



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

**“MÉXICO EN EL DISEÑO GRÁFICO:
LOS SIGNOS VISUALES DE UN SIGLO”**

**Compilación Documental del Acervo
“Museo Nacional de la Estampa”**

**“Contexto del Diseño Gráfico
en México de 1958 a 1960”**

TESINA
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN GRÁFICA

PRESENTA:
JOSÉ ENRIQUE ARZUFFI BARRERA

DIRECTOR DE TESIS
MIGUEL ÁNGEL AGUILERA AGUILAR

MÉXICO D. F., 2005



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

M 345796



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.

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**

A mi mamá por su cariño y paciencia
A mi papá por el ejemplo de su dedicación y constancia
Y a los dos por el amor que me tienen

A mis hermanos que siempre han estado presentes

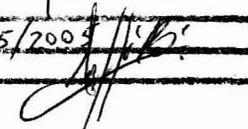
A Magui por su amor y su valioso apoyo

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la
UNAM a publicar en formato electrónico e impreso el
contenido de mi trabajo recreacional.

NOMBRE: José Enrique Azuffi

Barbela

FECHA: 31/05/2009

FIRMA: 



INTRODUCCIÓN

“México en el diseño gráfico: Los signos visuales de un siglo”, es un proyecto de gran importancia para enriquecer nuestra percepción de lo que es la historia del diseño gráfico en México. Varios alumnos y exalumnos de la Escuela Nacional de Artes Plásticas fuimos convocados a participar en este proyecto de investigación en septiembre del 2004. A cada uno le fue asignada una institución a la cual dirigirse para recopilar información iconográfica, bibliográfica, multimedia y objetual que pudiera servir al proyecto, a mí me correspondió investigar en el Museo Nacional de la Estampa. También se nos asignaron de dos a tres años del siglo XX, en mi caso, 1958, 1959 y 1960, avocándonos a investigar lo ocurrido con respecto al diseño gráfico en México, durante esos años y también estudiando el contexto político social, los acontecimientos más importantes, la transformación de los medios y las técnicas asociadas a la comunicación, así como la sintaxis y estilo que predominaba en el diseño y las artes de ese periodo. Con el conjunto de datos recopilados por todos los alumnos en los cedularios diseñados para tal fin, se procederá a filtrar y clasificar la información, la cual será utilizada museográficamente para montar la exposición: “México en el diseño gráfico: Los signos visuales de un siglo”, en la Escuela Nacional de Artes Plásticas, y para la publicación de un libro con el mismo título. La siguiente tesina, pretende dar un panorama general en los diferentes ámbitos ya mencionados arriba durante el periodo de 1958 a 1960. También presento un reporte de mi labor de investigación en el Museo Nacional de la Estampa. Y asimismo anexo la información recopilada en los cedularios correspondientes.



“CONTEXTO DEL DISEÑO GRÁFICO EN MÉXICO DE 1958 A 1960”

El contexto político y social en México a finales de los 50's.

En 1958 se inicia el sexenio de Adolfo López Mateos. A partir de ese año y hasta 1970, la economía mexicana crece a altas tasas de interés con estabilidad de precios y baja inflación. Por tanto, se puede hablar de un crecimiento económico que permitió el surgimiento de una clase media urbana. El D.F. y otras pocas ciudades, inician un crecimiento acelerado que las convertirá en las megalópolis actuales. El gobierno de López Mateos afirma ser progresista e incluso con tendencia a la izquierda como dice el mismo presidente: “Mi gobierno es de izquierda dentro de la constitución”. Con este tipo de retórica y algunos proyectos sociales trata de evitar que las corrientes radicales cobren fuerzas. La guerra fría permea todo, y la revolución cubana influye a todos los movimientos sociales en América Latina. A pesar del discurso, la realidad es otra y el estado reprime con el ejército la gran huelga ferrocarrilera, encarcelando a varios dirigentes, entre ellos a Demetrio Vallejo. También se dará el encarcelamiento del muralista David Alfaro Siqueiros por criticar la situación política de México.

El contexto cultural

En el ámbito de la cultura existe también un enfrentamiento aunque de otro índole, surge una ruptura entre jóvenes artistas, y el grupo que detenta el poder en las artes, el de los seguidores de los muralistas que son apoyados por las políticas culturales del estado, y que han terminado convirtiéndose en el aparato propagandístico oficial en escuelas y palacios de gobierno. Los artistas que se rebelan y a los cuales se les conoce como de “la ruptura”: Cuevas, Vicente Rojo (Quien también es uno de los diseñadores gráficos mas creativos de entonces), Manuel Felguerez, Lilia Carrillo, Alberto Gironella, Fernando García Ponce, entre otros, revaloran a artistas como Rufino Tamayo y buscan en la experimentación y en el plano internacional la guía para sus creaciones.





La clase media se aburre del realismo y del discurso posrevolucionario, está ávida de nuevos modelos culturales y recibe la influencia de los medios masivos de comunicación, con productos como el cine estadounidense, los programas de televisión, las revistas, etc. La sociedad citadina poco a poco modifica sus costumbres, dejando de lado, e incluso avergonzándose de sus gustos y predilecciones pasados. El siguiente texto del escritor René Avilés Fabila nos da una visión clara del sentir de la joven clase media urbana:

A Pedro Infante lo detesté aun en los papeles humorísticos, que le salían mejor que los de macho a toda prueba. Me fui pues, aficionando a la música norteamericana. [...] una de las formas de contener las oleadas de nacionalismo que corrían a mi alrededor fue asistir al desaparecido cine Estrella para ver a Gene Kelly con Leslie Caron y a Fred Astaire con Ginger Rogers. [...] Como podrá observarse fácilmente, desde joven tuve los elementos necesarios para que mis maestros de civismo me juzgaran apátrida. [...] Cuando en 1958 o 1959 comencé formalmente a escribir fui feliz al encontrar en otros jóvenes escritores conductas semejantes a la mía. Mi feroz antinacionalismo o, mejor dicho, mi feroz enemistad con lo que muchos suponen nacionalismo, no estaba solo.¹

Denostado en la prensa el *american way of life* impera en la práctica. En ese afán de modernidad se da una eclosión de suplementos y revistas, *happenings*, conferencias, shows, entrevistas de intelectuales en la televisión, publicidad ilimitada a las vanguardias extranjeras y nacionales. Este deseo de modernización entra en conflicto con la realidad social. La transculturización se da desde publicaciones populares como las historietas que imitan y reproducen una iconografía ajena al entorno inmediato hasta medios de gran infraestructura tecnológica como lo es la televisión, que empieza a cobrar fuerza desplazando poco a poco a la radio.

¹ René Avilés Fabila, "Rock e identidad nacional", *Recordanzas*, Editorial Aldus, México, 1996, p. 359-360.



El contexto en el diseño gráfico

Por otro lado, en el ámbito del diseño gráfico de esos años, la mayoría de los diseñadores era gente que se iniciaba en las artes gráficas o que tenía una preparación académica o de oficio en alguna otra especialidad vinculada a ésta: ilustradores, tipógrafos, fotógrafos, publicistas, arquitectos, artistas plásticos, etc.

Por obvias razones, como lo es la posterior transformación tecnológica, no existía propiamente la figura del diseñador gráfico como lo conocemos ahora. La Escuela Nacional de Artes Gráficas que hasta mediados de 1957 era la Escuela de las Artes del Libro fundada en 1938, era la encargada de preparar técnicos especializados. Al transformarse en Escuela Nacional en 1958, entran en vigor nuevos planes de estudio, y de tres pasan a ser cuatro carreras siendo éstas: Director de Ediciones, Maestro Grabador, Maestro Encuadernador y la nueva carrera de Maestro Tipógrafo, todas tenían una duración de cuatro años, y se pedía como requisito para la admisión del alumno, la presentación del certificado de educación primaria y haber cumplido 16 años. Podemos darnos una idea del perfil de los egresados de la ENAG mencionando algunas de las materias que se impartían, por ejemplo en el caso de la carrera de Director de Ediciones: cálculo tipográfico, dibujo e historia de la letra, procedimientos gráficos de ilustración y literatura universal entre otras. El profesorado de la escuela estaba formado en su mayoría por artistas plásticos como grabadores y pintores, además de técnicos formados en los talleres gráficos y en la escuela misma; tipógrafos, encuadernadores, etc. Tal es el caso de uno de los profesores de la carrera de Maestro Grabador, Feliciano Peña 1915-1982, quien se inició en la pintura en 1927 en la Escuela al Aire Libre de Tlalpan con Tamiji Kitagawa y Francisco Diaz de León, este último uno de los fundadores de la Escuela de las Artes del Libro, Feliciano incluso trabajó al lado de Chávez Morado en la creación del fresco del vestíbulo de la Escuela Normal de Jalapa y fue miembro de la Liga Revolucionaria de Escritores y Artistas (LEAR). Al igual que Feliciano Peña, muchos otros profesores de la ENAG, surgieron de, o tuvieron contacto con grupos de artistas plásticos de ideología de izquierda nacionalista, influyendo en los jóvenes alumnos.



Ahora bien, al terminar sus estudios e incursionar en el campo de trabajo comercial, los diseñadores no tenían muchas posibilidades de desarrollar sus aptitudes creativas, porque, pese al crecimiento económico y demográfico, y por ende de la industria editorial y de las artes gráficas, con un aumento considerable en el número de publicaciones y en el tiraje de éstas, los diseñadores estaban subordinados a un modelo a seguir que era el estadounidense, iniciándose una transculturación que inevitablemente entraba en conflicto con la noción de identidad nacional. Incluso, en ocasiones, se importaba el diseño gráfico publicitario, de los productos de las transnacionales y sólo se traducía el texto de éste. Trabajar para el Estado era la otra opción, en ese sentido, fue a finales de los 50's que surge la Comisión del Libro de texto Gratuito, éste como otros proyectos editoriales del Estado y de Instituciones educativas como la UNAM le dieron la oportunidad a jóvenes creadores del diseño gráfico.

Por otro lado cabe destacar un aspecto técnico que transformaría la manera de hacer diseño gráfico a finales de los 50's en México: la aparición del offset. Antes de eso, sólo se trabajaba a base de tipografía, con los linotipos, los tipos de metal y de caja, y el offset, a diferencia de éstos permitiría una mayor flexibilidad en los trabajos y un enriquecimiento visual muy importante. Se podía trabajar con pantallas de diferentes granos, con altos contrastes y con una versatilidad tipográfica que no tenían los tipos de caja.

Por último, en el plano internacional de finales de la década de los 50's el estilo del diseño suizo, derivado del modernismo europeo –sin decoración, con espacios en blanco, tipos sin serifa y el uso riguroso del cuadrulado, todavía predominaba en la escena mundial del diseño gráfico. Pero no por mucho tiempo, al inicio de los 60's perdería fuerza ante la joven estética de protesta, que abriría nuevas posibilidades a la creación con diseños audaces y psicodélicos.

Vicente Rojo

Entre los diseñadores gráficos de ese entonces empieza a sobresalir Vicente Rojo discípulo del tipógrafo y pintor Miguel Prieto, quien fue el primer diseñador del suplemento *México en la cultura* del periódico *Novedades*. A la muerte de Prieto, Rojo



queda a cargo y su labor destaca por el enriquecimiento de la vida cultural, del desarrollo del diseño gráfico y el alto nivel de calidad. Fue cofundador, miembro del consejo editorial y director artístico de Ediciones ERA (La cual surge en 1960). También en esos años fue director artístico de la revista Artes de México auspiciada por la UNAM, ilustró los primeros títulos de la “Colección Popular” del Fondo de Cultura Económica, le encargaron los primeros diez tomos, entre los cuales estaba *El Rey Viejo* de Fernando Benítez y *Las buenas conciencias* de Carlos Fuentes. Su capacidad de trabajo, además de la diversidad de soluciones gráficas es impresionante, no podía hacer portadas iguales para el Fondo de Cultura Económica, para ediciones Era o para Joaquín Mortiz. A continuación un texto de Carlos Monsiváis nos da una semblanza del artista:

Sin abandonar nunca su obra pictórica, Rojo apuntala el desenvolvimiento de numerosas empresas culturales. En mi primer trato con él, en 1958, lo recuerdo discreto, muy informado, resolviendo con extrema rapidez los problemas de integración de la página, marcando y separando ilustraciones afanoso en el despachito que ocupaba México en la Cultura en Balderas. Él lee los textos con cuidado o solicita una sinopsis, selecciona las imágenes pertinentes, dibuja viñetas, se preocupa por “los golpes de vista”, y no se deja perturbar por los énfasis de Fernando Benítez y las discusiones entre los colaboradores. Él como se sabe sin necesidad de proclamarlo, no es sólo director artístico, sino codirector editorial, y el rigor con que sostiene la coherencia interna del suplemento, determina el estilo e influye en el tono”.²

Es ésta pues, una mirada general del contexto en el que se encontraba inmerso el diseño gráfico mexicano, enfrentado al inicio de lo que décadas más tarde hemos dado en llamar el fenómeno de la “globalización” y por otro lado la decadencia del discurso posrevolucionario nacionalista, una época de contrastes por donde se le vea.

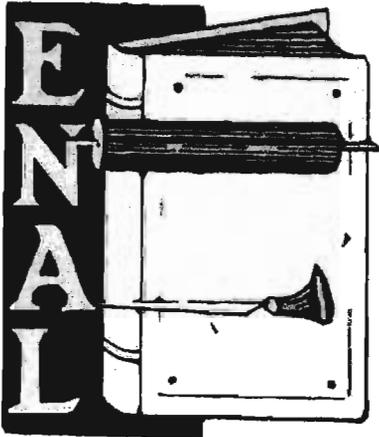
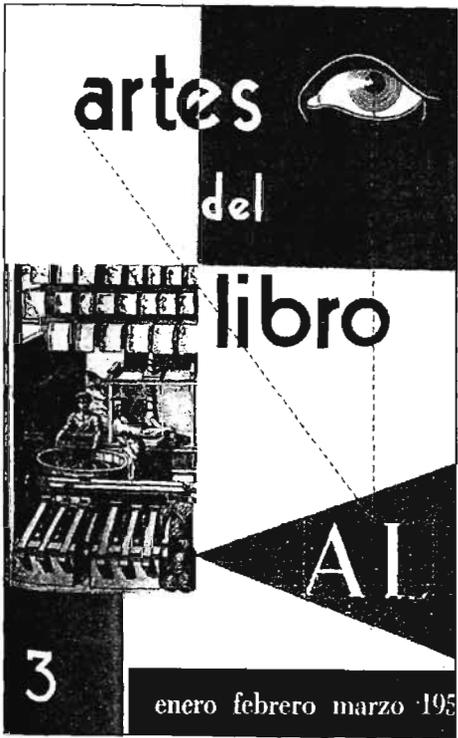
² Carlos Monsiváis, “De las maestrías de Vicente Rojo”, *Vicente Rojo, Diseño Gráfico*, Ediciones Era, México, 1990, p. 9-10.

AÑO	ACONTECIMIENTOS	CONTEXTO	MEDIOS	SENTIDO	SINTAXIS Y ESTILO	TÉCNICAS
1958	Es electo presidente Adolfo López Mateos	Se inician las alianzas para la Unidad Árabe	Se publica el libro <i>La región más transparente</i> de Carlos Fuentes, un fino retrato de la ciudad de México	El crecimiento económico beneficiaba sólo a una parte de la población, principalmente la de las ciudades, mientras que el campo mostraba rezagos	Artistas como Rufino Tamayo, enfrentado al muralismo adquirieron una mayor presencia	Se inventa el primer videojuego
	A partir de 1958 y hasta 1970 la economía crecía a altas tasas de interés con estabilidad de precios y baja inflación	La inversión privada en México aumentó sobre la base de una economía fuertemente protegida.	Vicente Rojo, discípulo de Miguel Prieto. Su presencia resulta esencial en nuestra vida cultural y el desarrollo del diseño gráfico. Hace portadas para FCE, Ediciones Era y Joaquín Mortiz. Miguel Prieto sólo trabajó a base de tipografía, con los linotipos, los tipos de metal y de caja y a Vicente Rojo ya le tocó utilizar el offset que permitía una mayor flexibilidad en los trabajos y un enriquecimiento visual muy importante. Se podía trabajar con pantallas de diferentes granos, con altos contrastes y con una versatilidad tipográfica que no tenían los tipos de caja	Lo cotidiano esconde sorpresas que deben ser observadas	Rauschenberg fue la cabeza de un trío de pintores norteamericanos (Larry Rivers y Jasper Johns) que desafiaban la seriedad y la retórica del expresionismo abstracto. Por lo demás, su obra es muy difícil de clasificar, y a duras penas acepta etiquetas como <i>neodadá</i>	Telesistema Mexicano adquiere a través de su canal filial XEFBTV de Monterrey, la primera máquina de videotape que opera en el país. Permite grabar y editar los programas reduciendo drásticamente la "salida al aire" de errores

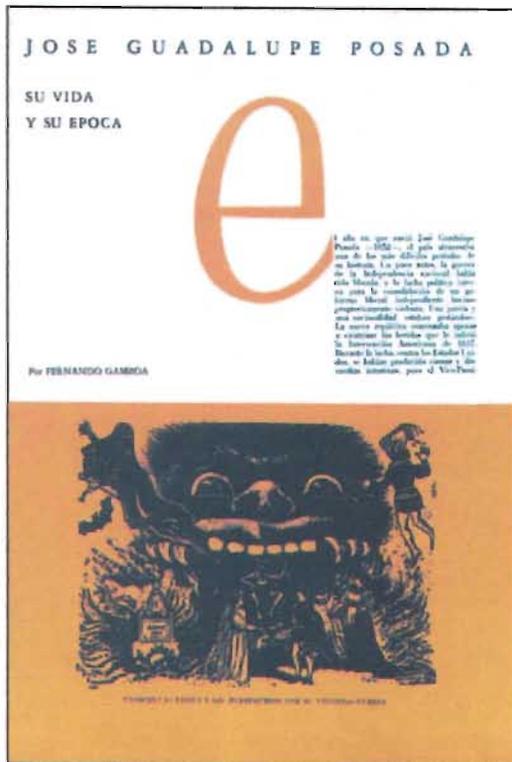
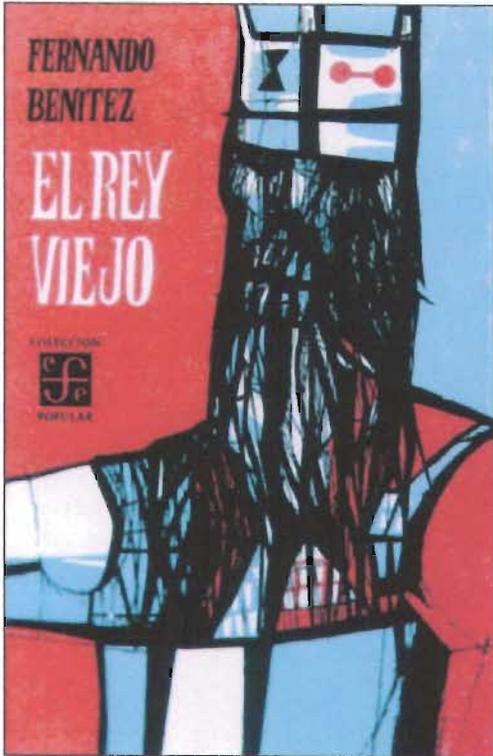
AÑO	ACONTECIMIENTOS	CONTEXTO	MEDIOS	SENTIDO	SINTAXIS Y ESTILO	TÉCNICAS
			<p>Cine de transición (1958-1969), junto con el surgimiento de nuevas generaciones de cineastas, el cine industrial se estancó, surgió la televisión y Hollywood recuperó la primacía entre el público de clase media y alta. Aun con todo esto muchas de las cintas producidas en esa turbulenta época se destacan por sus propuestas estéticas y por la búsqueda de nuevas formas de expresión cinematográfica.</p>	<p>Los círculos culturales mexicanos están ávidos de una modernidad, no política, sino social, cultural y sexual</p>	<p>La importancia histórica del grafismo suizo depende además de otro factor. Fue el intento más riguroso y sistemático hecho en la historia del diseño gráfico para definir su especialidad como profesión y alcanzar el reconocimiento de su autonomía como actividad</p>	
			<p><i>La cucaracha</i> (1958) de Ismael Rodríguez <i>Dos fantasmas y una muchacha</i> (1958) de Rogelio A. González</p>			
1959	<p>Una gran huelga ferrocarrilera fue reprimida por el ejército; varios dirigentes, entre ellos Demetrio Vallejo fueron a dar a la cárcel acusados del delito de disolución social y allí permanecieron durante años</p>	<p>Guerrilleros encabezados por Fidel Castro tomaron el poder en enero de 1959, derrocando al dictador Fulgencio Batista</p>	<p>A finales de los años 50's, Vicente Rojo ilustró los primeros títulos de la "Colección Popular". Era una gran aportación y el primer intento por difundir la cultura de alto nivel a precios populares en el campo editorial mexicano</p>	<p>Mientras unos cuantos resienten la brutal represión y encarcelamiento de los líderes ferrocarrileros, los más se sumergen en el estallido que puede ir de la entronización de los supermercados, la desaparición de lo "típico" y el apogeo de la TV</p>	<p>Eclosión de suplementos y revistas, happenings, conferencias-shows, entrevistas de intelectuales en televisión, publicidad ilimitada a las vanguardias extranjeras y nacionales</p>	<p>Sale al mercado la primera televisión transistorizada portátil, la TV8-301 de Sony</p>

AÑO	ACONTECIMIENTOS	CONTEXTO	MEDIOS	SENTIDO	SINTAXIS Y ESTILO	TÉCNICAS
	Siqueiros defiende los movimientos obreros de oposición y se anticipa a una gira del presidente López Mateos por Sudamérica externando su versión de la situación política en México, totalmente contraria a la versión oficial, en consecuencia el 9 de agosto de 1960 es encarcelado	Mattel fabrica la primera Barbie	Marbel publicaba en su mayor parte historias fantásticas y de horror dibujadas por sus talentos —como Jack Kirby, Steve Ditko—, estas historietas fueron publicadas en México por Editorial <i>La prensa</i>		Jasper Johns da a conocer los "Símbolos confeccionados"	El satélite <i>Explorer VI</i> transmite las primeras imágenes televisivas de la Tierra vista desde el espacio
	Muere Alfonso Reyes	Estados Unidos anuncia que el 62.3 % de su presupuesto de 1960 será para proyectos militares	Roberto Gavaldón filma <i>Macario</i> que obtiene el Premio a Mejor Fotografía en Cannes, de Gabriel Figueroa		Dirigieron La Casa del Lago Juan José Arreola y Tomás Segovia	Se establece Hitachi America Ltd.
	Visita oficial a México del presidente de EU, Dwight Eisenhower	Khrushchev y Nixon entablan "el debate de la cocina"	El 3 de abril de 1959 se difunde el primer programa grabado en video tape en México, se trata de un capítulo de la serie Puerta de suspenso			
1960	Nacionalización de la industria eléctrica	Primera píldora anticonceptiva	Julio Bracho filma <i>La sombra del caudillo</i>	Según informan las películas europeas y norteamericanas, las nuevas situaciones sociales y el modo de relacionarse sexualmente transforman las psicologías rígidas y la concepción de la familia en medio de un paisaje	Primer anuncio de VW en EU	Digital Equipment co. introduce al mercado el primer minicomputador a la PDP-1 con un valor de \$120,000 US Ésta es la primera computadora comercial

				plástico que le da a la tecnología el lugar de honor		equipada con un teclado y monitor. PDP son las siglas de Program, Data, Processor. La presentación del minicomputador es un importante paso del mainframe a las computadoras personales
	Al gobierno de Adolfo López Mateos le correspondió organizar en 1960 los festejos del 50 Aniversario de la Revolución Mexicana	John F. Kennedy es electo presidente de los Estados Unidos	Surge Editorial ERA		El cerebral estilo de diseño suizo derivado del modernismo europeo –sin decoración, con espacios en blanco, tipos sin serifa y el uso riguroso del cuadrículado– dominaba la escena mundial del diseño gráfico por entonces, pero los carteles de protesta de los años sesenta trazaron otros caminos para la creación gráfica	Nuevo sistema cromático: el Ing. Guillermo González Camarena obtiene en México y EU la patente de un nuevo sistema de televisión a colores llamado Kaleidoscopio
		Juegos Olímpicos de Roma				Se construye el primer láser
		Se inicia la guerra del Congo				



Diseños realizados en la Escuela Nacional
de las Artes del Libro 1957-1960



Portadas de libros diseñadas por Vicente Rojo 1957-1960



CONCLUSIONES

A finales de los 50's, México vive un crecimiento económico importante, el cual se refleja en un aumento demográfico en las grandes ciudades, sobre todo en la Ciudad de México. La clase media se consolida. Pese a ello el problema de la marginación y la pobreza también van a la par. Por otro lado, las nuevas tecnologías permiten a los medios de comunicación, como es el caso de la televisión, llegar a un público más numeroso y tener una mayor cobertura de todo cuanto sucede en el mundo. Ésto influirá en el comportamiento de la sociedad que tiene acceso a ellos, tal es el caso de la clase media, la cual terminará asimilando una serie de nuevos valores y patrones de conducta, la mayoría de las veces, en conflicto con los anteriores, y dirigidos a promover un consumismo irracional. A estas alturas el discurso posrevolucionario del Estado se ha desgastado y ha perdido credibilidad, debido al cada vez mayor desfase de éste con la realidad, a su incapacidad para solucionar los problemas de marginación y pobreza, y a su actitud autoritaria y represiva. En este contexto, el diseño gráfico mexicano también está lleno de contrastes, por un lado, hay un mayor número de publicaciones, y se requiere de técnicos especializados para cubrir las necesidades del crecimiento en la industria de las artes gráficas, y por otro lado, la posibilidad de un diseño gráfico con propuestas y soluciones propias es limitada, al menos en el campo comercial publicitario, en el cual se reproducen e imitan modelos externos, sobre todo provenientes de los Estados Unidos. Las pocas posibilidades de un diseño creativo se darán en el ámbito de los proyectos educativos y culturales del Estado, siempre y cuando no estén permeadas de un nacionalismo ramplón, y de algunas instituciones educativas como la UNAM. Es ahí donde surge la figura de Vicente Rojo descollando por su gran calidad. Cabe mencionar que en esa época la gran mayoría de los diseñadores gráficos, provenían del campo de las Artes Plásticas, o como en el caso de la Escuela Nacional de Artes Gráficas, muchos de los profesores que impartían clases ahí, ejercían en paralelo como pintores y/o grabadores. Lo cual, por



los resultados observados resultaba bastante positivo ya que poseían un gran bagaje cultural que enriquecía sus diseños. Debe entenderse que la figura del diseñador gráfico de ese entonces, no existía como la conocemos ahora. Tal vez sería útil meditar acerca de cómo este ejercicio multidisciplinario, poco común en nuestros días, sería benéfico retomarlo en la formación de los nuevos diseñadores gráficos.





BIBLIOGRAFÍA

Libros

Historia General de México, et. al. El Colegio de México, México, 2000.

AVILÉS FABILA, René, *Recordanzas*, Editorial Aldus, México, 1996.

ESCALANTE GONZALBO, Pablo, *et al. Nueva Historia Mínima de México*, El Colegio de México, México, 2004 .

ROJO Vicente, *et al. Vicente Rojo, Diseño Gráfico, Trama Visual*, UNAM, Ediciones Era, CONACULTA, México, 1990.

Revistas

"Artes del Libro", revista trimestral, Escuela de Enseñanzas Especiales, México, 1957-1958.

"Siempre", revista semanal, núm. 236-241, enero-febrero, México, 1958.

"Siempre", revista semanal, núm. 341, enero, México, 1960.

"Artes de México", núm. 31, vol. VI, año VIII, UNAM, México, 1960.

Páginas en internet

<http://www.arts-history.mx/artmex/tema4.html>

<http://www.hemerodigital.unam.mx/ANUIES/ipn/academia/15/sec5.htm>

<http://www.museoblaisten.com/spanish.asp>

<http://www.cnca.gob.mx/cnca/nuevo/diarias/170698/miembros.html>

<http://www.mcasillas.net/expo10.html>

ANEXOS



REPORTE DE LA COMPILACIÓN DOCUMENTAL DEL ACERVO DEL MUSEO NACIONAL DE LA ESTAMPA

En septiembre del 2004 se inició el proyecto “Méxxico en el diseño gráfico: Los signos visuales de un siglo”, con la intención de recabar la mayor cantidad posible de información documental y visual del diseño gráfico hecho en México, durante el siglo veinte y estructurarla para su presentación en una exposición, y para la publicación de un libro acerca del tema. A mí me fue asignado el Museo Nacional de la Estampa, localizado en Av. Hidalgo 39 en la Plaza de la Santa Veracruz, frente a la Alameda Central. El museo esta avocado al resguardo, exposición, documentación e investigación, de todo lo referente a las obras artísticas de creadores nacionales e internacionales, realizadas en las diferentes técnicas englobadas en lo que se conoce como gráfica o estampa, siendo las principales: Hecograbado, Xilografía, Litografía, Serigrafía y en los últimos tiempos las impresiones realizada con las nuevas tecnologías digitales. Fui recibido por el curador Guillermo Fricke, quien me proporcionó la información necesaria para realizar mi trabajo, el cual consistió en la revisión de los catálogos bibliográficos y del acervo del museo. Debido a las características de las obras del acervo, las cuales tienen un fin netamente artístico, no responden al perfil del diseño gráfico, el material recopilado para los fines del proyecto fue escaso, no obstante, pude localizar algunas piezas realizada para su difusión en forma de cartel con fines de propaganda ideológica política, se trata de la obra de un importante grupo de artistas conocido como el Taller de la Gráfica Popular, el cual fue fundado en 1937, cuando un grupo de militantes de la Liga de Escritores y Artistas Revolucionarios (LEAR) se unieron para multiplicar sus ideas y llegar más lejos. Uno de sus miembros Jesús Álvarez Amaya comenta al respecto: “Querían que su mensaje volara, y el vehículo adecuado era, obviamente las hojas volantes, los carteles; con ello se buscaba salir de los edificios públicos y llegar a las chozas y viviendas proletarias”. De aquel grupo sobresale Leopoldo Méndez importante figura de la gráfica mexicana



del siglo XX. Otro hallazgo interesante fue el trabajo como ilustrador y caricaturista del artista José Clemente Orozco en los medios impresos durante las primeras décadas del siglo pasado.

Después de ubicar las piezas del acervo bibliográfico y documental que podrían ser de utilidad para nuestros fines, procedí a llenar los cedularios correspondientes, aunque sin la posibilidad de adjuntar las imágenes de las obras, ya que los procedimientos burocráticos para tal efecto son lentos, por lo tanto esta labor, fotografiar o escanear las piezas, corresponderá a quienes participen en la segunda parte del proyecto. Por último puedo decir que la experiencia que obtuve durante esta investigación fue gratificante ya que amplié mi visión de la historia del arte mexicano del siglo veinte y sembró en mí un gran interés en profundizar por cuenta propia en algunos aspectos particulares de este, como sería el caso de la gráfica, sus técnicas y su historia.



REGISTRO DE INSTITUCIONES

Fecha de registro: 14/09/2004

Institución: Museo Nacional de la Estampa (desde Diciembre de 1986).

Dirección de la institución: Av. Hidalgo 39, Col. Centro, Plaza de la Santa Veracruz.

Teléfono: 55 21 22 44 y 55 10 49 05

Horario de servicio: (Oficinas) Lunes a Viernes de 9:00 a 18:00 Hrs.

Responsable: Mtra. María Eugenia Rabadán Villalpando (Directora).

Acceso por red: Link por CONACULTA.

Requisitos para consulta: (De obra) carta especificando el interés o cuestión.

Requisitos para préstamo: (De libros) carta compromiso, credencial de elector y fotocopia. El préstamo es por 2 días.

Opciones y requisitos de captura: Carta especificando el material y derechos de autor.

Persona indicada para solicitar autorizaciones: Mtra. María Eugenia Rabadán Villalpando / Lic. Pilar Rivero de la Garza.

Costo de préstamos y copias: No hay costo.

Tipo de colección: Obra gráfica internacional de finales del siglo XIX y todo el siglo XX.

Abierto al público: Martes a Domingo de 10:00 a 18:00 Hrs.

Fondo reservado:



CEDULARIO

FUENTES

TIPO

ÉPOCA

Bibliográficas: Más de 2000 volúmenes entre libros y catálogos, en su mayoría de historia y crítica de arte nacional e internacional, también de técnicas de grabado y estampa.

Hemerográficas: Algunas revistas especializadas en arte contemporáneo, grabado y estampa.

Documentales: Videos de formato 3 1/2 con una memoria de las exposiciones, entrevistas a los artistas, conferencias, enseñanza de técnicas de estampa.

Gráficas: Obra gráfica internacional.

Videográficas: Videos de formato 3 1/2 con una memoria de las exposiciones, entrevistas a los artistas, conferencias, enseñanza de técnicas de estampa.

Audiográficas: Cintas de audio de conferencias y entrevistas.

Digitales: Revista digital “Discurso Visual” del CENIDIAP

DETALLE DE GÉNEROS

MEDIOS

ÉPOCA

Libro: Especializados: gráfica, historia del arte y técnicas de estampa.

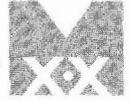
Revista: De arte, diseño gráfico e industrial, nacional e internacional.

Periódico: No.

Volantes: No.

Etiquetas: No.

Calendarios: No.



Empaques: No.

Billetes: Existe un billete de lotería conmemorativo del aniversario del museo que se emitió en 1996.

Papel moneda: No.

Sellos: Placas y sellos prehispánicos, también placas de grabadores como Leopoldo Méndez y otros, aproximadamente 150.

Timbre postal: No.

Cartel: tres carteles del “Taller de la gráfica popular”.

Historieta: No.

Manuales de identidad gráfica: Está en proceso.

Cubiertas de disco: No.

Ilustración: Tienen algunas de: Posadas, Manilla, Leopoldo Méndez.

Viñeta: Tienen algunas de: Posadas, Manilla, Leopoldo Méndez.

CALIDAD

ESPECIFICACIONES

OBSERVACIONES

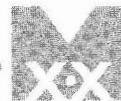
Original: Manejan obra original en grabado y estampa impresos en diferentes técnicas, de artistas nacionales e internacionales, la mayoría en muy buen estado.

Copia: No.

Fotocopia: No.

Microfilm: No.

Otros: Tienen un catálogo de grupos y movimientos que intentan llevar el arte a la calle con pintas y carteles.



CEDULARIO BIBLIOGRÁFICO

No. de folio 01

Clave Documental: B

Autor principal, editor o compilador: BERMUDEZ Xavier

Título de la publicación (en itálicas): *Sexta Bienal Internacional del Cartel en México*

No. de edición: Primera edición

Lugar de edición: México D.F.

Editorial: Trama Visual, AC / Universidad Autónoma Metropolitana

Ubicación en la biblioteca del Museo de la Estampa: 769.5/5

Elaboró: José Enrique Arzuffi Barrera



CEDULARIO BIBLIOGRÁFICO

No. de folio 02

Clave Documental: B

Autor principal, editor o compilador: MORALES CARRILLO Alfonso

Otros autores: Alfonso Morales Carrillo

Título de artículo o capítulo (entrecomillado): “La Patria portátil: 100 años de calendarios mexicanos”

Otros autores: Mónica López Velarde Estrada

Título de artículo o capítulo (entrecomillado): “El discurso visual de Galas de México una combinatoria inédita”

Otros autores: Iván Leroy Ayala

Título de artículo o capítulo (entrecomillado): “Divinidades en papel, cromos religiosos en la pared”

Otros autores: Clemente Dávila

Título de artículo o capítulo (entrecomillado): “La fábrica de imágenes de Galas de México: después de la restauración”

Título de la publicación (en itálicas): *La leyenda de los cromos. El arte de los calendarios mexicanos del siglo XX en Galas de México.*

Autor del prólogo:

Soumaya Slim Domit

No. de edición: Segunda edición 2001

Lugar de edición: México DF

Ubicación en la biblioteca del Museo de la Estampa: 769.5/1

Elaboró: José Enrique Arzuffi Barrera



CEDULARIO BIBLIOGRÁFICO

No. de folio 03

Clave Documental: B

Autor principal, editor o compilador: VIDAL DE TICÓ Beatriz

Título de la publicación (en itálicas): *Rojo gráfica reciente 1991 / 92*

Autor del prólogo: Beatriz Vidal de Ticó

No. de edición: Primera edición Abril / Mayo de 1992

Lugar de edición: México DF

Editorial: CONACULTA / INBA / MUNAE / Agradecimientos a Editorial Intaglio CIDCLI

/ Cocina

Ubicación en la biblioteca del Museo de la Estampa: 769.92 Ex

Elaboró: José Enrique Arzuffi Barrera



CEDULARIO BIBLIOGRÁFICO

No. de folio 04

Clave Documental: B

Autor principal, editor o compilador: GUATI ROJO Alfredo

Título de la publicación (en itálicas): *"Primer Salón Nacional de la Estampa"*

Autor del prólogo: Alfredo Guati Rojo

No. de edición: No se indica

Lugar de edición: México DF

Editorial: INBA

Ubicación en la biblioteca del Museo de la Estampa: 769 92 P2

Elaboró: José Enrique Arzuffi Barrera



CEDULARIO BIBLIOGRÁFICO

No. de folio 05

Clave Documental: B

Autor principal, editor o compilador: DÍAZ Beatriz

Título de artículo o capítulo (entrecorillado): “ 2 Proyectos de Exposición Itinerante”

Título de la publicación (en itálicas): *Premio la Joven estampa 2001 exposición itinerante / Una piedra en mi camino* (Dos catálogos en la misma publicación)

Autor del prólogo: Beatriz Díaz

Lugar de edición: México DF

Editorial: CONACULTA / MUNAE / Embajada de la Republica de Cuba

Ubicación en la biblioteca del Museo de la Estampa: 769 92 P1

Elaboró: José Enrique Arzuffi Barrera



CEDULARIO BIBLIOGRÁFICO

No. de folio 06

Clave Documental: B

Autor principal, editor o compilador: VIDAL Beatriz

Título de artículo o capítulo (entrecomillado): " Gráfica Mexicana Contemporánea"

Título de la publicación (en itálicas): *Gráfica Mexicana Contemporánea. Nuevas adquisiciones de obra de arte 2000.*

Autor del prólogo: Rosario Green

No. de edición: Primera edición

Lugar de edición: México DF

Editorial: Ediciones Casa Juan Pablos, S.A. de C.V.

Ubicación en la biblioteca del Museo de la Estampa: 769.92 Ej.2 Exp.G5

Elaboró: José Enrique Arzuffi Barrera



CEDULARIO BIBLIOGRÁFICO

No. de folio 07

Clave Documental: B

Autor principal, editor o compilador: No se indica

Título de la publicación (en itálicas): *Grabados de Artistas Británicos / Nuevas Tendencias 1968. Programa Cultural de la XIX Olimpiada Festival Internacional de las Artes*

Autor del prólogo: Christopher Finch

Lugar de edición: México DF

Editorial: SEP / INBA / British Council / Instituto Anglo – Mexicano de Cultura

Ubicación en la biblioteca del Museo de la Estampa: 769.92 G3

Elaboró: José Enrique Arzuffi Barrera



CEDULARIO BIBLIOGRÁFICO

No. de folio 08

Clave Documental: B

Autor principal, editor o compilador: PRIGNITZ Helga

Título de artículo o capítulo (entrecomillado): "II Taller Editorial de la Gráfica Popular Mexicana 1937-1940"

Título de artículo o capítulo (entrecomillado): " III La Editorial La Estampa Mexicana y su papel clave en el auge del TGP"

Título de la publicación (en itálicas): *El Taller de la Gráfica Popular en México 1937-1977*

Traductor: Elizabeth Siefer

No. de edición: Primera edición

Lugar de edición: México DF

Editorial: Prisma Editorial, S.A. de C.V.

Ubicación en la biblioteca del Museo de la Estampa: 769.97/6

Elaboró: José Enrique Arzuffi Barrera



CEDULARIO BIBLIOGRÁFICO

No. de folio 09

Clave Documental: B

Autor principal, editor o compilador: MONTALVO Germán

Segundo autor: Vicente Rojo

Otros autores: Fernando Benítez

Título de artículo o capítulo (entrecomillado): " Recuerdos de Miguel Prieto"

Otros autores: Martí Soler Vinyes

Título de artículo o capítulo (entrecomillado): " La tipografía un medio para un fin"

Otros autores: Luis Francisco Gallardo

Título de artículo o capítulo (entrecomillado): "Miguel Prieto, tipógrafo, pintor, escenógrafo"

Otros autores: Federico Álvarez

Título de artículo o capítulo (entrecomillado): "Diseño Gráfico, Arquitectura de la Plana

Otros autores: Vicente Rojo

Título de artículo o capítulo (entrecomillado): "Miguel Prieto sus Lecciones"

Título de la publicación (en itálicas): *Miguel Prieto / Diseño Gráfico*

No. de edición: Primero edición 2000

Lugar de edición: México DF

Editorial: Ediciones ERA S.A. de C.V.

Ubicación en la biblioteca del Museo de la Estampa: 760.92/13

Elaboró: José Enrique Arzuffi Barrera



CEDULARIO BIBLIOGRÁFICO

No. de folio 10

Clave Documental: B

Autor principal, editor o compilador: ESPÍNDOLA Víctor Manuel

Segundo autor: Pablo Méndez

Título de la publicación (en itálicas): *Leopoldo Méndez Dibujos, Grabados y Pinturas*

Autor del prólogo: Rafael Carrillo Azpeitia

No. de edición: Primera Edición 1984

Lugar de edición: México

Editorial: Fondo Editorial de la Plástica Mexicana

Ubicación en la biblioteca del Museo de la Estampa: 760.92 Col/28

Elaboró: José Enrique Arzuffi Barrera



CEDULARIO BIBLIOGRÁFICO

No. de folio 11

Clave Documental: B

Autor principal, editor o compilador: MONSIVÁIS Carlos

Segundo autor: Pablo Méndez

Otros autores: Graciela de la Torre, Américo Sánchez

Título de artículo o capítulo (entrecomillado): "Preliminares"

Otros autores: Rafael Barajas

Título de artículo o capítulo (entrecomillado): "Leopoldo Méndez y su tiempo en la Colección de Carlos Monsiváis"

Otros autores: Laura González Matute

Título de artículo o capítulo (entrecomillado): "Dibujos y Murales del grabador Leopoldo Méndez"

Título de la publicación (en itálicas): *Leopoldo Méndez 1902-2002*

Autor del prólogo: Saúl Juárez

No. de edición:

Lugar de edición: México

Editorial: Editorial RM, S.A. de C.V.

Elaboró: José Enrique Arzuffi Barrera



CEDULARIO ICONOGRÁFICO

No. de folio 01

Clave Iconográfica: Ilustración

Nombre de la imagen: Arenga, La Vanguardia

Diseñador de la imagen: José Clemente Orozco Flores

Lugar y fecha del diseño: No se indica

Estado de la imagen: No se indica

Ubicación de la imagen: Acervo del Museo Nacional de la Estampa, clave en el catálogo 2897

Dimensiones: 15.6x16.3 cm.

Técnicas: Offset

Elaboró: José Enrique Arzuffi Barrera



CEDULARIO ICONOGRÁFICO

No. de folio 02

Clave Iconográfica: Historieta

Nombre de la imagen: Teatro sintético del murciélago

Diseñador de la imagen: José Clemente Orozco Flores

Lugar y fecha del diseño: No se indica

Estado de la imagen: No se indica

Ubicación de la imagen: Acervo del Museo Nacional de la Estampa, clave en el catálogo 4339

Dimensiones: 23.6x16.7 cm.

Técnicas: Offset

Elaboró: José Enrique Arzuffi Barrera



CEDULARIO ICONOGRÁFICO

No. de folio 03

Clave Iconográfica: Ilustración

Nombre de la imagen: Ex libris John Van Beuren

Diseñador de la imagen: Leopoldo Méndez

Lugar y fecha del diseño: No se indica

Estado de la imagen: No se indica

Ubicación de la imagen: Acervo del Museo Nacional de la Estampa, clave en el catálogo 6270

Dimensiones: 10 x 8.5 cm.

Técnicas: Xilografía

Elaboró: José Enrique Arzuffi Barrera



CEDULARIO ICONOGRÁFICO

No. de folio 04

Clave Iconográfica: Ilustración

Nombre de la imagen: Ex libris Harold Leonard

Diseñador de la imagen: Leopoldo Méndez

Lugar y fecha del diseño: No se indica

Estado de la imagen: No se indica

Ubicación de la imagen: Acervo del Museo Nacional de la Estampa, clave en el catálogo 6269

Dimensiones: 13 x 10.4 cm.

Técnicas: Xilografía

Elaboró: José Enrique Arzuffi Barrera



CEDULARIO ICONOGRÁFICO

No. de folio 05

Clave Iconográfica: Viñeta

Nombre de la imagen:

Diseñador de la imagen: Leopoldo Méndez

Lugar y fecha del diseño: No se indica

Estado de la imagen: No se indica

Ubicación de la imagen: Acervo del Museo Nacional de la Estampa, clave en el catálogo 7429

Dimensiones: 7.8 x 13 cm.

Técnicas: Xilografía

Elaboró: José Enrique Arzuffi Barrera



CEDULARIO OBJETUAL

No. de folio 01

Clave Objetual: Cartel

Nombre del objeto: Retrato Homenaje de Benito Juárez

Diseñador del objeto: Leopoldo Méndez

Lugar y fecha del diseño: 1929

Estado del objeto: No se indica

Ubicación del objeto: Acervo del Museo Nacional de la Estampa, clave en el catálogo
7173

Dimensiones: 74 x 59 cm.

Técnica: Xilografía

Elaboró: José Enrique Arzuffi Barrera



CEDULARIO OBJETUAL

No. de folio 02

Clave Objetual: Cartel

Nombre del objeto: Cartel para la construcción de carros de ferrocarriles

Diseñador del objeto: Leopoldo Méndez

Lugar y fecha del diseño: No se indica

Estado del objeto: No se indica

Ubicación del objeto: Acervo del Museo Nacional de la Estampa, clave en el catálogo
5269

Dimensiones: 61x 33 cm.

Técnica: Linóleo

Elaboró: José Enrique Arzuffi Barrera



CEDULARIO OBJETUAL

No. de folio 03

Clave Objetual: Cartel

Nombre del objeto: Cartel para la C.T.M.

Diseñador del objeto: Leopoldo Méndez

Lugar y fecha del diseño: No se indica

Estado del objeto: No se indica

Ubicación del objeto: Acervo del Museo Nacional de la Estampa, clave en el catálogo 5271

Dimensiones: 17x23cm.

Técnica: Xilografía

Elaboró: José Enrique Arzuffi Barrera



CEDULARIO OBJETUAL

No. de folio 04

Clave Objetual: Cartel

Nombre del objeto: Cartel para la Universidad Obrera

Diseñador del objeto: Leopoldo Méndez

Lugar y fecha del diseño: No se indica

Estado del objeto: No se indica

Ubicación del objeto: Acervo del Museo Nacional de la Estampa, clave en el catálogo 5272

Dimensiones: 22x31cm.

Técnica: Litografía

Elaboró: José Enrique Arzuffi Barrera



SÍNTESIS DEL LIBRO: "DISEÑO UNIVERSO DE CONOCIMIENTO INVESTIGACIÓN DE PROYECTOS EN LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

Luz del Carmen Vilchis

CARACTERIZACIÓN EPISTEMOLÓGICA

ACTITUD COGNOSCITIVA

En este capítulo se plantea el acercamiento al fenómeno del conocimiento. La estructura del conocimiento es la organización y jerarquización sistemática que permite distinguir cualitativamente las características y la importancia de las ideas para hacerlas asequibles y accesibles.

Actitudes epistemológicas de Rubert de Ventós:

- En el siglo XV, **la descripción**; percibir, observar los objetos y detallar sus características.
- En el siglo XVI, **la analogía**; comprender algo descifrando su parecido con otra cosa; se utilizan modelos comparativos muy detallados de características físicas y tangibles.
- En el siglo XVII, **el orden**; conocer implica insertar el objeto en una clasificación, hay un sentido de urgencia por las taxonomías en cada disciplina.
- En el siglo XIX, **vida e historia**; comprender el origen y la evolución histórica del sujeto es igual a conocerlo, sin embargo, desarrolla los vicios del historicismo y la cronología.
- En el siglo XX, **el sistema**; comprender equivale al entendimiento del sistema en el cual adquiere sentido el objeto.

Fragmentación del conocimiento. Al aumentar el conocimiento se diversifica surgiendo nuevas disciplinas que buscan su independencia epistemológica, perdiendo en muchas ocasiones contacto con formas filosóficas de pensar que permitían observar nexos con sistemas lógicos y contribuciones teóricas de otras áreas del saber. El diseño gráfico se encuentra en esta situación y la visión de su estructura conceptual resulta incompleta.



Es necesario entonces una visión de las relaciones interdisciplinarias. Se reconocen las disciplinas en las que el diseño gráfico tiene su origen: artes plásticas, arquitectura y diseño industrial.

También se toman en cuenta conceptos como el de *ideología*; toda estructura conceptual que nos permite desarrollar una metodología del conocimiento, que está permeada por la ideología, que a su vez es el sistema de valores que responde a los intereses de una clase o grupo y define las intenciones con las que se utiliza el conocimiento en cualquier rubro. A la ideología se opone la visión científica que busca un mayor acercamiento con la realidad independiente del discurso ideológico cuestionando a éste. La influencia ideológica genera una especie de distorsión en el uso del conocimiento y la tarea de investigación.

El conocimiento entraña una diversidad de relaciones entre el sujeto que conoce y el objeto que se conoce, en las cuales aquél en cierta forma se apropia de éste. Las condiciones del sujeto, la evolución del objeto, el conocimiento sensible (saber precientífico) y el conocimiento objetivo, resultado de la ruptura epistemológica con lo sensible, forman parte del proceso de conocimiento.

Además, existen otros factores como la observación y la experiencia sin los cuales no existiría el saber científico; pero ellos por sí solos no pueden determinar las condiciones de posibilidad de un sistema cognitivo particular. La estructura epistemológica de toda disciplina está estructurada con base en el sistema tripartito: teoría, método y técnica.

APROXIMACIÓN A LOS OBJETOS

El camino que conduce al conocimiento lógico y organizado se entiende como método. El método, como proceso conceptual abstracto carece de sentido si no se expresa por medio de un lenguaje y se aplica prácticamente para la transformación de la realidad. Existen varios métodos, todos ellos derivados de diferentes corrientes filosóficas. Estos métodos se ven influidos por las teorías científicas que revolucionan las concepciones del mundo. Para cada disciplina de conocimiento se adaptan mejor algunos métodos que otros. Esto depende de la naturaleza del objeto de estudio.



Principales métodos: método deductivo, método inductivo, método dialéctico, hermenéutica, método fenomenológico, método estructuralista y método materialista histórico.

Además existen modelos metodológicos que buscan un acercamiento a cierto aspecto particular del fenómeno y por ende resultan una herramienta útil pero limitada en sus alcances formando parte de la metodología de la investigación.

INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO

El ejercicio de la investigación debe realizarse con espíritu crítico. En muchas ocasiones el trabajo intelectual es menospreciado por los diseñadores y esto influye en detrimento de las posibilidades creativas y formativas. En el conocimiento es donde se diferencia un diseñador de un operador de herramientas técnicas, éste último con una percepción muy limitada de las posibilidades de la disciplina y de su relación con otras.

Entre información y conocimiento existe un abismo epistemológico. Información son los datos y el conocimiento es un ahondar en esos datos y relacionarlos entre sí. Y esto se logra a través del ejercicio de la investigación.

La metodología de investigación es el puente necesario entre la metodología general, se inserta en la filosofía y las metodologías disciplinarias. Los aspectos metodológicos de la investigación proporcionan recursos intelectuales, formas lógicas del pensamiento y procedimientos operativos como apoyos teóricos y práctico al acercamiento, abstracción y aprehensión de algún aspecto de la realidad. La formulación racional es aquella que proporciona las condiciones correctas del pensar.

Para una epistemología del diseño es necesario establecer una estructura conceptual de éste.

El diseño abarca tanto la acción como su producto y en este sentido es en el que se puede hablar de diseñar como técnica, como praxis y como poiesis. El diseño supone la intención deliberada de formular, crear imágenes visuales con una intención determinada o acorde a un proyecto determinado. El investigador va analizando estas características y muchas más para definir una estructura conceptual que a su vez le



posibilite un dominio del conocimiento de esta disciplina y la base para metodologías que permitan mejores resultados en el aspecto creativo.

El diseño implica un fenómeno de comunicación en el que intervienen factores objetivos, subjetivos e intersubjetivos cuya determinación sólo es posible a partir de una serie de categorías que suponen aspectos ontológicos, epistemológicos, lógicos y axiológicos. Observamos pues, cómo el desarrollo epistemológico del diseño, amplía el espectro de relaciones de características diversas de éste, y requiere del conocimiento de otras disciplinas para enriquecer su estructura conceptual. Esto es lo que constituye a la interdisciplinariedad. Es responsabilidad del diseñador el desarrollo epistemológico del diseño para una mejor comprensión de su ejercicio y como generador de valores y bienes culturales y, por lo tanto, de los efectos que esta disciplina tiene en el comportamiento del conjunto social.

DISEÑO, UN UNIVERSO DE CONOCIMIENTO

FENÓMENOS QUE ATAÑEN AL DISEÑO

El diseño gráfico es la disciplina proyectual orientada hacia la resolución de problemas de comunicación gráfica, que el hombre se plantea en su continuo proceso de adaptación al medio y según sus necesidades físicas y espirituales. De esta manera, el diseño gráfico puede ser caracterizado como forma específica de arte, como praxis poética y como tal, responde a una función determinada que es la comunicación visual.

Diseñar la comunicación gráfica consiste en proyectar los mensajes que el hombre requiere para establecer un orden significativo; por eso es un quehacer fundamental que requiere de una definición formal y expresiva. A la comunicación gráfica atañen diversos fenómenos. En la interrelación de estos fenómenos se construye el conocimiento de la disciplina:

- Fenómeno de comunicación gráfica
- Fenómeno de percepción visual
- Fenómeno de configuración o representación
- Fenómeno de semiosis



- Fenómeno de producción
- Fenómeno de valoración

NOCIONES BÁSICAS DE LA COMUNICACIÓN VISUAL

El desarrollo del diseño de la comunicación visual ha permitido la traspelación conceptual de otras disciplinas y la generación de una estructura conceptual propia que permite fundamentar y explicar sus diversas manifestaciones. Es así como surgen nuevas perspectivas para la comprensión del fenómeno de la comunicación visual. Las siguientes nociones son herramientas para esta expansión del conocimiento:

- **Semiosis**; es la posibilidad de uso de los signos. Entendida como el proceso en el cual los elementos formales funcionan como signos, y por lo tanto, son susceptibles de interpretación, este concepto permite explicar la configuración de cualquier mensaje visual como su comportamiento social así como el objeto de significación desde sus tres posibles dimensiones: sintáctica, semántica y pragmática.
- **Sintáctica**; se determina por la posible relación formal de unos signos con otros, comprende las reglas de organización y composición que determinan los alcances combinatorios permisibles de los elementos visuales fundamentales.
- **Semántica**; comprende las posibles relaciones entre los signos visuales con objetos e ideas a los que son aplicables.
- **Pragmática**; comprende las posibles relaciones de los signos con los intérpretes en las cuales se encuentran dos vertientes: la primera que describe los vínculos entre la necesidad, el mensaje y los diseñadores y la segunda que se interesa exclusivamente por los vínculos entre los preceptores, receptores o usuarios del diseño y los objetos de comunicación visual.
- **Sentido**; es el concepto que comprende todas las acepciones o significados que integran en la interrelación de códigos, un texto visual en el marco de un discurso determinado. Lo diseñado es multívoco –siempre presenta más de un significado–; el diseño es polisémico –siempre presenta más de un sentido.
- **Texto**; entendido como el conjunto de signos que agrupados responden a una estrategia de comunicación, desarticular el conjunto equivale a tergiversar el lenguaje.



Para comprender el texto se analizan sus propiedades sintácticas y de percepción de la imagen, a partir de los conceptos de unidad y coherencia, y las teorías que nos sirven para tal análisis son:

Alfabetidad visual: análisis de la imagen por las relaciones sintácticas de los signos que la integran.

Iconismo: análisis de la imagen en su relación con la realidad.

Isotopías: análisis de la imagen a partir de imágenes equivalentes en un espacio determinado.

• **Contexto**; es la realidad en la que está inmerso un signo. El contexto está constituido por todas las mediaciones visuales o no visuales de expresión, asimismo como una totalidad, por la situación completa que rodea a una imagen y que determina el sentido. Diferentes aspectos del contexto:

1. Contexto visual.
2. Contexto discursivo.
3. Contexto de situación.
4. Contexto regional.
5. Contexto emocional.
6. Contexto cultural.

Al analizar el contexto total se debe mostrar lo que en él está implícito, interpretarlo e integrarlo a lo explícito –lo diseñado– y lograr así el sentido.

• **Campo semántico**; es necesario distinguir entre campo léxico y campo semántico. El primero trata todas las palabras que se utilizan para designar lo que hay en un sector particular de la realidad. El campo léxico de una tecnología en particular, por ejemplo: la computación. El campo semántico es más complejo y desarrolla categorías, conceptos y signos que delimitan y dan sentido a un fragmento de la realidad o del conocimiento. La comunicación gráfica está formada de diversos fenómenos y para entenderlos todos se requiere de diferentes teorías, cada una con su propio lenguaje y un campo semántico particular. Entonces hay que articular los diferentes conocimientos relacionando categorías específicas que permiten mediar entre un campo semántico de una disciplina y el campo semántico de la relación interdisciplinaria construyendo así un campo semántico común.



- **Función;** la configuración consciente en el marco de la función comunicativa desempeña una serie de funciones o variables dependientes del diseñador, el texto y el contexto. Se consideran las siguientes funciones:

Función referencial: es todo a lo que remite un signo en el universo de lo real o de lo imaginario.

Función emotiva: transmisión de las actitudes afectivas y subjetivas del emisor interno respecto al referente: gusto, interés, atracción, etc.

Función connotativa: las connotaciones que un mensaje pueden tener para el receptor. Se refiere al excedente de sentido en la comunicación.

Función expresiva y poética: es la que existe en las cualidades plásticas y por ende de un discurso visual.

Función metalingüística: indica códigos que se utilizan para referirse a lenguajes objetos, –ya existentes –, por ejemplo lenguaje verbal traducido al código tipográfico.

Función fática: enfatiza el mensaje por medio de recursos de redundancia, reiteración, remarcación, o repetición de algún elemento para captar la atención del receptor.

- **Discurso;** unidad máxima de determinantes del texto visual, está condicionada en la comunicación visual por los fines a los que está destinada. El discurso es la totalidad de un sistema de comunicación con sus particulares formas de mostrar emisores, mensajes y receptores en los que las formas de respuestas no pueden encontrar más que en ellas mismas su eficacia.

DISCURSOS. GÉNEROS. CÓDIGOS. GRAMÁTICA VISUAL

Tipología de los discursos

En la comunicación gráfica se establece la siguiente tipología de los discursos:

1. Discurso Publicitario; integra las relaciones de la imagen diseñada con el pensamiento mercantil. Su fin es promocionar objetos, productos y servicios. Su corpus comprende:

- emisores internos: empresas, marcas de producto y pseudolíderes de opinión.
- receptores: toda la población segmentada en grupos de acuerdo a un estudio mercadotécnico. Todos ellos se conciben como compradores potenciales de los pro-



ductos anunciados. –contenido de los mensajes: valores arbitrariamente adjudicados a los productos: calidad, prestigio, comodidad, etc.

Los recursos retóricos. Retórica de la seducción, que invita e incita al receptor al consumo a partir de motivos subjetivos. Retórica de la conmoción, que perturba la conciencia de los receptores. Retórica de la evocación, que rescata del subconsciente recuerdos para anclar emocionalmente al receptor. Retórica de la pseudofactibilidad, que da como hechos las posibles consecuencias del consumo: acceso a niveles de vida diferente, etc.

2. Discurso propagandístico; integra las relaciones de la imagen diseñada con el pensamiento político.

- emisores internos: partido, candidato, sindicatos, minorías, jefes de estado, líderes, etc.
- receptores: grupos bien definidos tales como niños, madres, ancianos, pareja, familia, trabajadores, mujeres y jóvenes.
- contenido de los mensajes: valores que son objeto del combate político: voto, democracia, poder, libertad, etc.

Los recursos retóricos. Retórica de la implicación, invita al receptor a participar en la acción política. Retórica de la denuncia, pretende mostrar la verdad acerca de algún conflicto político. Retórica de la oposición, enfrenta las posiciones, ideas o personas para que el receptor elija entre ambas. Retórica de la exaltación, ya sea glorificando figuras sucesos o conmemorando un hecho e invitando a la nostalgia.

3. Discurso educativo; integra las relaciones posibles de la imagen diseñada con finalidades de comunicación didáctica. Su corpus comprende:

- emisores internos: docentes, capacitadores, promotores, informadores, líderes de opinión.
- receptores: desde la vertiente formativa serían todos aquellos agentes participantes de un proceso de enseñanza aprendizaje, desde la vertiente informativa, no hay claridad en grupos específicos.
- contenido de los mensajes: desde la vertiente formativa, programas de estudio, desde la vertiente informativa, información simbólica, señalética, símbolos de iden-



tividad, arquigrafía, etc. E información de contenido (que se manifiesta en los productos editoriales como revistas, periódicos, etc.).

Recursos retóricos. Retórica de la formación, toda enseñanza sistematizada en términos de comprensión de sus contenidos y la respuesta a los mismos entendida como modificación de la conducta. La retórica de la información, entera o da noticia de algo a los receptores, no tiene intenciones de modificar la conducta de éstos.

4. Discurso plástico; integra las relaciones de la imagen diseñada con el pensamiento estético y lúdico.

- emisores internos: diseñadores o signos.
- receptores: toda persona que lea o vea una comunicación gráfica que cumpla una función poética.
- contenido de los mensajes, valores estéticos.

Recursos retóricos. Retórica estética y retórica lúdica, invita al receptor a la contemplación.

En ocasiones se diseña con otra intención discursiva pero la función poética puede desplazar el discurso principal por un discurso estético. Ejemplo afiches para algún evento deportivo, las olimpiadas.

5. Discurso ornamental. Integra las relaciones de la imagen diseñada con las funciones de ornato. Su corpus comprende:

- emisores internos: diseñadores o signos.
- receptores no definidos.
- contenido de los mensajes: valores estéticos.

Recursos retóricos. Retórica lúdica, aunque esta condicionada por aspectos estrictamente relacionados con las posibilidades de comercialización del diseño.

6. Discurso perverso. Se manifiesta en todos aquellos géneros de comunicación gráfica que causan intencionadamente un daño visual (perceptual), moral o intelectual a los receptores corrompiendo sus fines habituales. Comprende:

- comunicación amarillista
- comunicación violenta
- comunicación aberrante



- comunicación morbosa
- comunicación escatológica
- comunicación pornográfica

Su corpus es muy diverso y difícil de definir en virtud de que proviene de la corrupción de la intencionalidad en cualquiera de los otros discursos, por lo tanto, sus emisores pueden estar inmersos en comunicaciones publicitarias, propagandísticas, informativas, incluso plásticas.

Los receptores no están definidos, inclusive, es obligado mencionar que la falta de escrúpulos en los emisores externos e internos, posibilita que estas comunicaciones estén al alcance de público indefenso como los receptores infantiles.

7. Discurso híbrido. Son los que resultan de la unión de dos discursos, pueden ser confusos debido al traslape de intencionalidad lo cual termina fragmentando el mensaje y sus resultados.

En los discursos hay diferentes niveles de veridicción, asociaciones de la imagen a la connotación de verdad; éstos son: discurso verdadero, que corresponde a los hechos, discurso verídico, que incluye algo de verdad y discurso verosímil, que no tiene apariencia de verdadero y puede ofrecer carácter de falsedad.

GÉNEROS

La idea del género permite concebir las diversas manifestaciones discursivas del diseño de la comunicación gráfica en una taxonomía de medios organizados por sus características físicas y sus condiciones de configuración, producción y reproducción.

Género editorial: comprende objetos impresos cuyo diseño gráfico depende de texto continuo, en general proporciona conocimiento superficial o profundo sobre uno o varios temas. Se clasifica en: libro, periódico, cuadernillo, informe anual, revista, folleto y catálogo.

Género paraeditorial: comprende objetos impresos cuyo diseño gráfico tiene como origen un texto mínimo, en ocasiones la imagen tiene mayor importancia que el texto: **Volantes, calendarios, etiquetas, embalajes, correo directo, timbres postales, puntos de venta, calcomanías, empaques, promocionales, portadas, billetes.**



Género extraeditorial: comprende aquellos objetos impresos cuyo diseño gráfico tiene como origen un tema determinado, pueden o no integrar texto, pero éste siempre estará condicionado por la imagen, comprende: **Cartel, espectacular, anuncio mural, periódico mural, escenografías.**

Género informativo e indicativo: comprende aquellos objetos impresos –con materiales diversos como soportes de impresión– cuyo diseño gráficos se basa en imagen, proporciona información aunque carezca de texto, suelen usar la representación simbólica. Se encuentran: **Arquigrafía, imagen institucional o empresarial, imagen corporativa, sistemas de identificación, sistemas de señalización, sistemas museográficos.**

Género ornamental: comprende objetos impresos cuyos soportes de impresión varían, se imprimen sobre tela, papel, plástico y otros, así como objetos varios. Su diseño gráficos se basa en elementos morfológicos simples, no proporciona información y carece de texto. **Papeles decorativos, objetos decorativos, papeles de envoltura, objetos promocionales, y objetos para fiesta.**

Género narrativo lineal: aquellas manifestaciones gráficas impresas cuya base de interpretación se manifiesta por medio del dibujo; si tiene texto, éste estará condicionado por la narración misma. **Ilustración, historieta, dibujo animado, multivisión, viñeta fotonovela, diaporama.**

Género narrativo no lineal: manifestaciones gráficas cuya base de interpretación se manifiesta mediante dibujo y texto organizados con base en lenguaje digital. **Desarrollos gráficos multimedia, presentaciones, páginas electrónicas y publicaciones electrónicas.**

CÓDIGOS

Define y clasifica los conjuntos de elementos con base en los cuales se forma el sistema de comunicación gráfica, mediante la combinación según reglas básicas prefijadas; los elementos pertinentes de los códigos se denominan signos, y sus propias condiciones posibilitan la articulación de mensajes. En la comunicación gráfica existen los siguientes códigos:



Código morfológico; comprende esquemas formales abstractos: plecas, planos, contornos, etc.; elementos formales figurativos: dibujos, ilustraciones, etc. Pueden caracterizarse como: orgánicos, geométricos, regulares, irregulares, etc., e identificarse por grados de iconicidad o grados de figuratividad.

Código cromático; comprende los esquemas de color adjudicados, aun diseño, se caracteriza por las cualidades del color como intensidad, valor dinámico, etc., y las condiciones semánticas por las que los colores tienen referencias culturales de sentido muy específicas.

Código tipográfico; comprende todos los textos caracterizados por la elección de tamaño, valor, grano, forma y orientación de los caracteres. Este código es complejo porque un análisis implica un traslape sintáctico. Traduce y semantiza un lenguaje (el texto lingüístico) a otro lenguaje –lo convierte en significado– cuyo análisis implica el traslape sintáctico. Como tipografía las letras tienen varias funciones: *caligráfica*, *legible*, *formal*, –que presenta el texto como la configuración de una idea, –como la poesía concreta–, *simbólica* –asociada aun significado convencional, como los logotipos, *ornamental* –usa los caracteres como elemento morfológico, como las capitulares.

Código fotográfico; comprende todas las imágenes fotográficas. Se caracterizan por los temas, encuadres escalas, grados de definición, tramados y grados de iconicidad. Es otro código complejo, al igual que el tipográfico, genera una función metalingüística en tanto traduce y semantiza el lenguaje fotográfico al lenguaje de la comunicación gráfica, cuyo análisis implica el traslape entre la sintaxis de la imagen fotográfica y la sintaxis del diseño.

En el código fotográfico, las imágenes pueden tener diversas funciones, algunas de ellas son: *núcleo*, elemento principal del diseño gráfico; *testigo*, testimonio para la memoria; *documento*, representa hechos o acontecimientos; *narración*, relación de ideas; *texto*, metalenguaje de la tipografía.

GRAMÁTICA VISUAL

La articulación designa toda actividad o forma de organización semiótica que un diseñador realiza para configurar nuevas unidades de sentido, se entiende en principio



como el despliegue de las posibilidades sintácticas de la forma, implicando obligadamente sus interrelaciones semánticas y pragmáticas. Determina o propone los procedimientos de relación de los códigos de la comunicación gráfica.

ARTICULACIÓN

Bases de articulación

Principios de diagramación, condiciones de fragmentación geométrica del formato donde descansa la organización de los elementos formales.

Principios de clasificación, jerarquización espacial del diseño, dependiendo de las condiciones del formato.

Articulación formal

Alfabeto visual: forma (punto, línea, contorno, plano, volumen), textura, color (tono, saturación y brillantez).

Elementos dimensionales: tamaño, escala y proporción. Primera, segunda y tercera dimensiones.

Elementos estructurales: perspectiva, dirección, simetría, regularidad, yuxtaposición, interposición, secuencialidad y agrupamiento.

Articulación conceptual

Leyes de composición: normas que condicionan las relaciones existentes entre los elementos estructurales, nacidas de sus cualidades y condiciones, prescriben lo que se ha de hacer o lo que se ha de omitir en una configuración: ley de proximidad, ley de semejanza e igualdad, ley de gravedad, leyes geométricas, etc.

Valores de la estructura: armonía, ritmo, equilibrio, movimiento, profundidad, tensión constante, orden y sus posibles variaciones o alteraciones, estos e denomina anamorfosis e incluye distorsión, fragmentación, etc.

Características semánticas: significados que resulten de una configuración: sutileza, integridad, audacia, etc.



ICONICIDAD

Grado de iconicidad, es el nivel de realismo de una imagen en comparación con el objeto que ella representa, expone en sus variantes la relación entre un estímulo visual y el mismo estímulo en el campo cerebral, es decir, la relación entre la realidad y nuestra experiencia, se manifiesta en grados de **pregnancia** o similitud que da como resultado una organización visual estable.

Los grados de iconicidad pueden ser: **isomórfico** –posee el mayor grado de pregnancia–, **mesomórfico** –valor medio–, **amorfismo** –grado mas bajo.

FIGURATIVIDAD

El grado figurativo designa los valores de representación de la forma de objetos conocidos a través de la percepción visual. Desde alto valor figurativo a la condición no figurativa: hiperrealismo, realismo, mesorrealismo, subrealismo, abstraccionismo.

DIMENSIÓN COGNOSCITIVA DEL DISEÑO

MODELO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

La comunicación gráfica ha sido analizada a través de conceptos de teorías pertenecientes a otros campos del conocimiento, como teorías de la comunicación de masas, sobre todo de los grupos funcionalistas, y por ende, su percepción es a partir del esquema lineal básico emisor-mensaje-receptor.

Hoy en día, se busca determinar y describir el fenómeno de la comunicación gráfica a partir del conocimiento de sus propias constantes y variables.

Es importante reconocer dos planos de la realidad en la comunicación gráfica; la realidad externa en la cual se comprende a los actores mismos de la comunicación, y el que se integra en la configuración materializada del mensaje. Este enfoque nos permite tener una perspectiva más amplia y dinámica del fenómeno.

Se pretende construir una alternativa del conocimiento crítico y analítico con un procedimiento más lógico del proceso.



CATEGORÍAS DE COMUNICACIÓN GRÁFICA

Se propone un esquema diferente que integre los siguientes elementos:

Emisor externo; es el que quiere decir algo a alguien, promotor, cliente, responsable de la emisión.

Necesidad de comunicación; origen y razón de ser del mensaje.

Diseñador; mediador entre emisor externo y el medio, sus funciones son analizar la necesidad, semantizar, codificar y configurar el mensaje.

Primer nivel de semiosis; se lleva a cabo entre el emisor externo y el diseñador, la primera exégesis de la necesidad.

Proceso de diseño; comprensión del problema, el proyecto y la solución.

Segundo nivel de semiosis; se lleva a cabo entre el diseñador y el medio, consiste en la interpretación del mensaje, su visualización, semantización y definición sintáctica.

Medio; es la materialización gráfica del proceso del diseño. Se caracteriza el texto visual, a partir de los códigos utilizados, su manifestación estilística, su especificidad genérica y su definición discursiva, en él se reconoce al emisor interno.

Emisor interno; es quien le dice algo a alguien, tiene una realidad propia independiente del emisor externo y del diseñador, expresa la función emotiva de la comunicación.

Mensaje; es la traducción de la necesidad en términos de forma y contenido, se expresa verbal y visualmente.

Segundo nivel de semiosis; se lleva a cabo entre el medio, el mensaje y el receptor, consiste en las interpretaciones que el receptor realiza del medio y el mensaje con base en la mediación perceptual.

Receptor; es quien percibe el medio, interpreta el mensaje y manifiesta una serie de respuestas.

Referencia, el receptor vincula lo que percibió a lo que conoce.

Acción, llevar a cabo una acción: comprar, votar, imitar, etc.

Retroacción, va dirigida o es escogida por el propio emisor externo y se convierte en el resultado de la retroalimentación.



IDEA DEL DISEÑO GRÁFICO

La comunicación gráfica encuentra la materialización de su función expresiva en lo diseñado. Lo diseñado es producto de la tarea de representación. Diseñar, como comportamiento lúdico re-presenta la realidad, es mediación para conocer la realidad desde un cierto punto de vista y como toda representación es por su posibilidad, representación para alguien.

Cada pieza del diseño aunque se refiere al mismo tema y contenga el mismo mensaje utilizando los mismos códigos, es una variación de la representación.

Por eso consideramos al diseñador como intérprete y no como un mero técnico imitador de un modelo. Por ende, también podemos observar como lo diseñado se vincula con su creador.

La representación como proceso lúdico implica a los receptores de lo diseñado, con esta intervención de los receptores, se inicia la comprensión de la comunicación gráfica en que se puede manifestar la totalidad de sentido.

Lo diseñado, como representación, no pertenece a lo representado, pertenece a la manera en que se (re)presenta, posee una estructura referencial que da acceso a la representación de “algo”, en su calidad de imagen visual representa como reproducción un aparecer mediado por un concepto.

Una de las intenciones del diseñador al traducir el mensaje en imágenes gráficas es lograr la congenialidad del receptor en la médula del texto visual, o al menos con el contexto de lo diseñado.

Así se establecen dos polos de interpretación, el del mensaje, llevado a cabo por el diseñador y la concreción realizada por el receptor.

Lo diseñado, define su esencia a partir del excedente de sentido, es éste el que permite que trascienda y pueda ser interpretado una y otra vez y re-presentado en permanentes cadenas de comunicación gráfica. Todo mensaje gráfico a pesar de los límites de su determinación, tiene multitud de interpretaciones por el receptor.

El diseño gráfico se basa en el desarrollo de un texto visual, en que se realiza la comprensión a través de la interpretación.



Como expresión, el diseño muestra: un plano locucionario o sintáctico (como dice el texto visual) un plano locucionario o semántico (que dice el texto visual) y un plano perlocucionario o pragmático (para qué y para quién lo dice) categorías útiles para situar los posibles vínculos con el interlocutor.

El proceso de comprensión, es un acto intelectual que alude a las alternativas epistemológicas que se acogen a circunstancias conceptuales, que permiten distinguir lo conveniente de lo inconveniente aludiendo a las tareas éticas del individuo.

La comprensión de los objetos del diseño debe partir del conocimiento de sus relaciones intra e interdisciplinarias, cuyo conjunto integra la estructura conceptual que corresponde a la dimensión teórica de la disciplina.

RELACIONES EPISTEMOLÓGICAS DEL DISEÑO

La comunicación gráfica se construye en múltiples relaciones que pueden ser divididas en dos grupos:

Relaciones intradisciplinarias

Subestructuras conceptuales que pertenecen a la disciplina:

Teoría del Diseño. Define los alcances y limitaciones de la disciplina misma, describe los nichos de conocimiento que les son exclusivos y sus relaciones epistemológicas. Comprende la estructura conceptual básica de la disciplina.

Entre las vertientes teóricas del diseño se distinguen, *diseño dominante, diseño alternativo, diseño proyectual, teoría sociológica de los diseños, teoría del consumo, teoría del texto visual, teoría didáctica, teoría filosófica del diseño.*

En las vertientes metodológicas hay una traspolación de los modelos del diseño industrial: metodología proyectual.

Diseño generalizador integrado, inputs, outputs, modelo general del proceso de diseño, modelo de proyectación, modelo textual/contextual, y otros.

Teoría de la imagen. Integra las definiciones de forma, clasifica sus manifestaciones y norma los criterios de su articulación como respuesta concreta a necesidades de comunicación expresadas en un mensaje específico.



Algunas vertientes son: *las de Bruno Munari –quien establece como vínculos entre la información y el soporte visual; la textura, forma, estructura, módulo y movimientos–, R.G. Scott –quien explica, con base en el concepto y cualidades de la luz los factores más importantes de la figura: organización, movimiento, equilibrio, proporción, ritmo y color–; D.A. Dondis –quien propone estrategias sintácticas de comunicación basadas en extremos semánticos.*

Teoría de la comunicación visual. Reúne a las teorías que proponen una explicación al fenómeno de comunicación cuya mediación es la percepción visual, en general derivan de las teorías desarrolladas en las denominadas ciencias de la comunicación, aquí se pueden señalar las teorías: *mecanicistas, críticas, semióticas, sociológicas, etc.*

Debido a que no se ha construido aún una teoría de la comunicación visual, que se separe de la concepción esquemática lineal del proceso y de las condiciones en que se desarrolla la comunicación directa y personal, se reduce el proceso a actores definidos, inamovibles y en una sola dirección, es así como esquemas pobres y versiones vacías de la misma conceptualización, son validados y aplicados indiscriminadamente a los procesos de enseñanza y práctica del diseño.

Teoría de la percepción visual. Teorías que incluyen una explicación de alguno de los momentos del fenómeno de percepción visual: *teorías sensoriales, teorías formales, contextuales, preceptuales*, que incluyen a la *teoría semiótica* o de la asociación de signos, *cognitiva* y las de la *inteligencia artificial*. También *teorías gramaticales* preocupadas por la forma en que se estructuran las experiencias preceptuales, como la *teoría fenomenológica*.

Semiótica de la comunicación gráfica. Existen pocos estudios en este ámbito: *Análisis semiótico para el cartel y la señalización; Análisis del signo visual; Gramática de la imagen; Semióticas de la publicidad*, entre las más relevantes.

Retórica de la imagen. Posibilidades expresivas y comunicativas con base en estrategias de composición de la imagen que vinculadas a estrategias de significación y la



organización semántica de los mensajes abre las posibilidades de influencia de una imagen en la llamada psicología colectiva. La retórica como técnica consiste en la elaboración programada de un mensaje que resulte efectivo al persuadir. Esto haciendo uso de la taxonomía retórica que a partir de las aportaciones de la lingüística reconoce figuras de: *supresión, sustitución, intercambio, fragmentación, síntesis, atenuación y redundancia*. De las figuras retóricas mas usadas en la comunicación gráfica se encuentran: **la metáfora** –traslado del sentido recto de la imagen al sentido figurado– y **la alegoría** –metáfora continuada en la que todos los elementos deben representar algo distinto de lo que son e integren un todo coherente.

Teoría del color. Comprende todas aquellas contribuciones a la sistematización y reconocimiento del color. Parte de los métodos:

Objetivo: basado en el conocimiento cuantitativo a partir de la espectrometría y temperatura del color.

Comparativo: basado en las relaciones que los preceptores llevan a cabo del color con referencias naturales o los objetos que les rodean.

Subjetivo: se refiere a la respuesta emocional de quienes tienen frente a sí el color.

También abarca las posibles aplicaciones de las teorías **aditivas, sustractivas, preceptuales y sistemáticas** a las técnicas y tecnologías de producción y reproducción de artes gráficas y procesos digitales.

Estilísticas del diseño gráfico. Explica en que consisten las maneras específicas o características de expresión del diseño de la comunicación visual, indica las **categorías estéticas** dominantes en tiempo o lugar determinado y describe los códigos utilizados (morfológico, cromático, tipográfico y fotográfico).

También contextualiza sus diversas manifestaciones en tanto su desarrollo por motivos estéticos (Art nouveau); políticos (Dadá); disciplinarios (Suiza); éticos (Bauhaus); etc.

Los estilos se caracterizan a través de los géneros de comunicación visual y por el tipo de discurso cuya definición orienta el carácter del estilo.



Historia del diseño gráfico. Expresa el esfuerzo por elaborar testimonios acerca de las principales etapas, manifestaciones, representantes, obras y estilos de la comunicación gráfica.

RELACIONES INTERDISCIPLINARIAS FUNDAMENTALES

Las relaciones interdisciplinarias del diseño están comprendidas por todos los posibles vínculos con diferentes ámbitos de conocimiento que estudian algunos objetos del diseño o las propiedades de los objetos del diseño. Estos son:

Arquitectura. Proporciona al diseño gráfico los conceptos básicos para la comprensión de los espacios arquitectónicos aplicables en la ubicación de objetos bidimensionales, aquí se pueden mencionar las aplicaciones de la arquigrafía, la museografía o el diseño gráfico en aparadores y exhibiciones.

Artes plásticas. Disciplina con la que el diseño de la comunicación comparte fundamentos de la teoría del arte, principios teórico-prácticos de la forma, principios de composición, derivaciones de la estilística y factores de la expresión plástica y poética de la imagen.

Antropología. Proporciona desde la antropología física, los estudios avanzados en las descripciones físicas del ser humano, tarea de la *Ergonomía*, y una de las áreas de la *Antropometría*, que han facilitado el conocimiento de las relaciones proporcionales del cuerpo humano y de los vínculos de éstas con procesos conflictivos de percepción. También analiza, desde la antropología filosófica la definición de la comunicación visual en términos de cultura relacionándola con aspectos como: el mito, la religión, el lenguaje y la historia.

Comunicación. Se ha vinculado con el diseño gráfico a partir de las teorías de la comunicación y de la comunicación de masas para la definición y explicación del fenómeno de comunicación visual, su proceso y los actores del mismo.

Entre las principales escuelas en este ámbito tenemos:

Escuela mecanicista: centraron sus investigaciones en el crecimiento de los medios de comunicación técnica, la propaganda política y la utilización comercial publicitaria de los medios de masas. Utilizan como paradigma la aplicación del modelo de



comunicación interpersonal a la comunicación masiva –que provoca el equívoco, de extender las formas de relación personal a las relaciones colectivas– el paradigma tiene todos los inconvenientes ideológicos funcionalistas y la equívoca imagen del emisor.

Escuela norteamericana: Basada en los modelos: **autoritario**, en que los medios se consideran instrumentos de poder político; **comunista**, los medios son instrumento del gobierno; **liberal**, que acepta el libre mercado y la determinación de juicios de valor para controlar los medios de comunicación por encima del poder político; y la de **responsabilidad social**, apela a la libertad de expresión; **la teoría de las diferencias interpretativas**, considera los efectos de los medios sobre un auditorio variable como consecuencia de las diferencias individuales en la estructura psicológica; **la teoría de las categorías sociales**, características como edad, sexo, ingresos, nivel educativo, etc. Definen conductas uniformes en amplios sectores de la sociedad. También esta escuela maneja **la teoría de las relaciones sociales y la teoría de las normas culturales**.

Escuela crítica: con fuertes influencias de la **Escuela de Frankfurt**, en la que destaca Umberto Eco con su teoría de los apocalípticos, con una concepción aristocrática y nostálgica de la comunicación de masas, y los integrados, que entienden el progreso desde la nueva cultura y las posibilidades de una nueva forma de distribución social de los bienes de cultura.

Algunas otras corrientes metodológicas: Teoría **económica política** analiza al emisor a partir de las condiciones de todos los elementos del proceso de comunicación, se ocupa de la exégesis económica y de las funciones de manipulación de los *mass media*, propuso como categorías para la delimitación semántica conceptos como: **mito, manipulación, expansión imperialista**, acusó la falta de neutralidad de las encuestas. **Escuela finlandesa:** Investiga la comunicación de masas desde la intencionalidad; **Escuela inglesa:** enfoca su interés en la influencia de los medios en la vida política, los efectos en el comportamiento infantil y en la integración social; **Escuela francesa**, presenta varias corrientes, la de **Cazeneuve:** enfocada en las funciones de los medios; la de Barthes, vertiente semiótica con énfasis en la teoría de la fotografía.



Hay que destacar, entre las perspectivas más influyentes de este siglo a la teoría de la información que, incorporando las modernas aportaciones de la cibernética y la demanda de planteamientos transdisciplinarios.

Diseño industrial. Disciplina a la que acude el diseño de la comunicación gráfica para la comprensión de materiales y procesos de producción para las posibles relaciones de objetos bidimensionales con objetos tridimensionales, hay que mencionar que con esta disciplina todavía se comparten aspectos teórico-metodológicos.

Principales teorías: **Teorías proyectuales**, con sus corrientes orientadas por los conceptos de formas; **teoría sociológica** y las corrientes de la proyectación ecológica, cuyos principios acerca del diseño por el cuidado del medio ambiente sentaron las bases para las teorías de la contaminación visual. Por último tenemos a las **corrientes de la mercantilización de la tecnología** que da importancia central al dominio de aspectos tecnológicos (*know how*).

Economía. Estudia el comportamiento de los objetos de diseño en los procesos de producción, distribución, circulación y consumo –momentos del proceso económico– y las referencias y relaciones que tienen con la forma de organización del Estado –materia de la economía política– pues la relación ideológica influye, por ejemplo, en la propaganda política y comercial.

Filosofía. Establece los fundamentos de conocimiento y sus objetos a las ciencias proporcionando los lineamientos que permiten la comprensión de los aspectos cognitivos y valorativos de los objetos del diseño; sus ramas más estrechamente ligadas al diseño son:

Epistemología o teoría del conocimiento de la cual parten todas las orientaciones metodológicas que inciden en la teoría del diseño; **lógica**, que en tanto organización del pensamiento proporciona los elementos necesarios para dar coherencia a la estructura interna del diseño; **estética**, que aporta los criterios de belleza, conforme a las distintas corrientes artísticas, que orientan la creación del diseño; **ética**, que guía el sentido personal, profesional y social que el diseño tiene en tanto forma de comunicación y transmisión de valores. Debe tenerse en cuenta que todas estas



disciplinas de la filosofía quedan sujetas a las grandes corrientes del pensamiento que se han dado a lo largo de la historia, que permiten la orientación para una mejor comprensión en la creación y la interpretación del diseño pero no son reglas rígidas que lo limitan.

Historia. Construye la memoria del diseño en el proceso de investigación y conocimiento del pasado del hombre en sociedad y su relación con la comunicación gráfica.

Metodológicamente la historia se ha desarrollado desde Herodoto hasta nuestros días, sin embargo, las bases para la moderna ciencia de la historia se sentaron en la escuela alemana del siglo XIX, en la que se inicia la concepción histórica de las cosas humanas, la visión total de lo humano. Existen varias corrientes metodológicas que responden también a su vez a ciertas corrientes filosóficas, idealistas o materialistas.

Lingüística. Aporta las figuras de la retórica para la conformación de la retórica visual; ha permitido, a partir de la teoría de los discursos, fundamentar el concepto de discurso visual y su clasificación, así mismo se considera uno de los puntos de partida epistemológicos para la comprensión de la semiótica.

Pedagogía. Se ocupa de la definición del diseño inserto en un proceso educativo formal o no formal, de las implicaciones didácticas y las peculiaridades del proceso de enseñanza-aprendizaje de esta disciplina.

Psicología. Se interesa por la explicación científica de los procesos de percepción. En lo particular aporta los estudios realizados en torno al fenómeno de percepción visual en relación con la forma, el color, los patrones visuales, el tamaño y la distancia, e incluye diversas teorías que explican alguno de sus aspectos.

Semiótica. Como doctrina general de los signos, se ocupa de la definición del lenguaje visual en tanto signos sujetos a la formulación de un sistema denominado semiótica visual con las correspondientes determinaciones sintácticas, semánticas y pragmáticas.

La semiótica, en general, utiliza entre sus categorías principales los términos: **intérprete** (para el cual es signo), **interpretante** (disposición para responder al estímulo), **denotatum** (secuencias de aplicación del signo), **denotación** (lo que hace



La interpretación del receptor no coincide necesariamente con el contenido de lo diseñado, puede entenderlo y comprenderlo desde otra posición. Los prejuicios son parte de la realidad histórica del receptor y está inmerso en ellos. Sin embargo, hay que precisar que en la relación con lo diseñado hay prejuicios legítimos, aquellos capaces de participar de la pregunta por el objeto y de ganar un acercamiento, son cuestionamientos legítimos relacionados con la apertura y la experiencia. Esta apertura que conlleva al acercamiento profundo a la esencia de la comunicación gráfica demanda la trascendencia epistemológica a perspectivas intelectuales que posibiliten el conocimiento organizado que penetre en alguna de las múltiples facetas culturales de la comunicación gráfica.

Entre las variantes de acercamiento a los objetos de diseño se encuentran:

Comprensión sensorial. Es el primer nivel de comprensión de los objetos, se ocupa de cómo se presentan en las primeras impresiones. Es posible identificar y describir lo diseñado. En este nivel se ubican las teorías de la percepción –gestalt– y las de la imagen –formales, cromáticas, espaciales.

Comprensión histórica. Se refiere a la ubicación temporal del objeto, incluye la identificación de la cultura a la que pertenece. Aquí se encuentran las corrientes positivista, marxista, funcionalista, entre otras.

Comprensión simbólica. Se ocupa de aquello que representa el objeto y con ello el valor y sentido que puede tener para la cultura. Las teorías de los signos –semiótica, jungiana, etc.

Comprensión conceptual. Implica la traducción del objeto a ideas o conceptos. Es el nivel más rico y complejo ya que para acceder a él es necesario relacionar la comunicación gráfica con todas las ciencias sociales y naturales, con todas las corrientes filosóficas y de conocimiento objetivo o subjetivo y encontrar así puntos de vista sociológicos, políticos, físicos, etc.



Al final de esta etapa se puede redactar la fundamentación del tema, llamada también justificación, en ella caben las respuestas a las cuestiones sobre la importancia del tema, el valor del estudio, las aportaciones a la propia disciplina o a otras, los argumentos o razones de su orientación, la utilidad del estudio en función de recursos, tiempo y espacio.

DETERMINACIÓN DEL TEMA

Recomendaciones básicas en la elección del tema:

- Que el tema corresponda con los intereses del estudiante.
- Que existan fuentes para desarrollar el tema y que sean accesibles.
- Que el cuadro metodológico de la investigación esté al alcance de la experiencia y los conocimientos previos del estudiante.
- Que se cuente con asesoría eficiente y especializada en el tema.

Es recomendable, antes de precisar el tema, someterlo a una serie de análisis que permitan delimitar los parámetros de investigación.

1. *Análisis de la naturaleza del tema*, de acuerdo a lo cual podemos encontrar:

- Temas simples con una esfera definida, pertenecen a las relaciones intradisciplinarias.
- Temas complejos con un espectro abierto de relaciones interdisciplinarias, no hay forma de abordarlos sin profundizar simultáneamente con otros.

2. *Análisis del tema en función de factores limitativos*.

Se reflexiona sobre las posibilidades de restringir el ámbito de investigación en función de condiciones espacio temporales que permitan constreñir aún más los alcances del tema.

3. *Análisis del tema en función de categorías diferenciales*.

Los temas de tesis están obligados a postular su tema en función de la proyección que tendrá para una disciplina, una institución o comunidad profesional.



De la naturaleza misma del tema deben surgir sus determinaciones, éstas son factores que permiten delimitar los alcances de la investigación.

a) Factor temporalidad: Circunscribe el tema a una determinación tiempo: siglo, edad, ciclo, período, era, época, año, etc.

b) Factor espacial: Limita desde un lugar, sitio, ámbito, campo, territorio, etc.

c) Factor de clasificación: Determina el título a partir de género, especie, grupo, tipo, orden, familia, categoría, línea, clase, variedad, etc.

d) Factor de cualidad: Califica al tema en un aspecto, modo, carácter, propiedad, atributo, índole, particularidad, circunstancia, condición, manifestación, valor, etc.

e) Factor conceptual: determina el tema a partir de un concepto.

f) Factor disciplinario o interdisciplinario: limita el tema a una relación intra o interdisciplinaria.

g) Factor de trascendencia: es el factor más importante, de hecho es el que define el sentido y la trascendencia del trabajo, refiere la intención o proposición del proyecto; varía de acuerdo a las relaciones intradisciplinarias e interdisciplinarias que se establecen en el tema central de la investigación.

ESTRUCTURA CONCEPTUAL

La formulación o términos de referencia así como la discusión de los diferentes aspectos que inciden en el problema contribuyen a la especificación de sus contenidos. Esto corresponde con la construcción de la **estructura conceptual o la estructura del problema**. Esta puede expresarse como:

- **Marco de referencia**, el cual alude al problema situándolo en una perspectiva disciplinaria o interdisciplinaria determinada.
- **Marco teórico conceptual**, en el que se define el problema desde una perspectiva teórica relacionada directamente con la proposición original, suele estar afectado por visiones ideológicas.
- **Marco histórico**, el cual señala los factores históricos en los cuales se inserta el problema y desde los cuales será posible explicarlo, suele caer en los riesgos del



historicismo y presentarse como mera sucesión de hechos significativos cuyo sentido es interpretado desde la perspectiva e intereses del investigador.

La especificación de la estructura conceptual permite al investigador situar los aspectos constantes y variables, intra o interdisciplinarios que le son pertinentes al tema en cuestión.

El **concepto** se comprende como el vínculo inseparable del acto de conocimiento, se le puede considerar como una especie de juicio potencial. El **juicio** es una forma o estructura lógica por la que un predicado determina al sujeto o materia de conocimiento.

Entre los conceptos hay que establecer una jerarquía, en ella se distingue la **categoría** como forma de nombrar los conceptos más importantes.

Las categorías son conceptos universales –llamadas también conceptos puros–, afirmaciones sobre los sujetos. Las categorías pueden corresponder a los siguientes aspectos esenciales del sujeto o materia de conocimiento: sustancia, causalidad, acción, cualidad, realidad, negación, limitación, cantidad, relación, lugar, tiempo, posición, estado, posibilidad, existencia y necesidad.

La estructura conceptual sitúa el problema desde una teoría corriente o escuela determinada, para sistematizarla es indispensable la **definición de los conceptos** que le atañen y la **descripción de las posibles relaciones** con el fenómeno al que corresponde el problema; incluye también un **estudio panorámico de la teoría y posible método de acercamiento al fenómeno**. Aquí es importante mencionar que la formulación de la estructura conceptual implica paralelamente la **definición y comprensión del campo semántico** disciplinario e interdisciplinario.

PROCEDIMIENTOS

Las técnicas son procedimientos sistemáticos, aplicables en situaciones diversas que reúnan condiciones equivalentes, cuya elección depende del objetivo buscado y



del método a desarrollar. En la metodología de investigación, el aspecto técnico es integrado por todos aquellos recursos del trabajo intelectual orientados por el método; la coherencia entre ambos permitirá la trayectoria apropiada de los conceptos así como los vínculos correctos del pensamiento con la realidad.

La instrumentación de las técnicas de investigación no puede ser ni arbitraria ni intuitiva, ha de corresponder a los fundamentos teóricos y metodológicos, tanto generales como propios, de la disciplina que se trate.

PLAN DE TRABAJO

El plan de trabajo llamado también **diseño de la investigación**. éste no es otra cosa que la integración organizada de los elementos básicos para orientar el curso de la investigación.

La secuencia de las etapas de investigación expresada en el plan de trabajo:

- *Revisión de la literatura de la disciplina*
- *Localización de un tema específico*
- *Identificación del tema en un título, con subtítulo si es necesario*
- *Elaboración del plan de trabajo o diseño de la investigación que implica:*
 - + *Estructura conceptual básica o marco de referencia o perspectiva histórica*
 - + *Objetivos que impliquen la validez del estudio*
 - + *Formulación de hipótesis o proposición (en qué concluiría aproximadamente el trabajo)*
 - + *Importancia del proyecto para el investigador, la disciplina o la institución*
 - + *Selección de métodos y técnicas de investigación*
 - + *Consideración de variables de investigación*
 - + *Ordenamiento del tema en un modelo, índice o esquema*
 - + *Elaboración de agenda o cronograma general*
 - + *Fuentes básicas de información*
 - + *Recursos*
- *Recopilación de documentos o fuentes a utilizar en el proyecto (conformación del corpus de investigación)*



- *Registro, lectura y fichaje de las fuentes*
- *Análisis y organización de datos*
- *Revisión del tema partiendo de la información recopilada*
- *Organización de la exposición de datos en forma orgánica*
- *Redacción, de tal manera que quien lea el informe pueda en cualquier momento reconsiderar el tema y acudir a los mismos datos.*

DESARROLLO

El desarrollo de la tesis incluye:

1 · Elaboración del esquema de investigación

En términos generales, la secuencia de contenidos de un **esquema** pueden ser:

- Introducción, que en su momento describirá
 - > propósito del informe
 - > estructura conceptual básica
- presentación esquemática de los asuntos del informe
 - > jerarquía de discusiones
 - > causa, origen, desarrollo y resultados
 - > descripción de hechos, medios y resultados
 - > bitácora detallada de trabajos prácticos
 - > desarrollo e interpretación de hechos
 - > exposición e interpretación de fenómenos y sus relaciones con la teoría general
 - > conclusiones o generalizaciones
- notas, fuentes, glosarios y apéndices

Todo esquema se plantea sobre la base de encabezados o enunciados, éstos pueden ser:

1. Por conceptos: *el arte, categorías estéticas, discurso educativo, Bauhaus.*
2. Por proposiciones: *la belleza como prejuicio, el poder de la imagen, Gropius representante de la nueva escuela de diseño.*



De igual forma deben evitarse las formas gramaticales de negación e interrogación y conservar la relación de las mismas funciones gramaticales.

2 · Recopilación de fuentes sobre dicho tema

Se considera una fuente todo documento que proporcione información o conocimiento; los objetos y acontecimientos observados y las investigaciones de campo. Un documento es aquel soporte en que se ha fijado un texto.

Fuentes de primera mano son aquellas obras originales o ediciones críticas de una obra.

Fuentes de segunda mano son aquellos textos recopilados de publicaciones periódicas que corresponden a visiones panorámicas o parciales sobre un tema aunque haya autores y editores.

Fuentes de tercera mano son aquellos textos de procedencia dudosa, incompletos, sin referencias ni autores, compiladores o editores responsables.

El conjunto de fuentes que se utilizan se denomina **corpus de investigación**.

3 · Ordenar las fuentes en relación con el esquema

4 · Sistematizar la consulta y lectura de las fuentes

Elaboración de un inventario o fichero en el que se registren todos aquellos datos indispensables para la localización de la fuente.

5 · Recopilar la información

Esta tarea consiste en la elaboración de un fichero de registro de conocimientos, éste conocido también como fichero de lectura está dedicado al apunte de citas, resúmenes o comentarios personales.

Fichas textuales: en las que se registra una idea completa perteneciente y adjudicable a un autor.

Fichas de resumen: en las que se reduce lo esencial de un párrafo, unas páginas, un capítulo o un libro a ideas breves y precisas en una recapitulación, síntesis o cuadros sinópticos.



Fichas de comentario: son el registro de las ideas personales las cuales pueden ser acerca de un autor, una obra, un texto o bien aquellos pensamientos aislados que sobre el tema surgen al investigador.

6 · Examinar las especificaciones del esquema partiendo de cero a la luz de las fuentes consultadas

7 · Dar una forma orgánica a la información recopilada, es decir, clasificarla conforme al esquema de investigación

CONCLUSIÓN

Esta etapa implica subsecuentes revisiones al esquema de trabajo ya que el conocimiento profundo del tema enriquece y varía la estructura de los contenidos propuestos originalmente, esto crea conciencia y seguridad en la construcción y jerarquización de los contenidos.

El esquema será la guía para clasificar, ordenar e interpretar el contenido de las fichas de trabajo y proceder al desarrollo escrito del proyecto.

Será requisito indispensable la interpretación de la información, tarea en la cual el investigador relaciona y sintetiza las ideas generales de otros autores e inicia la labor personal de exponer las ideas propias.

El trabajo se debe redactar en una primera versión del conjunto de conocimientos cuyo orden lógico será determinado en principio por el esquema. En esta etapa importa fijar todos los conocimientos propios concernientes a cada uno de los subtemas construyendo así una base fundamental para revisar y posteriormente el contenido.

La redacción de los resultados de la investigación implica una labor compositiva, exige una conciencia de desvinculación con cualquier otra secuencia epistemológica, el criterio no debe ser el carácter literario, sino las consideraciones objetivas sobre los conocimientos.

La construcción del trabajo final debe conjugar cada uno de los elementos de tal manera que se relacionen estrechamente y manifiesten en todo momento la continuidad y unidad del tema.



PRESENTACIÓN DEL PROYECTO ACADÉMICO

Una vez concluida y aprobada una tesis, se deben hacer trámites para llevar a cabo su defensa en un examen profesional o de grado.

Durante el examen se pide al alumno la explicación de su investigación.

El examen, además de ser una exposición de la tesis y un paso final necesario para recibir un documento académico, es también una defensa del trabajo que implica su argumentación. Por un lado, el sustentante se ostenta como experto en el tema, por otro, demuestra la capacidad para expresar con coherencia lógica su pensamiento.

HACER EL DISEÑO: PROYECTOS PROFESIONALES.

DISEÑO DEL OBJETO.

El diseño de la comunicación gráfica parte de la lectura de un problema y su entorno, no puede ni debe limitarse a la reproducción de significados previos ni de formaciones discursivas dominantes que condicionan el contexto de la necesidad de comunicación, la exégesis tiene que ser productiva, una interpretación para encontrar las condiciones del fenómeno de semiosis. La interpretación semántica descansa bajo los mismos supuestos que la lectura de cualquier otro proceso de significación, por lo tanto comparte elementos fundamentales como la segmentación del problema, el análisis de las partes y la articulación semántica, la consecuente síntesis reestructura elementos pertenecientes a diversos sistemas culturales y permite el entrecruzamiento de códigos.

El empleo de los recursos epistemológicos interdisciplinarios permiten la comprensión e investigación de un problema de diseño y la visión de la totalidad del proceso cuyo análisis proporciona los recursos conceptuales y formales para la configuración del mensaje.

El diseño es ante todo una disciplina proyectual que se orienta hacia la resolución de los problemas que plantea el hombre en su adaptación al entorno en función de sus necesidades de comunicación. La comunicación visual se expresa en el diseño gráfico como el esfuerzo consciente para establecer un orden significativo basado en los códigos que integran un texto visual.



- **Necesidades materiales:** necesidad de poseer objetos; necesidad de seguridad.
- **Necesidades inmateriales:** necesidades espirituales; necesidad de protección; necesidades emocionales; necesidades epistemológicas o de innovación.

Si se quiere elevar la comunicación gráfica a los planos superiores de la cultura, el diseñador debe adquirir conciencia crítica para captar los efectos de su quehacer en la vida social, sólo así su obra será congruente con la esencia de las necesidades de comunicación: el mensaje, lo cual implica el desarrollo de criterios valorativos que le permitan precisar prioridades no sólo específicas, relativas al diseño mismo, sino generales concernientes a la cultura en su sentido de proceso continuo de superación humana.

Para comprender un problema de comunicación gráfica, éste debe ser manifestado a partir de una entidad física o moral e la cual se origina la necesidad específica.

Se requiere definir o describir:

- **Origen del problema:**

Necesidad específica de comunicación.

Situación actual de la comunicación: describir las condiciones de comunicación en que está inmersa la necesidad.

Definición de la necesidad: precisar en qué consiste y cuales son sus características, sus causas y las consecuencias y expectativas que proporcionaría su solución.

Circunstancialización: situaciones concretas que anteceden inmediatamente a la necesidad o que estén asociadas con ella.

- **Antecedentes del problema:**

Estado previo: cómo se generó la necesidad, cómo y por qué se decidió determinarla como problema.

Soluciones anteriores: caracterizar posibles alternativas que preceden a la expresión de la necesidad actual.



Secuencialidad: posible pertenencia a una serie, características de ésta línea de mensajes previos.

- **Contexto del problema:**

Factores que afectan a la necesidad: especificar aquellos elementos sociales, materiales o técnicos que conforman el contexto del problema.

Recursos: detallar los alcances y medios que se tienen para conseguir los propósitos del emisor externo.

Restricciones espacio-temporales: exigencias y posibilidades de permanencia del mensaje.

- **Condicionantes del satisfactor:**

Mensajes: definir qué es lo que se desea comunicar, primero la idea o concepto general y segundo la cantidad de información que debe incluir el mensaje.

Intencionalidad: describir cuál o cuáles son los propósitos del emisor externo a corto, mediano y largo plazo.

Emisor externo: especificar el promotor o responsable de la comunicación del mensaje y definir sus directrices, intenciones y condicionantes al proyecto.

Emisor interno: especificar quién, directa o indirectamente va a comunicar el mensaje en el medio. Persona(s), empresa(s), marca(s), etc.

Receptor: describir el público específico a quien se dirige el mensaje.

La interpretación correcta de un problema de diseño supone entonces el conocimiento detallado de la naturaleza de la necesidad. En la comprensión de el problema siempre se incluye, jamás se excluye ni se presupone, ni se emiten juicios de valor a priori, se analizan los hechos que rodean ese preciso fenómeno de comunicación. Tampoco se han de involucrar actitudes subjetivas como el gusto o referencias normativas que limiten el conocimiento pues ello conduce a interpretaciones previas.



FORMULACIÓN DEL PROYECTO.

Definido el problema de diseño, el paso siguiente en la **estructura metodológica**, conocida como **proceso de diseño**, es la integración del proyecto que consiste en precisar la trama o conjunto de relaciones fundamentales que corresponden a momentos definidos con base en una secuencia lógica.

La falta de apoyo metodológico y el empleo de modelos ambiguos o sin fundamento teórico lleva al diseñador a hacer propuestas de solución absurdas que no sólo no proporcionan beneficio alguno a la sociedad sino que, por el contrario, generan problemas irracionales y el desvío de recursos técnicos y humanos en empresas sin sentido.

El proyecto debe presentar en sus posibles acciones:

- **Gestión del diseño.** Involucra las acciones destinadas a la administración del proyecto:

Relación con el cliente, plan de trabajo, valoración material del proceso, obtención de recursos.

- **Estudio del receptor.** En el que se deben tomar en cuenta todas las características personales y sociales del receptor así como aquellas condiciones relevantes para los fenómenos de percepción, comunicación y significación.

Factores físicos: edad, ritmo y forma de lectura, nivel de lectura, velocidad de lectura, limitaciones físicas, condiciones ambientales de lectura, ritmo de actividad, posibilidades de movilidad, características físicas tales como estatura y campo de visión.

Factores psicológicos: identificación de conductas, niveles de comprensión del conocimiento, limitaciones psicológicas, capacidad de repetición, características y límites de concentración y continuidad.

Factores culturales: escolaridad, límites de vocabulario, límites de vocabulario, límites de legibilidad, características, de comportamiento local, hábitos (individuales), costumbres (sociales), nivel escolar, filiaciones políticas, facultades físicas, aspectos sociales críticos e ideológicos.



- **Determinación de la comunicación gráfica.** Aquí se indica a partir de la estructura conceptual de la comunicación gráfica los condicionantes del mensaje.

Definición de discurso gráfico: decidir en cual de los discursos se ubica la intencionalidad del mensaje especificando su posible recurso retórico.

Definición de género: comprende la toma de decisión acerca del o los géneros pertinentes para la satisfacción de la necesidad.

Definición de estilo: comprende la toma de decisión acerca del estilo congruente con la intencionalidad y el género que se hayan elegido.

- **Factores técnicos.** Aquí se definen aspectos operativos que podrían afectar el proceso tales como:

Sistemas de impresión o integración: definir, según el destino –tradicional o digital– en que se fijará el medio.

Condiciones operativas: verificar posibles contingencias técnicas o tecnológicas que inciden en el proceso.

Condiciones materiales: implica tomar decisiones, si es el caso, sobre soportes especiales para el medio.

- **Conceptuación.** Formar y expresar los conceptos principales del proyecto.

Mensaje: idea principal (que se quiere decir), debe integrar todas las características constitutivas de objetos, ideas o conceptos que lo integran.

Expresión verbal del mensaje: especifica **texto base** (idea principal), **textos de anclaje** (ideas que vinculan al concepto del mensaje), **textos secundarios**, **textos informativos y textos legales**.

- **Previsualización del concepto.**

Imagen principal: definir, si es que la hay, la imagen que se identifica con el núcleo o esencia del mensaje.

Imágenes secundarias: enlistar posibles imágenes que tendrían relación con la visualización del mensaje o los textos.



- **Semantización del concepto.** Proceso por el cual las determinaciones del problema y el contenido del mensaje se incorporan bajo la forma de significaciones a las condiciones de los medios de comunicación gráfica.

Nivel de veridicción: posible asociación de la imagen a la connotación de verdad en sus diversas posibilidades: *discurso verdadero, verídico, verosímil e inverosímil.*

Definición del sentido: consiste en la especificación de las connotaciones que se quieren dar al mensaje.

> **Sentido principal,** aquel de mayor determinabilidad.

> **Sentido secundario,** ideas concomitantes que una imagen puede evocar de manera habitual o instintiva

> **Sentido emotivo o contenido afectivo:** sentimientos o sensaciones reactivas que la imagen puede provocar.

Universo semántico: definición de posibles actores, funciones, cualidades y aspectos del hecho semantizado, presenta un perímetro de realidad en el cual se localizan el o los hechos que contienen al mensaje.

Temporalización: indica la posible ubicación del hecho semántico en un acontecimiento o dato cronológico determinado.

Evaluación ética: estimación valorativa de las consecuencias e implicaciones axiológicas de la semantización conceptual.

PLANTEAMIENTO DE SOLUCIONES.

El diseñador debe tener presente que toda formulación de los problemas que enfrenta lleva ya implícita alguna referencia al modo de su solución. La solución deberá enfocarse hacia una totalidad integrada definida como estructura (distribución, orden, composición) comunicante. Solucionar un problema de diseño significa sintetizar en un todo coherente y significativo.

- **Solución conceptual.**

Ejercicio creativo. Determina la previsualización formal en la secuencia de ideas y acciones creativas: **Código morfológico; código cromático; código tipográfico;**



código fotográfico; articulación conceptual: indica los criterios estilísticos con los que se hace la composición que crean el soporte no visible de la misma; **bocetaje:** abarca todas los estados de visualización previa de la solución formal desde esbozos burdos hasta *dummies* previos.

- **Solución formal.** Especifica las condiciones estructurales del objeto: **Diagramación; articulación formal:** se utiliza de dos maneras, como fórmula para jerarquizar formalmente fragmentos del mensaje y como mecanismo de clasificación previa que requieren algunos medios para organizar el universo de información del cual se ocupan; **composición, alternativas:** posibilidades que se originan en toda composición creativa; pueden ser generadas hasta tres opciones capaces de alternar con función igual o semejante, éstas son presentadas como *dummies*, maqueta o modelo; **revisión parcial:** someter las alternativas al examen que confronte las condiciones normativas sintácticas y semánticas que se expresaron en el problema y el proyecto con la identificación de posibles errores; **optimación:** a partir de la elección de una alternativa implica lograr la configuración definitiva; **revisión final.**

- **Solución final.** Integra todas las acciones para instrumentar técnica y tecnológicamente un diseño para su realización mecánica, reproducción, distribución o puesta al público y evaluación: **aprobación:** acuerdo final con el cliente; **imágenes finales:** toma, digitalización o préstamo de fotografías, manipulación manual o digital de imágenes, realización de dibujos o ilustración especializada, elaboración de gráficos específicos; **realización material del medio:** puede incluir **preprensa, impresión, integración electrónica, construcción material o adaptación a espacios tridimensionales, distribución.**

- **Evaluación del diseño.**

Estudio cuantitativo: posible aplicación de técnicas de investigación de campo –encuestas, muestreos– que permita tener resultados estadísticos sobre la comunicación.

Estudio cualitativo: posible aplicación de técnicas de investigación de campo –observación, entrevistas– que permitan conocer las actitudes y respuestas a la comunicación.



Valoración final: estimación de los resultados de la comunicación, implica la emisión de juicios en la relación con factores éticos, estéticos y técnicos así como el análisis de las respuestas del receptor, tanto aquellas relacionadas con conductas específicas: compra, imita, modifica, vota, asiste, etc. Como aquellas que van dirigidas hacia el emisor externo y se convierten en retroalimentación positiva o negativa.

El diseño gráfico concluyo ya sus etapas intuicionista y empirista, hoy en día se requiere de una actitud pragmática, referida al estudio del lenguaje en relación con los receptores y las circunstancias de la comunicación (que no debe confundirse con el pragmatismo entendido como método que utiliza los efectos prácticos como único criterio válido para emitir juicios de valor) y fundamentada en el profundo conocimiento de las implicaciones epistemológicas.



ÍNDICE

Introducción	4
“Contexto del Diseño Gráfico en México de 1958 a 1960”	5
Conclusiones	17
Bibliografía	19
Anexos	20
Reporte de la Compilación Documental del Acervo del Museo Nacional de la Estampa	21
Registro de instituciones	23
Cedulario	24
Cedulario bibliográfico	26
Cedulario iconográfico	37
Cedulario objetual	42
Síntesis del libro: “Diseño Universo de Conocimiento. Investigación de Proyectos en la Comunicación Gráfica de <i>Luz del Carmen Vilchis</i>	46