo de la expresión visual.

La textura; son de dos tipos: a) ópticas, expresan el carácter superficial de los elementos bidimensionales y b) tácticas, que es carácter superficial de los materiales.

La proporción; es la relación adecuada, en escala del contorno de una forma.

La dimensión; es el tamaño adecuado de una figura en relación con otra.

El movimiento; es el dinamismo que hay en la expresión gráfica de una forma.

Los procedimientos de estructuración sintáctica

El sistema no es más que el conjunto de procedimientos mediante los cuales se realiza una estructuración sintáctica, estos procedimientos se dividen en dos; los sistemáticos y los asistemáticos; mediante los primeros se establece una comunicación

<sup>11</sup> Charles Morris, *Fundamentos de la Teoría de los Signos*, p. 32

constante y estable con base en símbolos podríamos tomar los señalamientos internacionales, (el de peligro, los de vialidad, etc.) todos estos tienen un significado muy bien definido y delimitado para proporcionar una interpretación adecuada y precisa. Los segundos utilizan una serie de figuras y símbolos que no cuentan con un significado preestablecido, hay libertad en cuando disposición de los elementos gráficos, color etc. Dentro de este último tenemos a las estructuras asistemáticas independientes que se refieren a elementos gráficos que trabajan independientemente unos de otros por lo cual la omisión o cambio de alguno de ellos no modifican en nada el significado de los demás.

### La pragmática

"Es la ciencia de la relación de los signos con sus interpretes"<sup>12</sup>, figura 9, tiene como rasgo dominante lo referente a la expresión del significado, el estudio de la pragmática se divide en: a) la pertinencia y potencialidad de las expresiones, b) las actitudes del interprete y c) el significado como consecuencia.

### Pertinencia y potencialidad de expresión

Pertinencia, nos refiere a algo que le concierne a una cosa u objeto, o sea algo que le es propio, pero su existencia cuenta con un propósito desde el punto de vista gráfico se refiere a la (precisa expresión de un mensaje) con su dirección se evita en lo posible errores y confusiones de interpretación; suele haber variadas opciones gráficas que nos remitan a un mismo mensaje pero solo hay una que es la más conveniente o precisa. esta nos evitará caer en una (ambigüedad gestáltica) esto quiere decir evitar en lo posible dos interpretaciones diferentes sobre un mismo gráfico por parte de dos interpretes, valga la

Figura 9



<sup>12</sup> Charles Morris, *Fundamentos de la Teoría de los Signos*, p. 67

redundancia. Esta (ambigüedad Gestaltica tiene mucho que ver con la potencialidad de un gráfico (a mayor numero de significados e interpretaciones encontradas en un gráfico, mayor potencialidad tiene este, a menor interpretaciones menor potencialidad) una potencialidad alta en un gráfico nos conducira a una ambigüedad, siempre se debera tener por objetivo el buscar una potencialidad baja de un gráfico y así evitaremos en lo posible las ambigüedades.

### La actitud del interprete

Toda persona que persive su entorno y que por consiguiente lo asimila, es un interprete, la función de los significantes toma sentido en el momento en que de ellos se obtiene un mensaje significado.

El interprete relaciona ideas, imagenes o ambas, trata de deducir posibilidades e ideas ante un significante, estos la mayoría de las veces actuan como receptores pasivos, reciben la información sin tener la intención de buscarla.

Hablar del proceso pragmático es hablar del proceso mental de interpretación, de las percepciones de los individuos, que derivarán en una serie de conceptos.

La expresión gráfica nos ofrece un mundo infinito de posibilidades (tantas como cabezas hay en el mundo) pero

el hablar de interpretaciones es tomar en cuenta cuestiones como estratos sociales, ideosincrasia, etc. de acuerdo con los analisis realizados sobre el proceso pragmático se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Los objetos son los mismos para todos
- Las imágenes mentales de los objetos son las mismas para todos
- La relación palabra-imagen mentales de tipo convencional
- La relación imagen mental-cosa es de tipo natural.

Todos los gráficos son portadores de un significado, pero en el momento de la interpretación serán mas efectivos aquellos que estén estructurados de la manera más pertinente y adecuada, en la actualidad la relación entre los consumidores de mensajes y los portadores de los mismos es mas estrecha que nunca y seguirá estrechándose cada vez más y así también deberán seguirse complementando cada vez mas la estructuración de los significantes para que pueda estar a la altura de las exigencias. Sin lugar a dudas donde mas dinamismo existe entre estas dos partes es en las grandes ciudades, tanto por la cantidad de productos y servicios que hoy existen como por la cantidad

de usuarios que se mueve diariamente y a cada hora por estos lugares esto nos hace preocuparnos por enfrentar la relación pragmática desde cada situación particular, determinar el lugar, la ubicación y tamaño apropiado de los significantes y sobre todo con la omnipresencia de la publicidad en cada ámbito de la vida de un habitante de la ciudad.

Tenemos, dentro de los gráficos urbanos;

- a) aquellos que indican donde se encuentran lugares o servicios,
- b) los que informan sobre reglamentos, su observancia y aplicación,
- c) los que sirven para identificar objetos e instituciones,
- d) los que informan sobre actividades de carácter social y,
- e) los que únicamente ayudan a mejorar el aspecto visual de cierto lugar, los tenemos ya sean fijos (o sea, no tienen ningún cambio de ubicación física) y los móviles (un ejemplo serían los ubicados en vehículos).

Estos grandes centros de concentración humana suelen ser muy conflictivos y por el número de habitantes se hace difícil el hacer llegar algún mensaje de manera particular para tener un fun-

cionamiento más correcto y eficaz (si es posible esto) se han creado sistemas de señalización, tanto de carácter universal como local cuyo fin es restringir, advertir, ordenar e informar.

### 2.3 Identidad Gráfica

Debemos hacer una clara diferenciación entre dos términos que con frecuencia se confunden el uno con el otro, identidad e identificación, ambos van de la mano mas sin embargo no significan lo mismo; la identidad es el ser, el ente (o sea lo que ya es, ya existe y pudiese existir), todo esto más su esencia, es la suma del ser y su forma constituida con la serie de rasgos y características que diferencian algo de algún otro.

La identificación es precisamente el acto de reconocer, la identidad, analizar, memorizar los rasgos que lo hacen diferentes a sí mismo e igual a sí mismo.

Por otra parte debemos analizar de manera no tan profunda sino mas bien con el afán de aclarar que existen

no solo un tipo de sujeto de diseño de identidad si no más, tenemos primeramente las "formas organizadas de actividad social"<sup>13</sup> con el nombre dado de empresa, compañía o sociedad es la concepción tradicional, que tienen una realidad económica, después tenemos las asociaciones de carácter no lucrativo las instituciones y por último

cos, también se persigue comunicar el carácter y personalidad de la empresa o institución, sus servicios, filosofía origen, giro etc., la tercer cosa que se persigue es la de establecer un lazo de comunicación, (un puente) entre el público y la propia empresa, figura 10.

Figura 10



### 2.3.1 Elementos

tenemos a la corporación como grupo de asociaciones, ya sean de carácter privado o público

#### Objetivos

Lo que se persigue al crear un programa de identidad es hacer reconocible y diferenciable a una empresa, institución o persona, todo esto por medio de una serie de signos gráfi-

Tenemos tres partes primordiales que integran a la identidad gráfica, el logotipo, el imagotipo y la gama cromática, pero antes de entrar en detalle con cada uno de ellos me parece importante hacer notar la importancia de el nombre mismo, la fonética o el grupo de sonidos, no es un secreto que los

<sup>13</sup> Chaves Norberto  
La Imagen Corporativa, p. 16

sonidos cortos y melódicos tienen un alto grado de impacto sobre la memoria, siendo cortos son más fáciles de memorizar y si ha esto sumamos un ritmo fonético agradable las probabilidades de éxito serán mayores, esto no quiere decir que en todos los casos se debe buscar siempre esto pero si existen los elementos necesarios que mejor que aprovechar esto.

Podemos hacer una clasificación de los nombres de acuerdo con Norberto Chavez esta sería:

a) descriptivo, te remite a la empresa mediante los atributos de la misma; Banco Interamericano de desarrollo, Museo de Antropología e Historia.

b) simbólico, te remite a la empresa mediante una imagen mental de algo, Camel, Alfa Romeo, Boots.

c) patronímico, te remite a la empresa mediante el nombre del fundador o de algún personaje significativo, Ferrari, Versace.

d) toponímico, te remite a la empresa mediante el nombre del lugar de origen o área de presencia, American Airlines, Aero México.

e) contracciones, construcción del nombre mediante siglas o partes sig-

nificativas de palabras, IBM, Banamex, Telmex, BBC.

El logotipo, podemos decir que es la forma gráfica que toma la palabra designada como nombre, este tiene dos elementos, el primero tiene que ver con su carácter semántico, esto se relaciona con la fonética y el significado inteligible cuando es leído, el segundo tiene que ver con el aspecto gráfico de las formas de cada uno de los signos escritos y de su conjunto, "la imagen o forma de los signos lingüísticos" en cuanto a la carga signica es de los tres el de información más precisa no tiende a tener múltiples significados.

El imagotipo es un signo no verbal de identificación que no atiende a una lectura (en el sentido lingüístico) si no a una interpretación puramente visual mediante la alusión o representación, realista o abstracta de objetos o ideas, tiene al igual que el logotipo una función identificadora y su potencialidad de significación es alta.

La gama cromática es un elemento de gran ayuda en cuanto a reforzamiento o anclaje de una idea o concepto se puede convertir en emblema una combinación dada o un simple color (el ejemplo clásico es la asociación del rojo con Coca Cola),

nos brinda una carga emotiva y de significación psicológica, tenemos dos aspectos a tomar en cuenta en cuanto al color una es su carga emotiva-psicológica y la otra tiene que ver con la visibilidad Joan Costa los llama:

a) función simbólica y, b) función señalética, la primera nos ayudará con el reforzamiento o acentuación de ideas o conceptos y la segunda con la claridad en cuanto a la percepción.

Por último hablamos de un identificador cuando tenemos estos tres elementos integrados en un todo, no siempre estarán los tres juntos como una solución de identificación, todo esta en juzgar adecuadamente cuando emplearlos, ya sea juntos o separados para lograr el mas pertinente y adecuado resultado, "este numero de elementos (logotipo, simbolo, gama cromática) deben considerarse como un maximo sin que ello presuponga que deban utilizarse necesariamente los tres juntos para configurar la identidad visual."<sup>14</sup>

## 2.4 Resúmen

El conocimiento del comportamiento de los signos, de las diferentes relaciones y la manera en la que se desenvuelven nos ayudara a crear identificadores precisos y funcionales para los diferentes sujetos de identificación, también tenemos herramientas visuales importantes que nos ayudarán a tener mejores y mayores recursos para expresar perfectamente el carácter y la personalidad de las empresas, instituciones u organizaciones sociales.

Ha habido una evolución importantísima en lo que se refiere a la creación de identidades gráficas, desde aquellos remotos comienzos de la "marca" hasta los programas de identidad actuales que rigen todos y cada uno de los aspectos de comunicación y también de aquellos que tienen potencial de serlo, hoy mas que nunca en una sociedad que presta tanta atención a los signos de identificación y que inclusive llegan a ser objetos de devoción es imprescindible el contar con un adecuado signo identificador el cual sera nuestra carta de presentación ante el consumidor o usuario y tambien el que creará toda una visión dentro de la cabeza de estos.



Capítulo Tercero

## Capítulo Tercero

### Proyecto Gráfico

### 3.1 Metodología

No hay en el diseño una fórmula general que nos guíe en la elaboración de programas de identidad, existen varias propuestas dadas por algunos autores, pero para cada problema de diseño específico hay una metodología y también para cada programa de identidad, antes de continuar me gustaría hacer una diferenciación entre un plan de trabajo y un programa de identidad, el primero es un esquema del proceso o conjunto de tareas, (una guía) y el programa "es el producto resultante por medio de la ejecución del trabajo según el plan"<sup>15</sup> el esquema de metodología seguido para la elaboración de la propuesta de identidad del CDI es el siguiente:

- DETECCIÓN DEL PROBLEMA
- ACOPIO DE DATOS
- ASIMILACION DE DATOS
- CONCEPTUALIZACIÓN Y DESARROLLO GRÁFICO
- PRIMERAS SOLUCIONES GRÁFICAS
- SOLUCIONES GRÁFICAS FINALES
- IMPLANTACIÓN DE LA IDENTIDAD

#### Detección del problema

En este primer paso, hacemos notar la faceta identificadora del diseñador, al

ser capas de detectar problemas de comunicación visual, en el caso particular del CDI tenemos primeramente que la identidad gráfica que actualmente es empleada, no cumple con los objetivos para los que fue creada, no expresa claramente la personalidad, carácter y función de esta institución, la que era del INI tenía tras de sí un periodo de tiempo en el cual había sido ya asimilada por la gente que estaba cercana a este instituto de manera frecuente, pero podemos también afirmar que esta gente ha estado recibiendo información errónea durante todo ese periodo de tiempo, la gente que se encuentra por vez primera con la nueva identidad, recibe inmediatamente una cantidad de información errónea acerca de la institución.

#### Acopio de datos

Una vez identificado el problema, se procede a la recopilación de todos aquellos elementos que nos ayuden a entender lo mejor posible el carácter, personalidad y función de la institución, mientras mayor sea la cantidad de información recopilada tanto más adecuado y pertinente será el resultado final, algunos de los datos que podemos mencionar son: historia de la institución, dimensiones (tamaño o mag-

nitud de la institución), organigrama, objetivos, misión, expectativas a futuro, etc.

#### Asimilación de datos

Es la asimilación de todo este volumen de información, una vez digerido, nos dará la cantidad de nutrientes para entrar de lleno en la siguiente etapa de esta metodología propuesta, tal vez se comiencen a crear imágenes mentales o posibles soluciones durante esta etapa, pero debemos tener muy en cuenta que son, como su nombre lo indica "posibilidades o esbozos", es importante marcar esto por que si no le damos este enfoque corremos el riesgo de que mas adelante nos puedan vicear y así, predisponer el resultado final.

#### Conceptualización y desarrollo

Ya asimilada la información comenzamos ahora sí con el razonamiento de toda esta información, por razonamiento me refiero al acto de el reorganizamiento de la información para un fin determinado, en este caso la traducción de toda esta información en elementos y conceptos visuales, para dar la solución mas pertinente y correcta a nuestro problema, dentro de este paso tenemos otros tantos que son concernientes al desarrollo de la solución gráfica que explicare mas adelante en el tercer capítulo de la presente tesis, el

desarrollo de tabuladores concepto-forma entra en esta fase y son una herramienta de mucha ayuda.

#### Primeras soluciones gráficas

Es aquí donde se da realidad y forma a nuestras primeras propuestas de soluciones (que pueden ser una o varias) para hacer un juicio, con el único fin de detectar posibles fallas, deficiencias o ruidos que interfieran con cada uno de los objetivos de una adecuada comunicación (ya sean visuales o conceptuales).

#### Soluciones gráficas finales

Por fin tenemos ya el producto de diseño último, es la solución que cumple con los objetivos buscados, es la traducción y síntesis de el volumen de información y conceptualización por parte del diseñador, aun en esta etapa puede haber correcciones o análisis para que el resultado final sea lo mas pertinente y adecuado posible.

#### Implantación de la identidad

Terminado el proceso gestador de la identidad llega el tiempo ya de implantarlo, comenzará a hacerse uso del mismo y sera responsabilidad de el instituto el hacer cumplir todos y cada uno de los lineamientos ya definidos.

Este esquema esta basado en el propuesto por Joan Costa en "La imagen global"

### 3.2 Desarrollo del proyecto

Una vez hecho el acopio de datos y la investigación (parte cumplida en el primer capítulo de esta tesis) podemos comenzar a asimilar e interpretar los datos que hemos acumulado para darnos un panorama muy general de las posibles soluciones y los senderos por los que tenemos que atacar el problema.

Todos los datos, al momento de analizarlos comenzarán a generarnos una serie de ideas acerca de la posible solución, pero debemos detenemos un poco hasta definir perfectamente los conceptos que buscamos codificar dentro de la identidad, esto nos ayudará a tener bien controlados todos y cada uno de los aspectos comunicativos de la identidad resultante al tener control sobre esto evitamos posibles fallas de interpretación por parte del publico consumidor de nuestra identidad, a continuación muestro una serie de tabuladores en los cuales se especifica de la manera mas especifica posible los elementos mas óptimos y precisos para ser empleados dentro de la identidad, los he separado en tres partes, esto to-

mando en cuenta las tres partes conformadoras de la identidad que son: logotipo, imago tipo y gama cromática.

En esta primera parte de nuestra metodología, abordaremos el problema de comunicación (detección del problema, en este caso particular la ambigüedad y errónea comunicación de la imagen actual) y tambien podemos tener de inicio un esbozo muy general acerca de la planeación y estructuración de lo que será nuestra intervención pero para definir bien esta estructuración de nuestra intervención tenemos que responder las siguientes preguntas:

¿Cual es el nivel y la complejidad de la organización o institución?

¿Cuan grave es su problema de identificación?

¿Cuales son las trabas a nivel administrativo?

¿Cuales son las condicionantes presupuestales?

Respondiendo a lo primero, el CDI es una institución de carácter social dedicada al desarrollo y bienestar de los pueblos indigenas mexicanos, cuenta con una infraestructura amplia (aunque modesta) que busca atender a las comunidades indigenas lo mas

cercana y rápidamente posible, esto es de la siguiente manera:

- Oficinas Generales, (en el D.F.)
- Siete Direcciones Coordinadoras, (en provincia)
- Ochenta y dos Centros Coordinadores Indígenas
- Una escuela de Desarrollo
- Un museo

Lo segundo, el problema de identificación tiene que ver con la alta potencialidad de significación de la identidad anterior, esto quiere decir múltiples significados transmitidos, y no todos ellos o mejor dicho la gran mayoría de ellos tienen algo que ver con los Indígenas mexicanos.

El principal problema administrativo que se presentó, fue el miedo a arriesgarse a el cambio, en un principio con el INI, y ahora con todos los cambios tanto administrativos como de organización en la ahora CDI es extremadamente difícil lograr la implantación real de esta propuesta de identidad, razón por la cual se queda ahora como propuesta únicamente.

La CDI es una institución que no recibe una generosa cantidad de recursos

por parte del gobierno, con lo poco que se consigue apenas alcanza para mantener operante al instituto, ahora con la administración del Presidente Vicente Fox Quezada parece haber un resplandor de esperanza pero solo es eso un "resplandor", así que tanto la identidad, así como sus diferentes soportes tendrán que ser pensados para ser de bajo costo de producción por ejemplo, un máximo permitido de dos colores diferentes dentro de la identidad propuesta, soportes para las aplicaciones de papelería institucional no demasiado honorosos y como siempre una propuesta gráfica de fácil reproducción en los diferentes sistemas de impresión.

### Acopio de datos

Dentro del primer capítulo tenemos el grueso de la información acumulada debido a la investigación realizada para la presente tesis, los medios de obtención han sido variados, en un primer paso se obtuvo información de la página web del entonces "INI" ahora CDI [www.ini.gob](http://www.ini.gob), en un segundo paso se obtuvo más información al presentarme directamente en las oficinas Generales de la CDI ubicadas en Avenida Revolución # 1279, "quiero aprovechar la ocasión para agradecer al Sr. Armando López Carrillo, Coordinador Editorial de la entonces Dirección de

Investigación y Promoción Cultural por todas las atenciones prestadas”, lugar en el cual se me facilitó la información que solicite.

Toda esta información nos da un profundo conocimiento de cuestiones como: carácter y personalidad de la institución, historia de la misma, dimensiones y presencia, objetivos, políticas y expectativas, todo esto nos ayudará a lograr un resultado mejor orientado, mientras mayor sea la cantidad de información, tanto mas adecuado y pertinente será el resultado final.

### Asimilación de datos

La diferencia entre este punto y el anterior tiene que ver con una cuestión de cognición, el anterior es un aspecto mas físico y el presente un aspecto más mental, en pocas palabras leeremos e interpretaremos, los datos recopilados y los interpretaremos para obtener un grueso de ideas y pre conclusiones que nos ayudarán a plantear la orientación del nuevo identificador.

En el caso de la CDI tenemos una institución de mediana magnitud, que interviene en un tema crucial e importantísimo para el México actual, tiene a su cargo un tema de gran resago y antigüedad que se da desde el México colonial hasta nuestros días, tiene una

faceta identificadora que tendrá que atender tanto a la población indígena como a la sociedad mexicana en general, tiene la misión de presentar al indígena tal como es, una persona orgullosa, con virtudes y una carga de tradiciones, cultura y costumbres totalmente validas y respetables, ataca en la medida de sus posibilidades (con presupuesto escaso) los niveles de pobreza de este sector social pero tambien la dignificación y auto sustentación del mismo.

### 3.2.1 Conceptos

#### Conceptualización y desarrollo

Aquí es donde se llevan la información a conceptos concretos, que nos servirán para darle una intención y sentido a nuestra futura solución gráfica, en este caso podemos aterrizarlo desde dos puntos de vista, el primero será el grupo de concep

tos que queremos comunicar con nuestra identidad para este caso en particular he querido manejar una serie de conceptos asociados con los objetivos (particular y general) y con misiones buscadas por la CDI, estos son:

1- Debemos tener los objetos o características con la que la mayoría de la gente relaciona a los indígenas, sombrero, vestimenta, facciones.

2- También los colores que más se asocian con los indígenas, y con México, puesto que esta es una institución que forma parte a su vez de una entidad mayor pero cuya realidad inmediata está inscrita en México: colores rojos y tierras.

3- Y por último, elementos gráficos que la gente tiene bien reconocidos con ellos: glifos, volutas, tramas geométricas.

Una vez teniendo estos parámetros nos auxiliaremos también con asociaciones más relacionadas con la sociedad mexicana en general "el imaginario social mexicano", y que queremos hacer partícipes en nuestra identidad, aceptación, confianza, orgullo, tradición, mexicanidad; estos estarán volcados en una serie de tabulaciones, haremos tres tabuladores cada uno de los cuales tiene que ver con una de las partes integrantes de la identidad gráfica, logotipo, símbolo y gama cromática, hecho esto tendremos una serie de parámetros que nos ayudarán a tener un óptimo control de la potencialidad de la identidad resultante, *figuras.11, 12 y 13.*

Figura 11

**GAMA CROMÁTICA**

Conceptos	Tierra	Fríos	Primarios	Neutros B&N	Alta luminosidad
Aceptación				●	
Confianza				●	
Orgullo	●				
Mexicanidad	●				●
Tradicición	●				

Figura 12

**FORMA**

Conceptos	Circular	Cuadrada	Triangular	Poligonal	Orgánica
Aceptación	●				
Confianza		●			
Orgullo		●			
Mexicanidad					●
Tradicición					●

Figura 13

**TIPOGRAFÍA**

Conceptos	Palo seco	Remates	Script	Fantástica	Moderna
Aceptación	●				
Confianza		●			
Orgullo	●				
Mexicanidad				●	
Tradicición		●			

### 3.2.2 Bocetos Preliminares

#### Primeras soluciones gráficas

El inicio de la transformación de conceptos a soluciones gráficas se da en esta fase, puede llegar a ser muy fructífero (o no) pero a partir de aquí obtendremos una serie de ideas ya sea muy vagas o muy concretas, la combinación o selección de algunas de ellas nos llevara a la obtención de la mas adecuada, algunas aun necesitarán un trabajo arduo para la afinación de detalles o partes en las que se este fallando, a continuación doy una muestra de los primeros bocetos logrados *figuras 14, 15, 16 y 17.*

De estos tenemos que seleccionar aquellos que mejor operan de acuerdo a los parametros arrojados por los tabuladores y conceptos manejados en la parte de (conceptualización y desarrollo gráfico) para llegar a el siguiente paso de este proceso debemos hacer una afinación "terminación de los bocetos seleccionados" para elegir aquel que es el mas apropiado, pertinente y correcto.

Figura 14



Figura 15



Figura 16



Figura 17



### 3.2.3 Bocetos finales

#### Solución gráfica final

Aquí tenemos el resultado final de todo el proceso antes explicado, es el fruto logrado a través del seguimiento del paso al paso, todavía aquí podemos hacer algunas consideraciones finales en cuanto a estructura percepción y potencialidad del gráfico, una vez cumplidos estos requisitos, pasaremos al final del afinamiento que sería un estudio de legibilidad, para tener bien estudiado los alcances, virtudes y puntos débiles de nuestra identidad gráfica, y la elaboración de la estructura formal de soporte (retícula de soporte) que nos dará parámetros de geometrismo y reproducción, así como de proporcionalidad y dimensionamiento adecuado, *figuras 18, 19, 20 y 21*, vemos en este cuadro que se comienza a tener en cuenta la selección del color, del cual tenemos ya un referente en los tabuladores, para este caso particular se eligió el color rojo quemado, que es un color absolutamente tierra, cálido y muy bien connotado con lo indígena (tanto en lo actual como en lo antiguo) también me inclino más por el uso de una tipografía con remates, más acorde con la seriedad y formalidad de esta institución y del tema referido,

el último cambio tiene que ver con la búsqueda de una envolvente que cumple mejor con los parámetros arrojados por los tabuladores, (una envolvente cuadrada) por lo cual la elección primera de esta serie de propuestas será la *figura 18*.

Figura 18



Figura 19

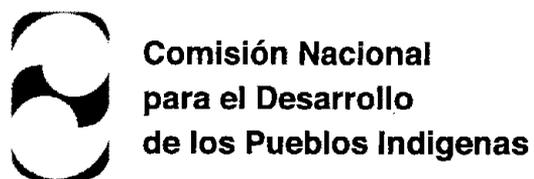
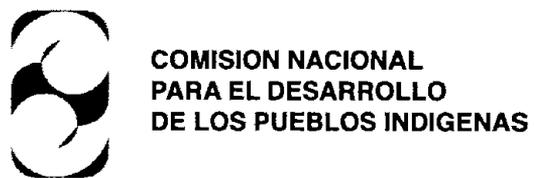


Figura 20



Figura 21



### 3.3 Identidad Gráfica

La propuesta final esta lista, de todas las anteriores es la que mejor cumple nuestras exigencias y tiene una presencia mas solida a quedado seleccionada la tipografia (Times Roman) y el color para el imagotipo es el que corresponde con el pantone 201 C, y como último ajuste cada uno de los vrtices exteriores se han redondeado, esto para quitarle rigidez y hacer de una identidad seria y rigida, un tanto mas relajada,  
*figura 22.*

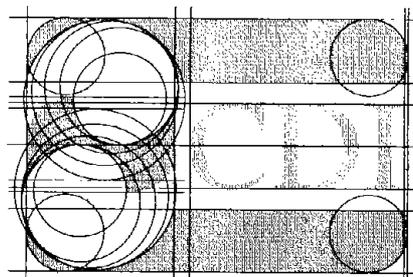
*Figura 22*



### Red de construcción

La estructura geométrica de la identidad es presentada en su red de construcción, la combinación de figuras geométricas simples dan lugar a formas más complejas, y la repetición de las mismas (en este caso una voluta), alrededor de un eje imaginario, exactamente en el punto contrario (una encima de la otra, sin llegar a tocarse) nos da una relación de equilibrio y complementación perfecta, la seguridad y confianza que nos sugiere esta unidad es crucial en el lenguaje de esta identidad gráfica, la redondez es anclada y estabilizada con un soporte cuadrado el cual tiene los vértices redondeados para ser más amistoso, dentro de este soporte tenemos contenida el logotipo, se forma un todo, una unidad visual perfectamente contenida dentro de sí misma, *figura 23*.

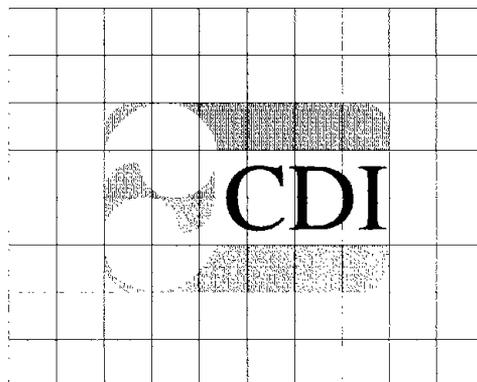
Figura 23



### Area de aislamiento

Para evitar cualquier tipo de ruido visual o intervención debemos prever una zona dentro de la cual no podrá haber ningún otro elemento gráfico que obstruya o dificulte la percepción y decodificación de la identidad, esta area es conocida como área de aislamiento, la cual se especifica a continuación en la figura 24, también especifico los datos y valores para una adecuada proporción de los elementos que integran la identidad por medio de un cuadrado perfecto al cual llamaremos "X".

Figura 24



Unidad de medida X,  
equivalente a un modulo

X = 

altura de la identidad	4 (X)
longitud de la identidad	6 (X)
altura total del logotipo	1 1/2 (X)
largo total del logotipo	3 1/2 (X)
area de aislamiento	2 (X)

### Prueba de tamaños

Ya seleccionada la identidad definitiva hay que hacer una serie de pruebas, una de ellas consiste en una prueba de tamaños, esto quiere decir ver que tanto se puede reducir sin perder su constitución óptima y mostrar su red de construcción formal, esto para fines de construcción geométrica, de reproducción y proporcionalidad *figura 25*.

Figura 25



100%



60%



90%



50%



80%



40%



30%



70%



20%

### 3.3.1 Logotipo

La elección de la tipografía ha sido hecha, para este caso particular me he decidido por la tipografía "times roman" la dimensión y proporción esta ya especificada en la parte de red de construcción solo queda agregar que el color final del logotipo sera negro, *figura 26*, esto para generar un contraste y un equilibrio visual entre el imagotipo y el logotipo, uno evidentemente tiene una mayor superficie (de color rojo) el otro un color mas (pesado) visualmente generando esto un equilibrio, incluyo un ejemplo de esta tipografía, *figura 27*.

*Figura 26*

CDI

Figura 27

Times Roman, 20 pts.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890'¡`+'ç-.,!'"·\$%&/()=?;¿

### 3.3.2 Imagotipo

Este imagotipo consiste en el juego visual de dos volutas una encima de la otra, generando una direccionalidad circular y un equilibrio entre las dos, una idea de dialogo se sugiere en nuestro imagotipo aparte de toda la carga que tiene este simbolo en cuanto a su origen en los glifos y codices del México prehispánico, al final tenemos una envolvente cuadrada siguiendo así los parametros marcados en los tabuladores, se han redondeado las esquinas para eliminar la rigidez que presentaba, para darle un poco de dinamismo sin perder la seriedad que debe tener un asunto de este tipo, *figura 28*.

*Figura 28*



### 3.3.3 Gamacromática

El color tiene que ver totalmente con los asociados con los pueblos del México prehispánico, (color usado en los murales y codices, por tratarse de un mineral abundante y de fácil manejo), y con los indígenas actuales color presente en sus ropas, utensilios de barro (la gran mayoría), el campo, la tierra, etc.

El color tiene su correspondiente en la guía pantone, pantone 201 C, *figura 29*.

*Figura 29*



Pantone 201 C

### 3.4 Aplicaciones

Lo último por hacer a llegado (en este proyecto particular), al final tenemos las aplicaciones para el CDI, para este caso particular serán cuatro: tarjeta de presentación, hoja membretada, sobre y gafetes.

Tenemos que tomar en cuenta los lineamientos que con respecto percepción adecuada de la identidad hemos encontrado en el punto anterior, pero también tenemos que pensar en otorgar a las aplicaciones unos parámetros de línea en cuanto a diseño, con esto se comenzará probablemente en un futuro un concepto global de diseño para la totalidad de soportes y medios gráficos que el CDI ocupa y ocupará, *figura 30, 31 y 32*.

Figura 30



Avenida  
Revolución  
No. 1279, Col.  
Guadalupe Inn  
Teléfonos:  
26158900  
32131498  
65447801

28 cm

21.5 cm

Figura 30

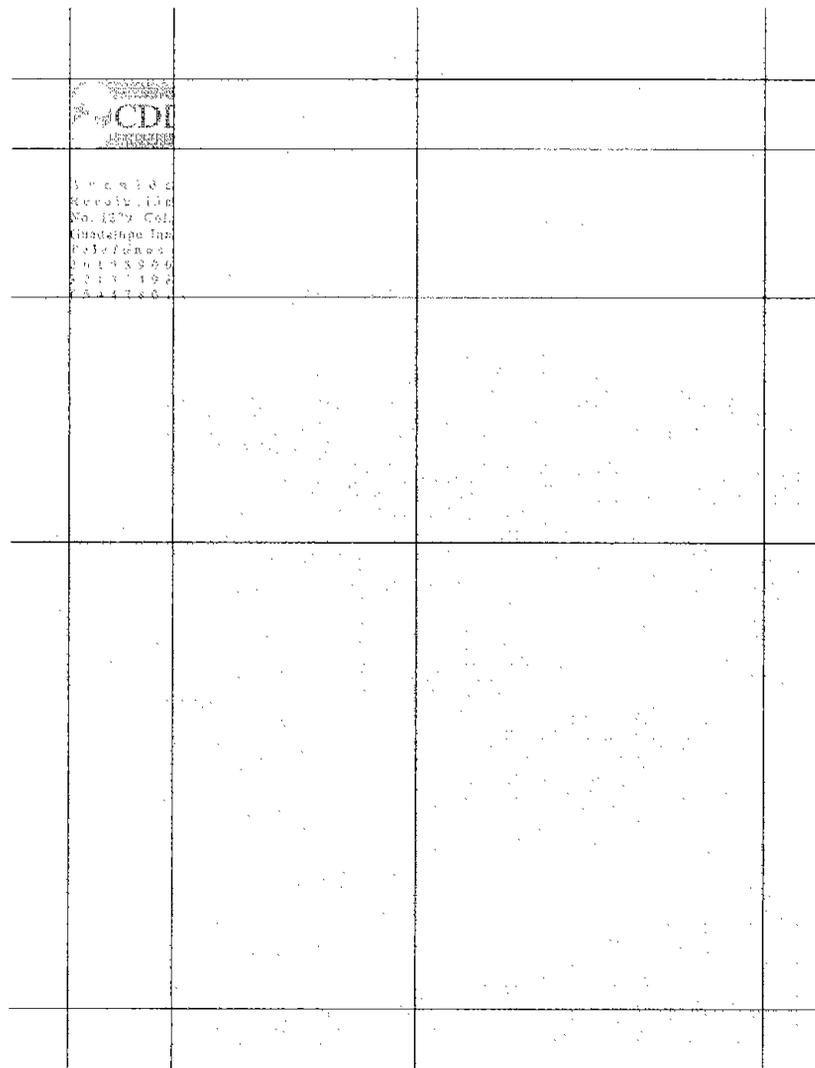


Figura 31



Figura 31

				
Avenida 14 de Julio, Caracas No. 1279, Col. Ciudad del Sur Teléfono: 55443801		Armando López Carrillo Coordinador Editorial		
				
Avenida 14 de Julio Revolución No. 1279, Col. Ciudad del Sur Teléfono: 55443801		Nombre: Procedente: Departamento o sección:		
		VISITANTE Videoteca		
Avenida 14 de Julio No. 1279, Col. Ciudad del Sur Teléfono: 55443801				

Figura 32

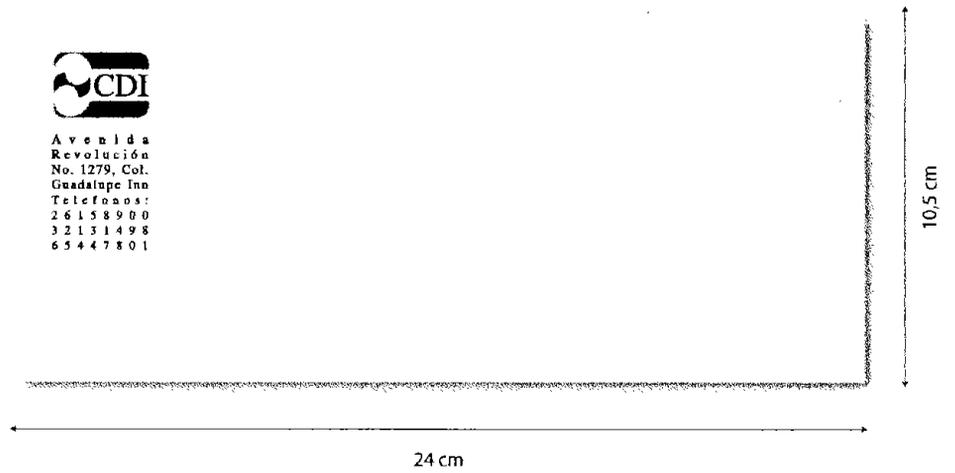


Figura 32

			
Atención Reproducción No. 1279, Col Guadalupe de Cristóbal			
20150304 20151104 5110210			

### 3.5 Resumen

La culminación y resolución del problema de comunicación manejado por la presente tesis llegó en este tercer capítulo, este es el último de tres capítulos compilados aquí, desde los antecedentes del CDI, pasando por los fundamentos teóricos en lo que a comunicación y diseño respecta, hasta el método y proceso para dar realidad física a la identidad propuesta.

Seguido el método desde cada una de sus fases, ayuda dando un orden y una lógica a todos los elementos durante la búsqueda de la solución final, se puede pensar que esta búsqueda puede convertirse en una tarea agotadora y enredada pero esto no sucede en realidad, siguiendo un método se tiene un orden y una claridad en cada uno de las fases a tomar en cuenta, esto ayuda a tener una concentración absoluta en el objetivo que es obtener una identidad gráfica funcional y clara.

El método clarifica y facilita la obtención de el objetivo, los fundamentos teóricos dejan de estar estampados en el papel para tener una realidad que se aplica desde que la identidad es construida y estructurada.

La identidad ya terminada es aplicada (en este caso), a los soportes propuestos como son hoja membretada, sobre, tarjeta de presentación, gafete de identificación y de visitante, se busca el seguimiento de una unidad gráfica en cuanto a la correspondencia de un

soporte con relación a los demás, esto busca el reforzamiento de una identidad envolvente hacia cada uno de los aspectos y soportes de la CDI.

## Conclusiones

La presencia de los diferentes identificadores dentro de las sociedades nunca a sido tan marcada como en nuestros días, las distancias entre las diferentes culturas de nuestro planeta cada vez se acortan mas, podemos hablar de una cultura y tradiciones individuales pertenecientes a cada pueblo del mundo pero tambien, podemos hablar ya de una cultura global sugerida por los medios masivos de comunicación, las maneras de comportarse, de hablar y vestirse se estan homogeneizando, podemos saber lo que esta de moda o lo que es mas aceptado inclusive si viviéramos en la región mas olvidada de la tierra, siempre y cuando tuviesemos acceso a cualquiera de los medios masivos de comunicación mas dominantes de la actualidad, internet y televisión, una feroz lucha se desata por el implantamiento de las identidades dentro del colectivo global, se pagan sumas millonarias en publicidad, para posicionar los identificadores dentro de los gustos de las grandes mayorías y tambien para configurar los identificadores que serán el objeto de tal posicionamiento, aquel que no tenga un trabajo serio en esta materia irremediamente se quedará resagado, en consecuencia perderá presencia y posición respecto a los demas, fuera de ámbito de comercialización de bienes y servicios, estan las asociaciones y organizaciones de caracter social,

inscritas en un ambiente menos demandante pero esto no quiere decir que sea menos importante su misión o dotarlas de un identificador a la altura de las exigencias, por el contrario, una gran ayuda en el cumplimiento de sus objetivos radicaria en una óptima identificación entre mejor reconocida sea la institución mejor y mas dinámica sera la relación con el cumplimiento de sus objetivos o misiones, y el alcance de sus logros serán mayores.

La configuración de los identificadores es todo un proceso bien categorizado y planeado que nos lleva al resultado mas conveniente y preciso tanto para la institución como para la gente consumidora de tal identificador, la comunicación de conceptos e ideas es dinámica y clara, pero no fue tarea sencilla llegar a este resultado final ni tampoco fué una tarea imposible de realizar, apoyados en un buen método y en las herramientas visuales y conceptuales que nos brinda el diseño todo a quedado listo y bien fundamentado, desde la recopilación de la información hasta la obtención final de la identidad gráfica cada pieza a quedado en su lugar en este caso en particular, debemos recordar que no hay un método infalible, ni un método general mágico que nos solucione el problema, cada caso particular tendra un método diferente y una serie de obstáculos diferente, el diseñador deberá

adaptarse y en base a sus conocimientos y habilidades dar solución a los problemas de comunicación existentes en cada caso que se le presente.

La CDI cuenta ahora con una propuesta gráfica seria y responsable para enfrentar al público en general, para ser entendida y notada en cuanto a su carácter, función y personalidad. El cambio a llegado después de 50 años de existencia en el presente sexenio, que mejor tener una identidad adecuada y pertinente para comenzar una nueva etapa de existencia que espero este plagada de éxito por la noble misión que persigue.

## Anexo

PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION, 21 DE MAYO DE 2003

PODER EJECUTIVO

SECRETARIA DE GOBERNACION

DECRETO por el que se expide la Ley de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas y se abroga la Ley de Creación del Instituto Nacional Indigenista; se reforma la fracción VI y se deroga la fracción VII del artículo 32 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; y se reforma el primer párrafo del artículo 5o. de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Presidencia de la República.

VICENTE FOX QUESADA, Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, a sus habitantes sabed:

Que el Honorable Congreso de la Unión, se ha servido dirigirme el siguiente

DECRETO

"EL CONGRESO DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, DECRETA:  
SE EXPIDE LA LEY DE LA COMISION NACIONAL PARA EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS INDIGENAS Y SE ABROGA LA LEY DE CREACION DEL INSTITUTO NACIONAL INDIGENISTA; SE REFORMA LA FRACCION VI Y SE DEROGA LA FRACCION VII DEL ARTICULO 32 DE LA LEY ORGANICA

DE LA ADMINISTRACION PUBLICA FEDERAL; Y SE REFORMA EL PRIMER PARRAFO DEL ARTICULO 5o. DE LA LEY FEDERAL DE LAS ENTIDADES PARAESTATALES.

Artículo primero.- Se expide la Ley de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas y se abroga la Ley de creación del Instituto Nacional Indigenista, para quedar como sigue:

Ley de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas  
Capítulo I

De la Naturaleza, Objeto y Funciones de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas

Artículo 1. La Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, es un organismo descentralizado de la Administración Pública Federal, no sectorizado, con personalidad jurídica, con patrimonio propio, con autonomía operativa, técnica, presupuestal y administrativa, con sede en la Ciudad de México, Distrito Federal.

Artículo 2. La Comisión tiene como objeto orientar, coordinar, promover, apoyar, fomentar, dar seguimiento y evaluar los programas, proyectos, estrategias y acciones públicas para el desarrollo integral y sustentable de los pueblos y comunidades indígenas de conformidad con el artículo 2o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, para lo que tendrá

las siguientes funciones:

I. Ser instancia de consulta para la formulación, ejecución y evaluación de los planes, programas y proyectos que las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal desarrollen en la materia;

II. Coadyuvar al ejercicio de la libre determinación y autonomía de los pueblos y comunidades indígenas en el marco de las disposiciones constitucionales;

III. Realizar tareas de colaboración con las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, las cuales deberán consultar a la Comisión en las políticas y acciones vinculadas con el desarrollo de los pueblos y comunidades indígenas; de coordinación con los gobiernos de las entidades federativas y de los municipios; de interlocución con los pueblos y comunidades indígenas, y de concertación con los sectores social y privado;

IV. Proponer y promover las medidas que se requieran para el cumplimiento de lo dispuesto en el apartado B del artículo 2o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos;

V. Evaluar las políticas públicas y la aplicación de los programas, proyectos y acciones gubernamentales que conduzcan al desarrollo integral de dichos pueblos y comunidades;

VI. Realizar investigaciones y estudios para promover el desarrollo integral

de los pueblos indígenas;

VII. Apoyar los procesos de reconstitución de los pueblos indígenas;

VIII. Coadyuvar y, en su caso, asistir a los indígenas que se lo soliciten en asuntos y ante autoridades federales, estatales y municipales;

IX. Diseñar y operar, en el marco del Consejo Consultivo de la Comisión, un sistema de consulta y participación indígenas, estableciendo los procedimientos técnicos y metodológicos para promover la participación de las autoridades, representantes y comunidades de los pueblos indígenas en la formulación, ejecución y evaluación de los planes y programas de desarrollo;

X. Asesorar y apoyar en la materia indígena a las instituciones federales, así como a los estados, municipios y a las organizaciones de los sectores social y privado que lo soliciten;

XI. Instrumentar y operar programas y acciones para el desarrollo de los pueblos indígenas cuando no correspondan a las atribuciones de otras dependencias o entidades de la Administración Pública Federal o en colaboración, en su caso, con las dependencias y entidades correspondientes;

XII. Participar y formar parte de organismos, foros e instrumentos internacionales relacionados con el objeto de la Comisión;

XIII. Desarrollar programas de capacitación para las dependencias y en-

tidades de la Administración Pública Federal, así como para las entidades federativas y municipios que lo soliciten, con el fin de mejorar la atención de las necesidades de los pueblos indígenas;

XIV. Establecer acuerdos y convenios de coordinación con los gobiernos de las entidades federativas, con la participación que corresponda a sus municipios, para llevar a cabo programas, proyectos y acciones conjuntas en favor de los pueblos y comunidades indígenas;

XV. Concertar acciones con los sectores social y privado, para que coadyuven en la realización de acciones en beneficio de los indígenas;

XVI. Establecer las bases para integrar y operar un sistema de información y consulta indígena, que permita la más amplia participación de los pueblos, comunidades, autoridades e instituciones representativas de éstos, en la definición, formulación, ejecución y evaluación de los programas, proyectos y acciones gubernamentales;

XVII. Ser instancia de consulta para las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal con el fin de formular el proyecto de presupuesto consolidado en materia de desarrollo de los pueblos y comunidades indígenas a incluir en el Presupuesto de Egresos de la Federación de conformidad con lo dispuesto en el artículo 2o.

de la Constitución Federal;

XVIII. Publicar un informe anual sobre el desempeño de sus funciones y los avances e impacto de las acciones de las dependencias y entidades paraestatales de la Administración Pública Federal, estatal y municipal en materia de desarrollo de los pueblos indígenas, y XIX. Las demás que establezcan las disposiciones legales aplicables.

Artículo 3. La Comisión regirá sus acciones por los siguientes principios:

I. Observar el carácter multiétnico y pluricultural de la Nación;

II. Promover la no discriminación o exclusión social y la construcción de una sociedad incluyente, plural, tolerante y respetuosa de la diferencia y el diálogo intercultural;

III. Impulsar la integralidad y transversalidad de las políticas, programas y acciones de la Administración Pública Federal para el desarrollo de los pueblos y comunidades indígenas;

IV. Fomentar el desarrollo sustentable para el uso racional de los recursos naturales de las regiones indígenas sin arriesgar el patrimonio de las generaciones futuras;

V. Incluir el enfoque de género en las políticas, programas y acciones de la Administración Pública Federal para la promoción de la participación, respeto, equidad y oportunidades plenas para las mujeres indígenas, y

VI. Consultar a pueblos y comunidades

indígenas cada vez que el Ejecutivo Federal promueva reformas jurídicas y actos administrativos, programas de desarrollo o proyectos que impacten significativamente sus condiciones de vida y su entorno.

Artículo 4. La Ley Federal de las Entidades Paraestatales se aplicará a la Comisión en lo que no se oponga a esta Ley.

#### Capítulo II

De los Organos y Funcionamiento de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas

Artículo 5. La Comisión contará con una Junta de Gobierno, como órgano de gobierno; un Director General, como órgano de administración; y un Consejo Consultivo, como órgano de consulta y vinculación con los pueblos indígenas y la sociedad.

Artículo 6. La Junta de Gobierno estará integrada por:

I. El Presidente de la Junta, que será designado por el Titular del Ejecutivo Federal de entre sus miembros;

II. El titular de cada una de las siguientes Secretarías de Estado:

- a) Gobernación;
- b) Hacienda y Crédito Público;
- c) Economía;
- d) Desarrollo Social;
- e) Medio Ambiente y Recursos Naturales;
- f) Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación;

- g) Comunicaciones y Transportes;
- h) Contraloría y Desarrollo Administrativo;
- i) Educación Pública;
- j) Salud;
- k) Trabajo y Previsión Social;
- l) Reforma Agraria;
- m) Turismo, y

III. El Director General de la Comisión, sólo con derecho a voz.

En los casos a los que se refiere la fracción II, cada miembro propietario contará con un suplente que deberá tener un nivel jerárquico de Subsecretario de Estado. Los integrantes a los que se refieren las fracciones I y II tendrán derecho a voz y voto. El Presidente podrá invitar a la persona que considere pertinente en relación al asunto a tratar, sólo con derecho a voz.

Artículo 7. La Junta de Gobierno celebrará sesiones ordinarias por lo menos cuatro veces al año y las extraordinarias que proponga su Presidente o al menos tres de sus miembros.

Artículo 8. La Junta de Gobierno sesionará válidamente con la asistencia de por lo menos la mitad más uno de sus integrantes. Las resoluciones se tomarán por mayoría de votos de los miembros presentes, teniendo su Presidente voto de calidad en caso de empate.

Artículo 9. La Junta de Gobierno, además de las atribuciones que le confiere el artículo 58 de la Ley Federal de

las Entidades Paraestatales, tendrá las siguientes:

I. Aprobar el proyecto de presupuesto anual de la Comisión y su programa operativo anual, a propuesta de su Director General;

II. Definir los criterios, prioridades y metas de la Comisión;

III. Definir los lineamientos y criterios para la celebración de convenios y acuerdos de colaboración, coordinación y concertación con las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, con los gobiernos estatales y municipales y con las organizaciones de los sectores social y privado;

IV. Aprobar, sin que se requiera autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, las adecuaciones presupuestales a los programas de la Comisión que no impliquen la afectación de su monto total autorizado, recursos de inversión, proyectos financiados con crédito externo ni el cumplimiento de los objetivos y metas comprometidos;

V. Decidir el uso y destino de los recursos autorizados y la aplicación de ingresos excedentes;

VI. Autorizar la apertura de cuentas de inversión financiera;

VII. Autorizar los criterios de distribución, a propuesta del Director General, del total de los recursos adicionales que se aprueben, en su caso, en el Presupuesto de Egresos de la Federación

para el desarrollo de los pueblos y comunidades indígenas;

VIII. Aprobar el Estatuto del Servicio Profesional de Carrera, a propuesta del Director General de la Comisión;

IX. Aprobar, a propuesta del Director General de la Comisión, la administración desconcentrada de funciones, programas y recursos;

X. Aprobar las disposiciones y criterios para racionalizar el gasto administrativo y autorizar las erogaciones identificadas como gasto sujeto a criterios de racionalidad, y

XI. Aprobar el Estatuto Orgánico de la Comisión.

Artículo 10. El Director General de la Comisión será designado y removido por el Presidente de la República, de quien dependerá directamente, debiendo reunir los requisitos previstos en el artículo 21 de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales.

Artículo 11. El Director General de la Comisión, además de las facultades y obligaciones que le confiere el artículo 59 de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales, tendrá las siguientes:

I. Celebrar y otorgar toda clase de actos y documentos respecto del objeto de la Comisión;

II. Ejercer facultades de dominio, administración, pleitos y cobranzas, aun aquellas que requieran cláusula especial. Tratándose de cualesquiera actos de dominio, se requerirá la

autorización previa de la Junta de Gobierno;

III. Otorgar, sustituir y revocar poderes generales y especiales con las facultades que le competan, incluso las que requieran autorización o cláusula especial;

IV. Formular denuncias y querellas y proponer a la Junta de Gobierno el perdón legal, cuando a su juicio proceda, así como comparecer por oficio, al igual que los inferiores jerárquicos inmediatos, a absolver posiciones en términos de la ley procesal que corresponda;

V. Ejercitar y desistirse de acciones judiciales, inclusive en materia de amparo;

VI. Celebrar transacciones en materia judicial y comprometer asuntos en arbitraje;

VII. Formular, respecto de los asuntos de su competencia, los proyectos de leyes, reglamentos, decretos, acuerdos y órdenes del Presidente de la República;

VIII. Ejecutar los acuerdos de la Junta de Gobierno;

IX. Dar a conocer a la Junta de Gobierno las propuestas del Consejo Consultivo de la Comisión;

X. Ejercer el presupuesto de la Comisión con sujeción a las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas aplicables;

XI. Suscribir y negociar títulos de crédito, así como tramitar y obtener cartas

de crédito, previa autorización de la Junta de Gobierno sujetándose a las disposiciones legales y administrativas aplicables;

XII. Elaborar y presentar el Estatuto Orgánico y el Estatuto del Servicio Profesional de Carrera, para aprobación de la Junta de Gobierno; aprobar las Reglas de Operación y la reglamentación interna de los programas sustantivos, así como sus modificaciones; y expedir los manuales de organización, de procedimientos y de servicios de la Comisión;

XIII. Acordar las condiciones generales de trabajo de la Comisión;

XIV. Proporcionar la información que le soliciten los comisarios públicos;

XV. Informar a la Junta de Gobierno sobre el ejercicio de las facultades que este artículo le concede, y

XVI. Las que le confieren los ordenamientos aplicables y las demás que, con fundamento en esta Ley, le delegue la Junta de Gobierno.

Artículo 12. La Comisión contará con un Consejo Consultivo, integrado por:

I. Representantes de los pueblos indígenas, de conformidad con las disposiciones legales aplicables derivadas del artículo 2o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos;

II. Representantes de instituciones académicas y de investigación nacionales, especialistas en materia indígena;

III. Representantes de organizaciones

sociales que trabajen con las comunidades indígenas;

IV. Los integrantes de las mesas directivas de las Comisiones de Asuntos Indígenas de ambas Cámaras del Congreso de la Unión, y

V. Un representante por cada uno de los gobiernos de las entidades federativas en las que estén asentados pueblos y comunidades indígenas.

Los integrantes a que se refieren las fracciones I a III serán nombrados de conformidad con la reglamentación que expida la Junta de Gobierno, debiendo garantizarse su legítima representatividad.

En la composición del Consejo siempre habrá mayoría de representantes indígenas.

Artículo 13. El Consejo Consultivo de la Comisión analizará, opinará y hará propuestas a la Junta de Gobierno y al Director General sobre las políticas, programas y acciones públicas para el desarrollo de los pueblos indígenas. El Consejo Consultivo sesionará de manera trimestral y será presidido por un representante indígena.

Artículo 14. La Comisión contará con las unidades administrativas centrales y en el interior de la República que sean necesarias para el cumplimiento de su objeto y funciones.

Artículo 15. El patrimonio de la Comisión se integrará con:

I. Los bienes muebles e inmuebles que

le asigne el Ejecutivo Federal y los que adquiera por cualquier título legal, y

II. Las asignaciones presupuestales, transferencias, subsidios, participaciones, donaciones y legados que reciba y, en general, con los ingresos que obtenga por actividades relacionadas con su objeto, previstas en esta Ley.

Artículo 16. La Comisión administrará y dispondrá libremente de su patrimonio en el cumplimiento de su objeto, sin perjuicio de las disposiciones legales aplicables a los organismos descentralizados.

Artículo 17. La Comisión contará con un órgano de vigilancia, integrado por un comisario público propietario y un suplente, designados por la Secretaría de Contraloría y Desarrollo Administrativo, y tendrán las facultades que les otorgan la Ley Federal de las Entidades Paraestatales y las demás disposiciones legales aplicables.

Artículo 18. La Comisión contará con una Contraloría Interna, Órgano de Control Interno, al frente de la cual el contralor interno, designado en los términos del artículo 37, fracción XII, de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, en el ejercicio de sus facultades se auxiliará por los titulares de las áreas de auditoría, quejas y responsabilidades designados en los mismos términos.

Los servidores públicos a que se refiere el párrafo anterior, en el ámbito de sus

respectivas competencias, ejercerán las facultades previstas en la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, la Ley Federal de las Entidades Paraestatales, la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos y en los demás ordenamientos legales y administrativos aplicables.

Artículo 19. La Comisión contará con un Servicio Profesional de Carrera, aplicable a los servidores públicos de la misma, que se organizará en los términos que establezca el Estatuto que en la materia expida la Junta de Gobierno.

#### Artículos Transitorios

Primero. Esta Ley entrará en vigor a los cuarenta y cinco días de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo. Se abroga la Ley de creación del Instituto Nacional Indigenista, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 4 de diciembre de 1948, conservando la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas la personalidad jurídica y el patrimonio del Instituto Nacional Indigenista.

Tercero. La Secretaría de Hacienda y Crédito Público realizará las adecuaciones presupuestarias necesarias para el tratamiento de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas como entidad no sectorizada.

Cuarto. La Junta de Gobierno de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas expedir el Es-

tatuto Orgánico de dicha entidad en un plazo de noventa días, contado a partir de la entrada en vigor de esta Ley.

En tanto se expide el Estatuto Orgánico, se continuará aplicando el del Instituto Nacional Indigenista en lo que no se oponga a esta Ley; y en lo no previsto se estará a lo que resuelva la Junta de Gobierno.

Quinto. El Consejo Consultivo de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas deberá estar instalado dentro de los seis meses siguientes a la entrada en vigor de esta Ley.

Sexto. La Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas establecerá el Servicio Profesional de Carrera a que se refiere el artículo 19 dentro del año siguiente a la entrada en vigor de esta Ley.

Séptimo. Los trabajadores del Instituto Nacional Indigenista seguirán siéndolo de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, conservando su antigüedad, derechos y condiciones laborales.

Octavo. Dentro de los nueve meses siguientes a la entrada en vigor de esta Ley, las dependencias de la Administración Pública Federal propondrán al Presidente de la República, dentro del ámbito de sus respectivas competencias, las modificaciones del marco jurídico que consideren necesarias para el pleno desarrollo de los pueblos

indígenas.

Noveno. Los asuntos pendientes de trámite del Instituto Nacional Indigenista seguirán a cargo de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.

Décimo. Cualquier referencia que en otras disposiciones jurídicas y administrativas se haga al Instituto Nacional Indigenista, se entenderá hecha a la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.

Onceavo. Aquellos programas del Instituto Nacional Indigenista cuya finalidad se relacione con las atribuciones que la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y otras leyes confieren a las distintas dependencias y entidades, serán transferidos a las mismas, con los recursos correspondientes, en el plazo que convenga a la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas con la instancia respectiva.

Artículo segundo.- Se reforma la fracción VI y se deroga la fracción VII del artículo 32 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, para quedar como sigue:

"Artículo 32. (...)

I. a V. (...)

VI. Coordinar, concretar y ejecutar programas especiales para la atención de los sectores sociales más desprotegidos, en especial de los pobladores de las zonas áridas de las áreas rurales,

así como de los colonos de las áreas urbanas, para elevar el nivel de vida de la población, con la intervención de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal correspondientes y de los gobiernos estatales y municipales y, con la participación de los sectores social y privado;

VII. Se deroga.

VIII. a XVII. (...)"

Artículo tercero.- Se reforma el primer párrafo del artículo 5o. de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales, para quedar como sigue:

"Artículo 5o. El Instituto Mexicano del Seguro Social, el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado, el Instituto del Fondo Nacional de Vivienda para los Trabajadores, el Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas, el Instituto Nacional de las Mujeres, la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas y los demás organismos de estructura análoga que hubiere, se regirán por sus leyes específicas en cuanto a las estructuras de sus órganos de gobierno y vigilancia, pero en cuanto a su funcionamiento, operación, desarrollo y control, en lo que no se oponga a aquellas leyes específicas, se sujetarán a las disposiciones de la presente Ley.

Transitorio

Unico.- Los artículos segundo y tercero de este Decreto entrarán en vigor el

día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.  
México, D.F., a 30 de abril de 2003.- Dip. Armando Salinas Torre, Presidente.- Sen. Enrique Jackson Ramírez, Presidente.- Dip. Adela Cerezo Bautista, Secretario.- Sen. Lydia Madero García, Secretaria.- Rúbricas". En cumplimiento de lo dispuesto por la fracción I del Artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y para su debida publicación y observancia, expido el presente Decreto en la Residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México, Distrito Federal, a los diecinueve días del mes de mayo de dos mil tres.- Vicente Fox Quesada.- Rúbrica.- El Secretario de Gobernación, Santiago Creel Miranda.- Rúbrica.

## Glosario de Términos

**El punto:**

es la unidad mínima de expresión.

**La línea:**

es la sucesión de puntos, que a su vez integran una parte estructural de la forma.

**El contorno:**

es la integración total de la forma.

**La dirección:**

es el factor de canalización del movimiento visual.

**El tono:**

es la graduación controlada de la luz.

**El color:**

es el elemento emotivo de la expresión visual.

**La textura:**

son de dos tipos: a) ópticas, expresan el carácter superficial de los elementos bidimensionales y b) táctiles, que es carácter superficial de los materiales.

**La proporción:**

es la relación adecuada, en escala del contorno de una forma.

**La dimensión:**

es el tamaño adecuado de una figura en relación con otra.

**El movimiento:**

es el dinamismo que hay en la expresión gráfica de una forma.

**Comunicación:**

proceso por el cual una fuente emisora influye sobre un sistema receptor a través de la manipulación de signos, configurando mensajes y circulando éstos a través de determinados canales

físicos.

**Identidad:**

conjunto de caracteres o circunstancias que hacen que algo o alguien sea reconocido sin lugar a dudas como si mismo.

**Identidad Corporativa:**

es el conjunto coordinado de signos visuales por medio de los cuales la opinión pública reconoce de instantáneamente y memoriza a una entidad o un grupo como institución.

**Signo:**

unidad perceptible, componente de un código determinado, es una unidad mínima e irreductible.

**Gráfico:**

unidad visual basada en una estructura de disposición de signos figuras o magnitudes geométricas.

**Soporte:**

objeto físico destinado a contener los signos, figuras o magnitudes geométricas

**Logotipo:**

es la forma de escritura característica con que se representan las nomenglaturas; razón social o nombre legal, nombre comercial, nombre del grupo.

**Imagotipo:**

signo no verbal que tiene la particularidad de mejorar los parámetros de identificación, su lectura es visual mas no verbal.

**Símbolo:**

parte integral de la identidad gráfica, que tiene tres distintas funciones, una simbólica, otra identificadora y la última estética, es un signo que representa otra cosa no presente en el momento de la percepción.

**Indígena:**

persona autóctona u originaria de un país dado.

**Percepción:**

último proceso de la cadena de comunicación con un receptor humano.

**Persuasión:**

acto de modificar el pensamiento o comportamiento de otra persona con un fin específico.

**Semiotica:**

del griego semion, que significa señal y logos que significa tratado o teoría, estudia la vida social de los signos.

**Emisor:**

fuentes de un mensaje, organismo productor del mensaje o de la señal en dirección del receptor.

**Receptor:**

destino de un mensaje, organismo receptor del mensaje o la señal cuya fuente está en el emisor.

**Mensaje:**

serie organizada de signos según un código, con la intención de comunicar, información seleccionada y codificada por un emisor transmitida por un soporte y difundida por un canal, destinada a un receptor.

**Tipografía:**

serie de signos abstractos cargados con variantes visuales que le confieren una carga estética y un carácter propio.

**Tipo:**

cada uno de las diferentes características y variantes

**Imagen:**

representación visual de algún objeto, sujeto o idea, a la que hace referencia.

**Semiosis:**

es el proceso por medio del cual un signo transmite un significado

**Concepto:**

idea abstracta maquinada en el proceso de pensamiento.

**Semántica:**

dimensión de estudio de la semiótica que se encarga del estudio de la relación entre el signo y su designata (significado)

**Sintáctica:**

dimensión de estudio de la semiótica que se encarga del estudio de la relación de los signos entre sí.

**Pragmática:**

dimensión de estudio de la semiótica que se encarga del estudio de la relación entre los signos y sus interpretés.

**Denotar:**

Término de la dimensión semántica que hace alusión a la representación gráfica de un objeto cualquiera o concepto, que debe ser explícita, objetiva

y precisa.

**Significar:**

Término semántico que nos refiere a el contenido o carga cognoscitiva de un gráfico, tiene que ver con el objetivo de la creación de dicho gráfico.

**Connotar:**

Perteneciente también a la dimensión semántica, tiene que ver con el grupo de conceptos o ideas que tienen una relación indirecta con el significado de un gráfico, sus efectos motivacionales se dan de forma subjetiva.

**Estructurar:**

Termino sintáctico que tiene que ver con el conjunto de los trazos o valores de la composición estética que se necesitan para la creación de un gráfico

**Relacionar:**

es la suma de dos o mas composiciones gráficas para cargarlas de un significado mas complejo.

**Expresar:**

forma parte importante de la pragmática y explica la función de un gráfico que transmite un mensaje.

## Bibliografía

- Acha Juárez**  
*Introducción a la teoría de los diseños*  
Ed. Trillas  
1988, México.
- Berlo Kenneth David**  
*El proceso de la comunicación*  
Ed. Ateneo  
1969, Buenos Aires.
- Charles Morris**  
*Fundamentos de la teoría de los signos*  
Ed. Paidós  
1985, Barcelona.
- Costa Joan**  
*La identidad corporativa y la estrategia de empresa*  
Ed. CEAC  
1991, Barcelona.
- Costa Joan**  
*Imagén Global*  
Ed. CEAC  
1987, Barcelona.
- Costa Joan, Abraham Moles**  
*Imagén Didáctica*  
Ed. CEAC  
1991, Barcelona.
- Dondis Doris Andrea**  
*La sintaxis de la Imagen*  
Ed. Gustavo Gili  
1982, Barcelona.
- Fiske John**  
*Introducción al estudio de la comunicación*  
Ed. Norma  
1984, Colombia.
- Frutiger Adrian**  
*Signos, símbolos, marcas y señales*  
Ed. Gustavo Gili  
1989, Barcelona.
- Morphi John, Rowe Michael**  
*Como diseñar marcas y logotipos*  
Ed. Gustavo Gili  
1989, Barcelona.
- Munari Bruno**  
*Diseño y comunicación visual*  
Ed. Gustavo Gili  
1985, Barcelona.
- Norberto Chaves**  
*La imagen corporativa*  
Ed. Gustavo Gili  
1988, Barcelona.
- Ollins Wally**  
*Identidad corporativa*  
Ed. Celeste  
1991, Madrid.
- Pierce, Sanders Charles**  
*La ciencia de la semiótica*  
Ed. Nueva imagen  
1974, Barcelona.

**Wucius Wong**  
*Principios del diseño en color*  
Ed. Gustavo Gili  
1988, Barcelona.