



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

“El diseño gráfico, aplicado a una agenda de carácter prehispánico”

Tesis
Que para obtener el título de:
Licenciado en Comunicación Gráfica

Presenta
Jorge Muro Prado

Director de Tesis: Maestro en Artes Visuales:
Francisco Ulises Plancarte Morales

México D.F.
Agosto de 2005

m 346502



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



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



...quiero seguir, ir más allá, y no puedo: se despeñó el instante en otro y otro, dormí sueños de piedra que no sueña y al cabo de los años como piedras oí cantar mi sangre encarcelada, con un rumor de luz el mar cantaba, una a una cedían las murallas, todas las puertas se desmoronaban y el sol entraba a saco por mi frente, despegaba mis párpados cerrados, desprendía mi ser de su envoltura, me arrancaba de mí, me separaba de mi bruto dormir siglos de piedra y su magia de espejos revivía un sauce de cristal, un chopo de agua, un alto surtidor que al viento arquea, un árbol bien plantado mas danzante, un caminar de río que se curva, avanza, retrocede, da un rodeo y llega siempre.

México 1957

PIEDRA DE SOL
Octavio Paz



AGRADECIMIENTOS

A Dios

A la UNAM por ser mi formación profesional en la vida.

A mis Padres todo su amor: Roberto Muro (qepd) y María Eugenia Prado (qepd) y que además son mi guía espiritual.

A mis Hermanos por todo el apoyo, cariño y paciencia:
Mónica, Maru, Robertha, Roberto, Alejandro.

A Claudia, por tu amor paciencia y apoyo en la realización de este proyecto.

A mis familiares cercanos que siempre están ahí: Angélica, Paco, Mariana, Pepe, Felipe e Irene.

A mis amigos que siempre estuvieron ahí: Abraham, Daniela, Miguel, Matilde, Liliana, Libna, Paulina.

Al profesor Francisco Plancarte: gracias por haber confiado en mí desde el principio y por haberme guiado en los momentos de confusión.

A mis compañeros de trabajo que me facilitaron los avances:
Mi jefa: Rosy, Mis compañeras: Alejandra Monserrat, Silvia, Maricurzy especialmente a la Dra. Soledad Zepeda.

Mis compañeros: Oscar, Mario, Pavel, Pepe, Juan, Carlos, Miguel y David.

Y todos las personas que me ayudaron en la elaboración de esta tesis

ÍNDICE



	PÁGINA
Introducción	9
Capítulo 1 El Diseño Gráfico y el Diseño Editorial	15
1.1 El Diseño Gráfico	16
1.2 El proceso de diseñar	17
1.3 Conceptos Básicos del Diseño Gráfico	21
1.4 Principales elementos del Diseño Gráfico	22
• Punto	
• Línea	
• El plano	
• Dimensión	
• Textura	
1.5 El Color	23
• Claves Tonales	
1.6 El Diseño Editorial y los elementos que lo componen	28
• Equilibrio	
• Escala	
• Posición	
• Dirección	
• Espacio	
• La Retícula	
• La Tipografía	
1.7 Bases del Diseño Editorial	31
• La agenda dentro del campo del Diseño Editorial	
1.8 Elementos Visuales dentro del Diseño Editorial	33
• La Carátula	
• El Contenido	
• Tipos de Publicación	
Notas del capítulo uno	37
Capítulo 2 Elementos de la comunicación un medio promocional	38
2.1 La Comunicación	39
2.2 La Comunicación Gráfica	42
2.3 Emisor	42
2.4 El Significado y el Significante	43
2.4.1 El significado	43
2.4.2 El significante	43
2.5 Mensajes	44





2.5.1 Los Mensajes en la Situación Social	45
2.6 Medio	47
2.7 Receptor	47
2.8 Lenguaje	48
Notas del capítulo dos	51

Capítulo3: La civilización Azteca, Cultura Mexicana **52**

3.1 Los aztecas	53
• Fundación de Tenochtitlan	
3.2 El Calendario Azteca	55
• Hallazgo	
• De la Catedral al Museo Nacional	
3.3 El Museo Nacional de Antropología	56
3.4 Utilizando los Simbolismos de la Piedra del Sol	58
3.5 La Interpretación	59
3.6 Los anillos o círculos de la Piedra del Sol	60
• La imagen central	
• Ocelotonatiuh (Sol de Ocelote)	
• Ehecatonatiuh (Sol de Viento)	
• Quiauh-tonatiuh (Sol de lluvia)	
• Atonatiuh (Sol de Agua)	
• Ollintonatiuh (Sol de Movimiento)	
• La Ronda de los 20 Días (o Xihcoatl)	
• Los Rayos Solares	
• Anillo del Sacrificio	
• Anillo de las Serpientes de Fuego o Xihcoatl	
• Año 13 Caña	
3.7 La Aplicación de estos símbolos en mi trabajo	
3.8 La Piedra del Sol o Calendario Azteca un ícono Nacional	66
Notas del capítulo tres	73

Capítulo 4 Desarrollo del Proyecto **74**

4.1 Factores a considerar para formato	75
4.2 La Retícula	75
4.3 La tipografía en mi agenda	77
• Fuente	
• Legibilidad	
4.3.1 Factores para elección de la tipografía	78
Uso del Color	
El Grosor	
El Ancho	





Uso de Cursivas	
Uso de Mayúsculas	
Uso de letras Serif y San Serif	
4.4 Los Márgenes	80
• La Composición	
4.5 Características de la Agenda	81
• Identificación de los objetivos del proyecto	
4.6 Visualizando el diseño de mi agenda	81
• Formato de la agenda	
• Retículas	
• Márgenes	
4.7 Contenido y formato de la agenda	96
4.8 Tipografía Seleccionada para el contenido la Agenda Prehispánica	97
4.9 Estructura del contenido	98
Datos Personales del Usuario	
Calendario anual 2006	
Organizadores Mensuales	
Separadores	
Contenido de cada mes	
Notas	
Directorio Telefónico	
• Diseño de la Portada	101
Notas del capítulo cuatro	103
Capítulo 5 Producción Final	104
5.1 Impresión y materiales	105
Producción en serie	107
• Costos	
5.2 Producciones en el futuro	110
• La exportación	
Conclusiones	112
Bibliografía	116



Enero 2005

Sábado 29

10:00

12:00

14:00

16:00

18:00

INTRODUCCIÓN

Domingo 30

10:00

12:00

14:00

16:00

18:00

INTRODUCCIÓN



La elaboración de esta investigación, es la conclusión de mis estudios profesionales, realizarla es la culminación de lo aprendido durante mi carrera, y aplicarlo al campo real, ponerlo en práctica de la mejor manera.

Un aspecto importante es desarrollarse en nuestra área de trabajo, explotar nuestros conocimientos y aplicarlos al diseño y comunicación actual, las tendencias del momento buscan siempre aportar algo novedoso y con impacto que llegue al gusto del público en general. Si nuestro público es cautivo, ofrecerle algo llamativo, pero el impacto que tratamos de buscar, no necesariamente tiene relación con incrementar las ventas, pueden ser de tipo informativo de difusión y buscando lograr una satisfacción personal.

Cuando se nos pide el diseño de un logotipo, símbolo, portada, etc., nos vamos a un proceso de diseño hasta lograr el objetivo final. Cuando tratamos como diseñadores gráficos de seguir una línea con trazos y características prehispánicas nuestros diseños algunas veces son rechazados y desplazados por otros con influencia extranjera por que es anticuado, no impacta, y no a muchas personas le gusta, y esto no tendría por que ser.

Durante el desarrollo de esta tesis, se plantean algunos antecedentes prehispánicos y aplicaciones del diseño gráfico.

En el desarrollo de la misma trato de demostrar cómo se puede aplicar este tipo de diseño y como se puede llegar dar una proyección a nivel internacional. Personalmente pretendo afirmar la competitividad de nuestros diseños con los de otros países.

Un punto a desarrollar en este trabajo es fomentar que se difunda nuestra historia, nuestro arte, nuestra herencia gráfica a través del Diseño Gráfico como comunicación gráfica y como satisfactor de necesidades, y, así mismo, desearía que por medio de este trabajo se hiciera conocimiento del diseño que actualmente se realiza en México y de las grandes posibilidades gráficas que tenemos a partir de trazos, colores, materiales, texturas, significados, tintas, etc. Al mismo tiempo, ofrezco este trabajo a nuestras raíces creadoras y creativas, a todos los diseñadores mexicanos que han hecho historia y trascendido a nivel internacional, utilizando las tendencias del diseño mexicano, en resumen pretendo presentar aspectos gráficos de la cultura Azteca, a través del diseño de una agenda de escritorio.

Este planteamiento lo veremos en la aplicación de un diseño apoyado con una parte de nuestra identidad nacional, y que podría aplicarse en cualquier área por ejemplo del diseño textil, estampado en cortinas, sábanas, manteles, zarapes, tapetes, etc. De igual manera en el diseño de interiores, de ambientación y escenografías para determinados eventos inspirados en nuestras raíces y elementos propios de nuestra





herencia histórica y cultural, diseño de muebles y objetos, joyería diseño de logotipos, símbolos, portadas de discos, de libros, revistas, fotografía, carteles y medios impresos en general, anuncios para impresos y espectaculares, medios audiovisuales, material didáctico y educativo, etc., encontrando así la aceptación y el reconocimiento de nuestro arte y creatividad.

Lo que busco enseñar al diseñar mi agenda prehispánica es que el público en general el encuentre el gusto por conocer aspectos de la cultura Azteca, generar un interés por medio del diseño gráfico y mostrar la importancia del arte prehispánico por medio de un proyecto gráfico editorial, que refleja valores nacionales, difundir el conocimiento de ciertos aspectos de la cultura Azteca, estudiar y analizar a la ilustración y los proyectos de diseño, exponer a través de una publicación el impacto que han tenido el arte y la cultura prehispánicas en el entorno social, así como la forma en que esta última influye sobre el consumidor, concebir proyectos gráficos históricos como una industria cultural entendiendo su poder de convocatoria y su impacto social.

Esta investigación a través de mi agenda, surge de una inquietud personal donde tengo como objetivo estudiar la cultura prehispánica ampliando mis conocimientos y difundirlos aplicándolos a los proyectos gráficos.

Pretendo informar acerca de la relación entre la cultura y el diseño gráfico entrelazado con la comunicación, y comentar que las manifestaciones artísticas no deben ser utilizadas como instrumento de adorno, sino como parte fundamental de la vida lo cual puede ser reflejado a través del diseño gráfico y la comunicación visual contemporánea puede reflejar.

A través del diseño de la agenda, realicé un análisis general de la cultura azteca enfocándome en una de las más importantes épocas, con el fin de destacar sus aportaciones, destacando los datos más importantes en su esplendor, y que la gente que adquiera o accede a "mi agenda prehispánica" los conozca.

La agenda es parte del diseño editorial, el diseño editorial es cultura y para poder subsistir tiene que luchar contra las normas y limitaciones que le son impuestas en sus propios medios, que tiene que afrontar factores como la falta de apoyo, de documentación, los intereses de grupo o el interés de las nuevas generaciones que favorece a los medios electrónicos, dados por el avance tecnológico de nuestros tiempos.

Dentro de la investigación incluí datos proporcionados por antropólogos, historiadores, diseñadores e ilustradores con la finalidad de que sus comentarios enriquezcan el contenido de esta obra.

El gusto por la historia de México, en especial por la época prehispánica está en todo





aquel que busque un momento interés y conocimiento del pasado, pero quizá sin darse cuenta, recibirá una gran cantidad de mensajes y me refiero a las raíces y significados de algunas palabras que hoy en día utilizamos con frecuencia: Mensajes educativos y culturales acerca de nuestra sociedad en el mundo, ya que la historia retrata y muestra una gama de posibilidades el mundo en que vivimos.

De niño mis padres y hermanos, me llevaban al Museo de Antropología e Historia, a las ruinas del Templo Mayor en el centro de la ciudad o las visitas guiadas por Chapultepec mientras mis amigos jugaban fútbol en la calle invitándome a unirme a ellos, yo prefería asistir a estos museos o lugares de mi interés, donde mi papá me explicaba, no porque fuera intelectual ni mucho menos, sino por su gusto de conocer un poco más de nuestra historia y fue eso una parte importante en mi formación la cual pretendo transmitir al concluir mi carrera.

En el museo descubría como era la vida, tradiciones, ritos, hábitos vestimentas, creencias, arquitectura y todo lo que tenía que ver con esa época. Todo tipo de cosas que yo veía en esas vitrinas me reflejaba el llanto y todos nuestros sueños y realidades. Para mí eso siempre fue apasionante y de alguna manera a través de mi profesión, pretendo aportar algo semejante teniendo varias opciones de dónde apoyarme, decidiendo utilizar el diseño editorial para este proyecto.

Por esto es mi necesidad de presentar un proyecto gráfico que relacione la época prehispánica con el diseño gráfico plasmado en una agenda de calidad.

Al buscar los antecedentes que retroalimentaron el diseño gráfico de mi agenda, busqué cómo han hecho algunas empresas mexicanas para utilizar íconos de nuestro México prehispánico, para enriquecer su imagen y seguir en esa línea de comunicación, como Mexicana de Aviación, que en el interior de sus flotas tiene muchos elementos decorativos que hacen referencia al México prehispánico, utilizando un diseño gráfico excelente; Grupo Pochteca, e incluso el logotipo de la empresa es la estilización de una representación prehispánica, muestra glifos estilizados que son adaptados a la actualidad, en otro gran logro de diseño mexicano.

Grupo Modelo utiliza los puntos de identidad nacional que no son necesariamente prehispánicos, sino de costumbres hábitos, lugares geográficos, música, vestimenta o de varios lugares de nuestro país para promocionar la cerveza Corona, con gran producción digna de admirarse usándola a nivel internacional lo cual ha puesto a México "en el mapa" para muchos países, y por lo tanto para millones de personas en el mundo.

Siguiendo estos ejemplos con base en el riquísimo y vasto acervo histórico cultural de





nuestro país y dentro de tantas culturas, me enfoqué en una de las más conocidas y la más familiar de las culturas para los mexicanos y extranjeros. Me refiero a la civilización azteca y en especial a la Piedra del Sol. Este monolito fue el punto de apoyo para el diseño de mi agenda. La Piedra del Sol, es la clara muestra de los conocimientos de Matemáticas y Astrología que los Aztecas tenían y además podríamos decir que es el elemento más identificado con la cultura Azteca, el calendario es 103 años más viejo y según dicen los expertos es aún mas exacto que el Calendario Gregoriano, que es usado en el ámbito mundial hoy.

Podemos describir grandes representaciones de este monolito, por ejemplo en el centro del calendario se encuentra una cara, alrededor de ésta se sitúan cuatro cuadros que representan los cuatro movimientos conocidos también como los Cuatro Soles, o Cuatro Mundos, que representan los diferentes fines. El año azteca consta de 18 meses, cada uno contiene 20 días, y cada mes al igual que cada día tenía un nombre propio; así que esto cubre los 360 días (18 x 20).

De manera que como mencioné anteriormente, podemos darnos cuenta que cada elemento que retomaremos, tendrá un significado sumamente profundo y con un riquísimo contenido que hará más interesante el proyecto de la agenda y que además existen muchísimos grifos, monolitos, códices y ruinas que se pueden retomar para aplicarlos en elementos que diseñemos.

El objetivo principal es el utilizar las imágenes para difundirlas, ayudar a promover el interés por estos elementos con un gran contenido y que nos dicen mucho aún cuando han pasado más de cuatro siglos. Dividiendo los anillos que contiene la Piedra del Sol y los dioses, en cada mes de la agenda y dando una breve explicación de estos glifos en los contenidos de cada semana.

Para realizar este trabajo me documente en excelentes trabajos ya publicados que encontré en el Museo Nacional de Antropología.

Uno de ellos es la Agenda cotidiana Tlozalyapili Gran Libro Agenda del año 2000, producida editorial: Ce-Acatl A.C Hueyi. Tlalnamic Tonalamatl. La cual fundamente su información en los excelentes trabajos de investigación y producción hecha por el Profesor Arturo Meza.

Esto deja más claro que el diseño gráfico ayuda a difundir información, o el proceso de una campaña para publicar un comprensión.

Esto hace posible realizar un proyecto gráfico y educativo que genere un producto lo suficientemente atractivo visualmente hablando y con información interesante que trascienda su función utilitaria como agenda y que el usuario lo conserve incluso como





material de consulta aún cuando el uso es efímero de uno o dos años máximo, que no basará su éxito en la venta, sino en la trascendencia que tendrá en el usuario. La utilización de elementos gráficos de la cultura Azteca no solo enriquecerá al aspecto de diseño gráfico de la agenda sino también su función y su contenido.

Todos estos elementos y sus significados, mantienen una vigencia y su contexto puede incorporarse para enriquecer un diseño, y no al revés que un diseño actual levante el interés por los elementos prehispánicos, en especial mi agenda.

Marzo 2005

Lunes 7

10:00

12:00

14:00

16:00

18:00

CAPÍTULO 1

Martes 8

10:00

12:00

14:00

16:00

18:00

EL DISEÑO GRÁFICO Y EL DISEÑO EDITORIAL

CAPÍTULO 1



1.1 El Diseño Gráfico

El hombre en sus orígenes y posteriormente el diseñador y el artista, se ha dado cuenta del diseño que existe en la naturaleza. En un principio el hombre generaba sus propios razonamientos acerca de los fenómenos naturales atribuyendo un carácter divino; que en la mayoría de los casos, encerraban más un objetivo místico que el afán mismo de la implicación lógica. Hoy, el hombre siempre se cuestiona de manera racional y lógica todo lo que sucede a su alrededor.

Si volvemos a la relación de los primeros hombres con los objetos que creaba, vemos que para la escritura de códices o pinturas utilizaba en un principio piedras a manera de papel, y las herramientas para escribir eran un marro y un cincel. No obstante, la dificultad para comunicarse, el hombre insistía en transmitir sus ideas y vivencias en forma de imágenes.

Posteriormente la piedra fue desplazada por piel de animales y corteza de árbol y las herramientas pasaron a ser plumas naturales y pigmentos. Hoy; el diseño ha evolucionado hasta poner en manos del hombre materiales y herramientas que le permitan reproducir con excelencia dichas imágenes apoyado del avance tecnológico.

El diseño gráfico abarca hoy en día, todas las manifestaciones puestas al servicio de la industria, el comercio, el espectáculo y la comunicación entre otras, las cuales encontramos reflejadas en los diseños de anuncios, espectaculares, medios impresos y diversas publicaciones, murales, TV. cine, envases y embalajes, carteles, etc, su diversidad cumple con la misma función, registrar ideas, mensajes y datos que en dado caso sean de ayuda al usuario.

No es solo un fenómeno moderno, sino que ya los aztecas afrontaban de forma habitual calles repletas de signos, emblemas, precios, ofertas de productos, comunicados oficiales y noticias varias.

No solo nos envuelve comunicando, aporta significados y trasfondo a nuestro entorno. Lo encontramos en las calles, en todo lo que leemos. Nos topamos con él en las señales de nuestras calles y carreteras, la publicidad, las revistas, los empaques y envolturas, medicinas, en nuestra ropa, etc.

En ocasiones en nuestros días, se suele manejar el término diseño sin atender realmente lo que dicho término encierra en sí. Podemos ver muchas actividades que realicemos y notaremos que el diseño se encuentra presente.





En el texto *Diseño Arquitectónico*, Geoffrey Broadbent cita a Richard Hollis, quien define al diseño gráfico como Para " ...es el oficio de construir y seleccionar signos y colocarlos adecuadamente en una superficie con el fin de transmitir una idea".

Según Paul Rand "En último término, el diseño gráfico negocia con el espectador usuario; y, puesto que el objetivo del diseñador es persuadir, o como mínimo comunicar, se deduce que los asuntos a los que se enfrenta el diseñador tienen dos caras: anticiparse a las reacciones del espectador-usuario y satisfacer sus propias necesidades estética"¹.

Ellen Lupton y J. Abbott Miller dicen: "El diseño puede entablar una conversación crítica con las mecánicas de la representación, esclareciendo y revisando sus prejuicios ideológicos; el diseño puede también reconstruir la gramática de la comunicación, al descubrir patrones y estructuras subyacentes tras los materiales mediáticos que conforman nuestra escritura verbal y visual".

Joseph Müller-Brockmann dice: "Cualquiera que sea la información cedida, ésta debe reflejar, ética y cultural mente, su responsabilidad con la sociedad a la que se dirige"².

Este tipo de definiciones nos muestra de forma nítida cuáles son los objetivos básicos del diseño gráfico, pero su explicación en apartados por separados resulta un poco confusa, pues la mayor parte de los diseños desempeñan simultáneamente varias funciones.

1.2 El proceso de diseñar

Todo diseño, incluso el más novedoso, sigue modelos, códigos, formas y géneros ya existentes. El instinto básico del diseñador gráfico es simplificar y depurar concepto sobre un papel a través de un dibujo, porque es el resultado directo del concepto de eficacia y virtud.

La tendencia a diseñar algo diferente es natural en todo diseñador, se encuentra muy arraigada una necesidad de impactar, de cautivar la fuerza de una forma visual que sea novedosa.

La existencia de un diseño original o ya realizado, empuja a la renovación constante del lenguaje del que se sirve el diseño, conduce al diseñador hacia la investigación de nuevas formas tipográficas o nuevas combinaciones de color; a encontrar distintas maneras de escapar o romper con la retícula; cimienta la necesidad constante de innovar, el cine, la televisión o lo doméstico o exterior, sirven para construir nuevos elementos para encontrar formas inéditas de conjugar palabras e imagen.





Un diseñador gráfico sea estudiante o profesional, debe considerar que el diseño gráfico es no verlo como un resultado, o como una pieza acabada, sino como un proceso en sí mismo.

La cuestión de qué se tienen en común distintos métodos de Diseño Gráfico es que todos tratamos de unificar las etapas del proceso mental para diseñar gráficamente. Puede ser a través de palabras, con esquemas gráficos, aspiran a cautivar público lo que hasta ahora era pensamiento privado de los diseñadores.

El problema reconocido pero no resuelto es el de desarrollar lenguajes que combinen la complejidad y velocidad propias del modo de pensar con la duda científica y la explicación.

A través de mi experiencia en el campo de trabajo, apoyado por los conocimientos adquiridos en mi carrera y planteamiento en esta tesis, considero que el método a seguir para diseñar gráficamente desde mi punto de vista son: la creatividad, la coherencia y el control sobre el proceso.

El punto de vista creativo el diseñador gráfico es como una caja hermética de la cual sale el oculto impulso de la creación; desde el punto de vista coherente es como una caja transparente dentro de la cual puede discernirse un proceso racional completamente explicable.

Desde el punto de vista del control del proceso es como un sistema autorregulado capaz de plantear ajustes sobre la idea original.

Según John Christopher "es racional creer que las acciones aprendidas están controladas inconscientemente, y es irracional pretender que el Diseño sea totalmente susceptible de explicación racional" ³.

Un de los métodos, que retomé por Christopher Alexander, es que divide el problema en sus partes componentes más pequeñas a las que llama variables de desajuste. Cada una de esas variables se estudia en función de las otras y luego se transfieren los datos a un diagrama que resume sus características básicas ⁴.

Alexander basa su método en la observación de la conducta humana y en las conclusiones a las que arriba sobre esta observación.

Los caminos de la mente para la proyección del diseño gráfico siguen un curso tal durante el proceso de ideación que permiten perfilar ciertas etapas a las que conceptuamos invariables, cualquiera sea la modalidad metodológica del acto de diseñar.



Este mecanismo decidí comentarlo en mi tesis porque fueron estudiados y graficados sin diferir ninguno en lo esencial.

Englobando estos conceptos básicos de procesos de diseño ya mencionados a grandes rasgos para seguir un proceso de diseño gráfico son:

1. Identificación del problema
2. Recopilación de datos
3. Síntesis
4. Formación
5. Elaboración
6. Comprobación

1. La identificación del problema es el esclarecimiento del objetivo, la definición del propósito de y de sus ramificaciones contiguas.

2. La recopilación de datos es indirecta cuando reúne el conjunto de elementos de cualquier tipo factibles de brindar ejemplos sobre el tema requerido aunque a primera vista nada tengan que ver con el problema, y es directa cuando utilizamos informaciones pertinentes y específicas a las premisas del acto creativo. Antes de la elaboración del diseño, es fundamental documentarse con la información especializada sobre el tema de proyecto, además de desarrollar un conocimiento profundo de cada uno de los elementos y herramientas que hacen posibles a la composición.

Es totalmente válido sacar inspiración de otras fuentes, aprendemos mucho sobre el estudio de nuestra competencia durante un proceso de diseño, debemos ir con cuidado al buscar ideas de diseño en otras publicaciones o productos que nos retroalimentaremos.

Pero debemos tener mucho cuidado, es decir sería una fácil trampa mirar otros productos que contengan un buen diseño gráfico y "extraer" las cosas que nos gustarían para nuestro propio diseño. De hecho tal cual, acabaremos con un mezcla de elementos que no funcionan bien fuera de contexto. Una forma más saludable de encontrar inspiración, o enfocar a la manera de cómo encuentran soluciones gráficas a los planteamientos de cada uno de los problemas dentro de un producto el cual ya están analizandas, y de esa manera deberán aplicarla al propio producto.

Por ejemplo, los diseños de productos y marcas que rodean a nuestros receptores son de origen extranjero principalmente norteamericano, mismos que "ya vienen resueltos", listos sólo para ser adquiridos. Sin embargo; cada producto, cada diseño, debe de adecuarse en este caso, a las características propias de nuestro país y de su gente, y por lo tanto, con alternativas y características diferentes de diseño.





3. Es una etapa que se desarrolla inconsciente o consciente. La síntesis es el mecanismo de incubación de la idea, el procesamiento de separación selección, eliminación, concentración y limpieza de los datos elaborados.

4. La etapa de formación puede ser inconsciente y adquirir características de sospecha. La mente va y vuelve en frecuencias cada vez más acabadas y precisas y las ideas o imágenes visuales atraviesan alteradamente las capas conscientes e inconscientes, en forma desordenada al comienzo hasta aproximarse a la solución. En este punto la idea aún no puede ser aprehendida.

5. La elaboración es la realización correcta de la idea visual, su construcción en términos de representación gráfica, es la demanda de la certeza gráfica. Es el momento de la firmeza, donde aparece el trabajo intensivo, metódico, constructivo y representativo, valiéndose de todas las herramientas que sean útiles para llegar a plasmar nuestra idea.

Aquí cabe hacer una mención acerca del uso de la computadora, pues en nuestra época, con el avance de la tecnología, las computadoras están cada vez más al alcance de las personas no importando su nivel social, pero eso no quiere decir que el usar la computadora o saber utilizar o paquete de diseño nos convierta en diseñadores gráficos.

La mayoría de los diseñadores gráficos trabajamos hoy con la computadora, nuestra principal herramienta. Cualquier vestigio de la preocupación acerca del fuerte control que la computadora pueda ejercer sobre el oficio de diseñador lo encontraríamos exclusivamente en la escuela, en la etapa de formación de un diseñador, pues es allí donde se siguen practicando los métodos tradicionales que extraen los distintos procesos del diseño, donde se exponen sus principios profundos.

La computadora facilita procesos, lo que extiende considerablemente las capacidades del diseñador, la aparición de la computadora aporta parecidas consecuencias, pero en una dirección radicalmente opuesta: aumenta enormemente la eficacia en la producción, pero al mismo tiempo permite a los individuos optar por un lugar de trabajo descentralizado.

A través de la computadora los programas de diseño, el internet y correo electrónico circula la información de todos los procesos en los que interviene el diseñador gráfico: la recolección de materiales; la escritura; la edición; la adquisición, creación o captura de imágenes y su manipulación; la creación de tipos de letras y fuentes; la gestión y composición de los textos y de las imágenes; El trabajo del movimiento; la preparación de la entrega; la presentación final del trabajo; el diseño del sitio web; etc. A diferencia de hace 20 años el diseñador había nunca había podido ejercer tanto control sobre



todos los procesos en los que intervenía.

Finalmente la computadora es una CAJA DE HERRAMIENTAS, la computadora no forma al diseñador, una de las cosas que como diseñador gráfico puedo hacer y la computadora no hace, es pensar, pensar en la composición, o llevar a cabo un proceso de diseño, la computadora solo ejecuta nuestras órdenes.

6. El período de comprobación es indeterminado en el tiempo. Puede durar segundos o prolongarse indefinidamente. Es la autoconciencia del ajuste de la propuesta ideada al fin planteado.

Si el tiempo y el presupuesto lo permiten, se podemos destinar un momento dentro del proceso de diseño para revisión y efectuar hacer nuestra propia investigación, encuestar con personas afines a los temas del que estamos diseñando y alguna persona totalmente ajena al contexto que estamos enfocados.

El objetivo del estudio es determinar la estructura de nuestro diseño en este caso el diseño de mi agenda prehispánica ha logrado ser entendible el mensaje que busco transmitir.

Un problema de los estudios las personas consultadas a menudo señalan problemas sin sugerir soluciones, pero es donde evidentemente recolectamos las opiniones constructivas y que aportaran enriquecimiento al trabajo.

Cada diseñador gráfico necesita tener la evidencia del cierre natural de su proceso de gestación visual.

1.3 Conceptos Básicos del Diseño Gráfico

A diario el diseñador esta sujeto a tomar decisiones importantes, es importantes que el conocimiento de su área sea profundo en las herramientas y soportes para una mejor composición de los elementos, pero siempre será bueno tener conocimiento de las reglas, al diseño gráfico y todas sus variantes, pasa igual en la vida en general, si restamos los reglamentos y políticas de cada situación tendremos mejores resultados. Podríamos definir en sencillas palabras como "...a la transformación de ideas y conceptos de una forma de orden y estructura visual" 5.

Esto nos lleva a la función de encontrar la solución a los problemas dentro del campo de la comunicación visual con referencia a "lo que se vende" imágenes, organizaciones y todos los servicios que ofrecemos de una manera más armonioso, original y ordenada, esto nos hace inmediatamente ordenar nuestro ideas que queremos plasmar en un





diseño cuatro reglas indispensables:

1. Objetividad del diseño: esto es tan claro que queremos aunque sea la información
 2. Expresividad: es la enfática de nuestro trabajo; en otro contexto la determinación con que queremos comunicar
 3. Creatividad: la capacidad de uno como comunicador gráfico de retener la atención del receptor sea cual sea el destinatario final.
 4. Funcionalidad: la parte donde la información y sentido de nuestro diseño sea digerible y asimilable por parte del receptor de nuestro proyecto.
- Pero esto se logra siguiendo como en todo ramo una metodología donde en una forma ordenada debemos reunir los elementos como la información necesaria para resolver el tema seleccionado, esta es una mejor metodología a seguir:

A) Identificación del panorama: consiste en el amplio estudio del tema que vamos a desarrollar.

B) Recopilación de datos: Consiste en la acumulación y colección de información de interés de nuestro tema.

C) Síntesis: estos es el proceso mediante el cual se eliminan y seleccionan las datos que consideramos mas relevantes de nuestro trabajo.

D) Gestión: Consiste en darle forma más precisa a nuestro trabajo, es donde las ideas la visualizamos en elementos como papel, acabados etc., de preferencia el diseñador debe entablar relación con sus proveedores preferentemente con el impresor para evitar problemas mas adelante.

E) Elaboración: Donde plasmamos las ideas en el soporte para empezar la construcción y ajuste del material.

F) Verificación: Se analiza el contenido de nuestro proyecto para que la propuesta tenga todas las particularidades o que requiere el proyecto.

1.4 Principales elementos del Diseño Gráfico

Uno como diseñador recomienda analizar todos los objetos que justifiquen su inclusión, por rutinario que parezca, englobando todos los elementos al trabajo final.

En un proyecto de diseño gráfico siempre será recomendable ejercer la composición de los elementos, pues su importancia es tal, que sin esta podemos afirmar que será imposible su realización, esto debido a la manera de colocar varios objetos en una



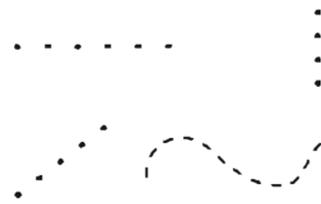
área determinada, lograremos su interrelación para lograr el mensaje logrado. Los elementos se separan en dos grupos los elementos visuales básicos y elementos de formación y relación, según Guillermo González ⁶.

Elementos Visuales Básicos: Se representan dentro de contexto visual y en 3 direcciones, de altura, anchura, profundidad, dando así la forma tridimensional en un plano, en este grupo encontramos al:

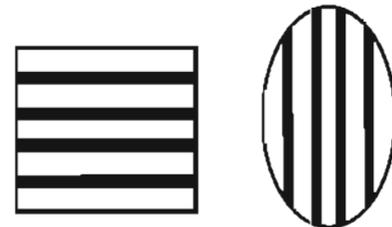
● **Punto:** que se considera como la dimensión más pequeña dentro el campo del diseño, no necesariamente tiene que ser redondo, también puede ser cuadrado, ovalado, triangulares, irregulares, o manchas, su principal característica es que carece de anchura y longitud aún así puede generar ilusiones ópticas.



● **Línea:** esta formada por una sucesión de puntos, tiene longitud y movimiento, pero no anchura, su dirección puede ser variada horizontal vertical e inclinada.

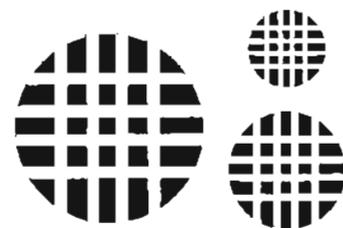


● **El plano:** Se limita por una base de líneas y tiene varios tipos de clasificación, geométricos, lineales y gestuales, poseen anchura, longitud, posición y dirección, por lo general estos planos se realizan a mano alzada.



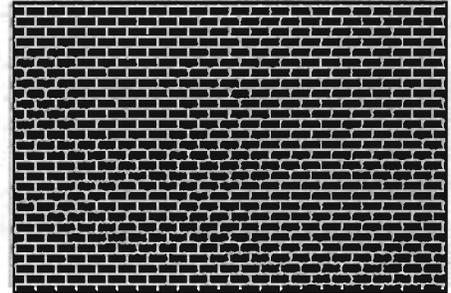
En este conjunto también encontramos al volumen que su particularidad es que se aprecia fácilmente en cualquier objeto que cuenta con tres dimensiones, (anchura, longitud y profundidad) al ser un objeto tridimensional ya ocupa un lugar en el espacio.

● **Dimensión:** Es el tamaño forma y espacio de cualquier objeto, uno como diseñador tenemos que tomar en cuenta la dimensión de nuestros objetos que usaremos para saber el formato que vamos a manejar.





● **Textura:** Se puede definir como la característica superior de un objeto, es el elemento básico para su configuración percibe a través del sentido de la vista y en muchos aspectos a través del sentido del tacto, todo objeto que esta a nuestro alrededor tiene una textura, la textura de cada objeto depende de su naturaleza en si, y estas pueden ser rugosas, lisas, ásperas, duras, suaves, etc.



1.5 El Color

El color es sencillamente la luz del sol o blanca desintegrada. Esto puede comprobarse dejando pasar por un orificio un rayo de sol en un recinto oscuro, haciendo que pase a través de un prisma de cristal triangular y proyectándolo en una pantalla blanca. Como sabemos, el color lo percibimos cuando la luz se refleja en alguna superficie y cambia en el momento que una fuente luminosa se modifica o la luz se refleja en un pigmento diferente ⁷.

Es una de las herramientas más importantes para nosotros los diseñadores, constituye una organización teórica de los colores cuyo objetivo es el armado de los colores básicos por mezcla y cómo interactúan entre sí. Es muy importante tenerlo nosotros mismos por la práctica que nos dará el armado del mismo.

Hasta aquí llegamos con la parte más básica de teoría del color, ahora vienen las partes más interesantes y un poco más complejas ⁸.

Colores Primarios: Son aquellos colores fundamentales que no pueden ser obtenidos por la mezcla de otros: el amarillo, el rojo y el azul. Mezclándolos de dos en dos se obtienen los secundarios.

Colores Secundarios: Son los obtenidos por la mezcla de dos primarios y son: el naranja (rojo + amarillo), el verde (amarillo + azul) y el violeta (rojo + azul). Mezclando un primario y un secundario se obtienen los intermedios, en cuya denominación van incluidos los colores que intervienen: amarillo-naranja, rojo-naranja, rojo-violeta, azul-violeta, azul-verde, y amarillo-verde.

Terciarios Dos secundarios mezclados dan como resultado los terciarios: amarillo terciario (verde + naranja), rojo terciario (naranja + violeta) y azul terciario (verde + violeta). Los terciarios son los colores que más abundan en la naturaleza y los más usados en la pintura, ya que por ellos brillan los más exaltados y cobran vida los de intensidad media.



Cuaternarios Mezclando los terciarios entre sí se obtienen los cuaternarios: rojo terciario + amarillo terciario da un naranja neutralizado, amarillo terciario + azul terciario da un verde muy neutro (verde oliva) y rojo y azul terciario da un violeta neutro parecido al de la ciruela.

El blanco los usamos para aclarar y el Negro para obscurecer.

Los colores tienen la capacidad de transmitir mensajes, que son reconocidos internacionalmente además de contar como propiedades específicas divide dichas propiedades en cuatro categorías.

El volumen se considera como el dominio que ejerce un color sobre otro; así pues entre los colores dominantes tenemos rojos y verdes; los rosados, azules y claros y amarillos, los conocemos como pasivos.

El valor emotivo del color es capaz de manifestar diferentes acciones o situaciones y nos transmiten diversas sensaciones. Por ejemplo, el rojo se emplea para transmitir una sensación de peligro o riesgo.

Las propiedades del color son cuatro: matiz, intensidad, valor y temperatura.

Matiz: Es el nombre propiamente dicho del color y es el que lo ubica en el círculo cromático. Los nombres de fantasía son creados por las marcas o por la asociación con algún elemento por ejemplo rojo indio, rosa piel, verde bandera, etc.

Intensidad: Se refiere a cuán "puro" es un color, no está relacionada con el valor del mismo, es independiente de cuán claro u oscuro es. El mayor grado de pureza de un color es como sale del pomo. Cuando agrego otro color o médium para aclarar u oscurecer lo "neutralizo", es decir que ya no está en su máxima intensidad. Lo contrario de intenso de un color es cuando lo neutralizo, ensucio o agriso.

Valor: este término define cuán luminoso (claro) u oscuro es un color. Se refiere al grado de luz que tiene un color. Escala de valores: está compuesta por un color que va desde su máxima luminosidad hasta su mínima luminosidad en varios pasos establecidos.

Temperatura: Es una propiedad difícil de definir porque tiene que ver con la sensación física que provocan los colores. Colores cálidos: son los que pertenecen a la franja roja, naranja y amarilla, y se identifican con el sol, el fuego, el calor, etc.

Colores fríos: son los que pertenecen a la franja de los verdes, azules y violetas. Y se identifican con el frío, la nieve, etc.



Esta capacidad que tienen los colores, es de gran importancia al momento de realizar nuestro diseño, ya que según el color que se escoja, ayudar a transmitir acertada o erróneamente la idea ⁹.

Son aquellas que proyectan un estado de ánimo. Cada color posee una cualidad especial, por ejemplo el verde claro transmite tranquilidad y calma.

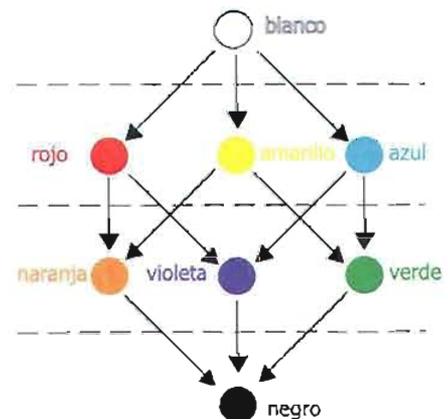
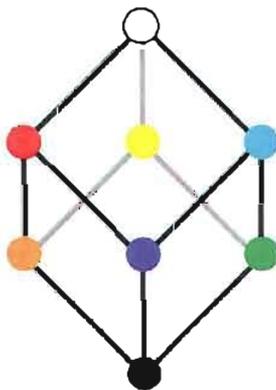
Como se observa, esta propiedad condiciona la elección del color para nuestra composición. Es fundamental, antes de tomar una decisión sobre el color empleado, examinar cada una de sus características particulares de tal forma que, lo que deseamos expresar se aproxime al color escogido.

En el diseño de la agenda, el color es otro factor indispensable, ya que valiéndose de este podemos brindar al trabajo mayor que expresión, además de establecer interesantes efectos; sin olvidar que la cantidad de colores aplicados se determinan por varios aspectos económicos, debido a que al emplear varios colores causa un costo más elevado, por lo que se recomienda a su restricción.

Para tal caso, se recurre a diversos tonos del mismo color, que proporcionan un énfasis a nuestros elementos, sin disminuir la calidad e imagen del trabajo.

Otra opción es investigar los distintos papeles de colores disponibles, que como ya se ha visto, ofrecen grandes alternativas al ser empleados como fondo y establecen un equilibrio con el color del diseño para aumentar nuestro mensaje.

Desde hace años, investigadores, científicos y artistas se han esforzado una y otra vez por relacionar y ordenar los colores de manera sistemática en forma de cuerpos geométricos. En el cubo de los colores de Alfred Hicethier los ocho vértices del cubo recogen los ocho colores base. En el vértice superior, el blanco, como el color más claro. Inmediatos a él, los tres colores fundamentales y debajo las combinaciones de dos de ellos, más oscuras y más próximas al negro del vértice inferior, apoyado en el cual se sostiene el cubo ¹⁰.





En la serie simple de tonos, los tres colores amarillo, rojo y azul ocupan una situación especial. Todos los demás tonos que se encuentran enseguida se pueden obtener por combinación de estos tres colores fundamentales.

Como diseñador decidí apoyarme en esta teoría porque es una a manera sencilla y muy clara de jerarquizar los colores de manera ordenada.

● Claves Tonales

Aunque en un tema se manifieste una gran gama de tonos, siempre deben reducirse agrupando los que más se parezcan entre sí en tres categorías: claros, intermedios y oscuros.

No deben utilizarse más de cuatro o cinco tonos si se pretende que el efecto resulte simple y tenga impacto. Con un tono claro, dos o tres intermedios y otro oscuro serán suficientes para resolver la mayor parte de los temas ¹¹.

Haciendo uso de cuatro valores: uno blanco, uno intermedio claro, uno intermedio oscuro y otro negro se constituyen las seis claves tonales básicas que, con una estructura adecuada, nos ofrecerán los mejores resultados tonales y el mayor efecto de simplicidad, vigor y claridad en la expresión de nuestro diseño, cabe aclarar que para la elección de colores para aplicarlos en mi agenda, buscaré emplear colores que se utilizaban con frecuencia en los códices y los pigmentos que utilizaban nuestros antepasados para pintar algunas piedras.



1.6 El Diseño Editorial y los elementos que lo componen

El diseño editorial es el dibujo previo de lo que ha de ser un trabajo tipográfico armónicamente ordenado. Puede ser esquemático o detallado, dependiendo de la complejidad de la obra y en consecuencia, del número de detalles datos que sea necesario para un resultado eficaz y práctico. El diseño es una búsqueda constante que lleva de la autocrítica y a la mejor solución de cualquier proyecto.

En ocasiones los diseñadores bombardeamos de efectos gráficos a nuestros lectores. Esto sucede porque el diseñador realmente no sabe de qué habla el texto o la lectura y a qué público se dirige. Por eso, el diseñador tiene una responsabilidad may grande con la palabra publicada, que es la de informar a que público va dirigido. Para llegar a un diseño editorial deseado necesitamos apoyarnos en ciertos elementos, que veremos a continuación:

Para muchos estudiantes, profesores del diseño y profesionistas el diseñar es una actividad abstracta que implica la adquisición de nuevos conocimientos, la búsqueda, las soluciones prácticas y económicas. No hace mucho, el proceso del diseño editorial era may largo ya que implicaba la selección de imágenes, acomodo del texto, fotos, ilustraciones, imprenta, pruebas, producción y encuadernación, en su gran mayoría de estos procesos se realizaba a mano alzada, era recortar y pegar manualmente los elementos mencionados.

Actualmente con las computadoras se puede calcular el número de imágenes que tendría una revista o un libro, esto simplifica el trabajo y lo hace mucho más rápido y con un margen de error mínimo, pero siempre es mejor bocetar a mano pues la práctica y experiencia se enriquecen siempre.

No hay que olvidar que la computadora es sólo una herramienta más como muchas que existen, pues los elementos reales que ayudan a crear un buen diseño editorial son los usados internamente, como los márgenes, tipografías, retículas, interlineados, fotografías, ilustraciones, papel, acabados, etc.

La esencia del diseño editorial es como pensar en acomodar el mundo en páginas, cosa que los diseñadores de libros o revistas tienen esto presente en a cabeza la mayoría del tiempo, que en pocas palabras le podemos decir "compaginar" en ocasiones, se puede partir de una foto, para después adaptar una retícula, o partir de formato para exhibidores, donde parte nuestro diseño.

Estos elementos nos ayudan a organizar, estructurar y diseñar nuestro trabajo de tal manera que los objetos que forman este principio se pueden apreciar de manera ordenada y coherente sus bases o principios son:



- **Equilibrio:** Consiste en distribuir y acomodar los elementos en nuestro plano para encontrar la estabilidad visual y a su vez conseguir la armonía entre estos.

- **Escala:** Es cuando el tamaño original del objeto cambia, siempre y cuando sus proporciones sean las mismas con respecto a otros elementos para establecer un equilibrio visual en cada una de sus partes.

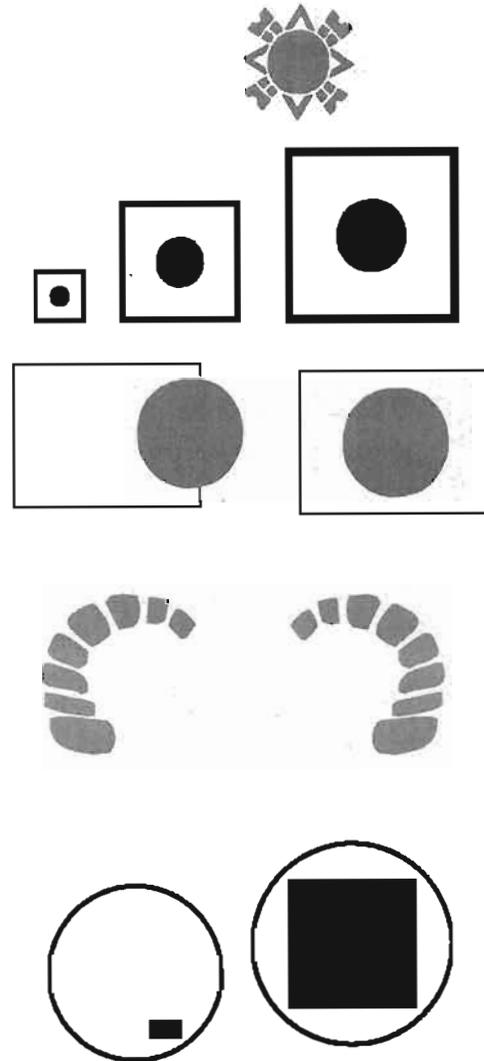
- **Posición:** Simplemente es la ubicación de los objetos que forman la composición.

- **Dirección:** Se refiere a la organización y la posición de los objetos dentro del formato establecido, cada uno de estos elementos tiene una dirección, arriba, abajo, atrás adelante, para formar una dirección.

- **Espacio:** Es la organización de los cuerpos debe de existir una relación entre las diversas formas, texturas, colores, posición y tamaño de todos los cuerpos. Lo que resulta más interesante es que todos estos elementos están condicionados por el papel que usaremos, a tal grado que al valorar las características de cada papel se podrán conseguir mejores beneficios.

- **La Retícula**

El empleo de retículas, como base del trabajo en el diseño editorial, es indispensable, ya que en base a estas se organizan cada uno de los elementos que conforman al proyecto de manera coherente y ordenada. Alan Swan, define a la retícula como "la división del espacio en medidas dadas, que permite alinear los elementos de la composición según un patrón armónico" ¹².





A través de la retícula se combinan el texto, las imágenes, elementos gráficos, para establecer un proyecto más efectivo; el número de divisiones, tanto horizontales como verticales depende de los fines de trabajo así como de la imagen que se desee representar.

En el caso de la agenda, la elección de la retícula debe de ser estudiada con atención, para que el texto, los elementos e imágenes sean manipuladas de tal modo, que además de ser agradable a la vista se funcional. Por lo que podemos afirmar, que según sea la construcción afectar composición y su contenido.

Si tomamos en cuenta lo anterior y de acuerdo a las características de la agenda, es conveniente utilizar una retícula de cuatro franjas horizontales, que en general se emplean para tantos días de la semana, direcciones directorio etc., en razón que permite transmitir la información de manera práctica. Además de proporcionar una serie de espacios libres para cualquier anotación del usuario.

• La Tipografía

La infinidad de clases de letras y sus características esenciales, nos permiten definir el concepto que queremos manifestar, de igual modo, se crean efectos al combinar distintos tipos, experimentar con los tamaños y colores existentes.

En general, todas las letras poseen tres aspectos que las determinan y están relacionadas entre si "el diseño de los caracteres, la composición de ellos en el espacio y las técnicas manuales y electrónicas que intervienen" ¹³. Michael Beaumont, define al tamaño de la tipografía como "la altura del carácter e incluye una del espacio por encima y por debajo de la forma real de la letra" ¹⁴. Como sabemos, el tamaño se mide en puntos, existiendo 2 medidas principales:

El sistema Didot; el cual, un punto corresponde a 0,3579 mm. Y doce puntos se conoce como cícero. El sistema angloamericano; en donde un punto corresponde a 0,351 mm. y doce puntos se conoce como PICA.

Es necesario, tomar en cuenta al momento de definir la tipografía, que esta sea legible y su tamaño vaya de acuerdo con el espacio del diseño; de esta forma podemos expresar nuestra información con mayor claridad y al mismo tiempo conseguir un trabajo más llamativo.

Hoy en día con el manejo de las computadoras, así como la cantidad de programas existentes ofrecen una amplia gama de tipos, lo que nos permiten elaborar diversos efectos; La tipografía se puede distorsionar, ampliar, condensar y cambiar de color con mayor exactitud y velocidad.



Del mismo modo, el empleo del papel favorece o disminuye el valor de la letra, por lo que se necesita ser cuidadoso en su elección.

1.7 Bases del Diseño Editorial

Como sabemos, el diseño editorial, es un área del diseño gráfico que por medio de la comunicación visual facilita día a día los valores culturales, a través del compromiso de responder a la necesidad social.

Este medio maneja información, mediante el uso de palabras combinadas con elementos gráficos, así como el empleo de imágenes, fotografías e ilustraciones. En otras palabras consiste en al capacidad de promover cierto mensaje, a un determinado número de personas, al utilizar efectos visuales e integrar la imagen con el texto de manera ordenada y sencilla de asimilar.

Del mismo modo en este campo, es indispensable establecer una serie de normas, para lograr una organización de los elementos que lo conforman, con la finalidad de alcanzar un equilibrio dentro del área de diseño.

Por otra parte, es fundamental que tomemos en cuenta, que el estilo y la imagen que deseamos proyectar depende de la función del trabajo. Así mismo necesitamos plantearnos diversas preguntas como: ¿A quién va dirigido el trabajo? ¿Cuáles son sus principales intereses, etc., esto con el fin de establecer los rasgos particulares de la composición.

De esta forma, además de lograr un gran impacto a través de mensajes visuales, el diseño cubrirá las expectativas del lector.

El diseño editorial está dividido en diferentes áreas, que se han especializado según sus tipos de información. Aún cuando, cada una de estas cuentan con características específicas, todas cumplen la misma función: Transmitir un mensaje, tanto expresivo como creativo, para entablar una comunicación visual efectiva.

Es importante considerar, que las áreas que comprende el diseño editorial a sus rasgos provocan ciertas restricciones al momento de comunicar lo que implica un conocimiento profundo acerca del objeto del diseño, para establecer diversos factores como: La determinación del formato, del tamaño de la tipografía, la aplicación del color, entre otros.



La clasificación de algunos campos del diseño editorial según su periodicidad al ser publicados son:

- Periódicos
- Revistas Folletos
- Folletos Informativas
- Folletos publicitarios
- Catálogos
- Libros
- Agendas
- Calendarios
- Reportes Anuales



• La agenda dentro del campo del Diseño Editorial

La agenda se considera, producto del diseño editorial, en la que se anotan con el fin de recordar aquellas actividades importantes que se han de realizar durante el día; cuyo objetivo consiste en, una planeación en la que el hombre construye sus vivencias y experiencias.

Existen varias clases de agenda, que se clasifican a partir de esencia de cada individuo, es decir, el contenido y rasgos de su composición dependen de las características del usuario. Intervienen factores como la edad, el sexo, la profesión, la cultura.

No obstante a su diversidad, todas cumplen con el mismo propósito, son elaboradas para registrar ideas, mensajes y datos, de tal manera que sirvan como apoyo al construir cada una de las actividades que se han realizado en un futuro.

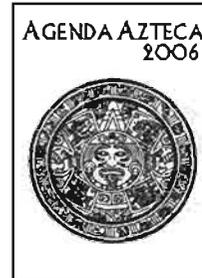
En la planeación de la agenda, es indispensable tener presente los elementos que la conforman como la tipografía, la retícula las imágenes, etc. para lograr un refinamiento del soporte gráfico y desarrollar nuevas ideas o conceptos.

El diseñar la agenda, nos ofrece libertad gráfica, ya que su contenido está determinado por personas a las que se dirige. Por esta razón, la presentación y los elementos visuales empleados son de gran influencia para la aceptación del trabajo.

En la elaboración de agendas, es indispensable el material de apoyo, así pues lo primero que se establece es el tamaño y la forma del papel, del mismo modo es conveniente investigar la calidad, el estilo las dimensiones y los diversos colores de los papeles disponibles, ya que afectará en las decisiones visuales.



El formato depende de los fines del trabajo y del material en el que se realizará. Se conoce como formato a "el espacio o límite, que será empleado como margen dentro del cual se desarrollará la composición" ¹⁵.



Al momento de definir el formato, es fundamental considerar el factor económico, en razón que, el tamaño del trabajo sin una adecuada planificación llega a provocar el desperdicio de papel.

De igual manera, los cortes poco usuales afectan al presupuesto establecido. También debemos considerar que, según la forma que se elija, otorgará mayor o menor fuerza al trabajo, puesto que de ella depende a la organización de los elementos.

Como sabemos, la composición de una agenda es variable, al comprar dos agendas aparentemente similares, podemos observar que existen diferencias en cuanto al empleo y distribución de los elementos, lo que influye en su estructura general.

En el diseño de la agenda existen diversos componentes, como el texto, el color, elementos e imágenes, que nos brindan la libertad de combinarlos y convertirlos en rasgos particulares de nuestro trabajo.

1.8 Elementos Visuales dentro del Diseño Editorial

La inclusión de las imágenes visuales es indispensable. Cuentan con la cualidad de romper con la uniformidad del proyecto, al emplearse como acentos que caracterizan la composición.

Es importante, al combinar las imágenes con la tipografía, se elabore de modo que la imagen se integre al texto, controlando el peso visual de ambos. Para tales efectos, el color nos permite conseguir un equilibrio y dar énfasis a lo que se desea resaltar.

Por otra parte, las imágenes se utilizan como esfuerzo a la información y completan el estilo del diseño. Estas son muy variables se pueden incluir desde una pleca, hasta conceptos que requieren de mayor elaboración.



Su tamaño es diverso; así se emplea como refuerzo decorativo, generalmente son pequeñas, pero si lo que domina es la imagen, es posible que llegue a cubrir toda la superficie. El papel texturizado, brinda a la imagen una visión especial al engrandecer a la forma a través de su textura.

Para la realización de agendas es indispensable jerarquizar la información en áreas de importancias lo que permiten guiar al usuario de manera que perciba el mensaje con mayor claridad, de este modo podemos dividir la agenda en dos partes principales. La portada y el contenido, mismas que se relacionan entre si al depender una de la otra.

● La Carátula

Al diseñar la portada se consideran factores como; el fin del trabajo, el tipo de personas a las que va dirigido, etc.

Por lo que es primordial estimar las características e interés del usuario, para reflejar a través de los elementos sus rasgos y preferencias individuales. Dadas las particularidades de la agenda, es indispensable dedicar tiempo a la experimentación sobre el tipo de la composición, para establecer un interés en el lector y lograr cubrir sus exigencias.

Debemos considerar que la portada es la parte del proyecto que primero se ve, lo que implica un diseño suficientemente atractivo para llamar la atención.

Al recurrir a diversos elementos y acomodarlos en cierta forma se cubrirá nuestro objetivo. Tal es el caso de la familia tipográfica empleada, color, papel, etc., pues nos ayudan a establecer y definir los rasgos distintivos del trabajo.

● El Contenido

Una vez decidido el estilo, el siguiente paso consiste en estructurar el diseño de las páginas interiores de la agenda que como sabemos cuenta con diversas áreas especificaciones

- Datos personales
- Información de apoyo al usuario
- Sección correspondiente a los días del mes
- Sección para anotaciones
- Directorio telefónico
- Calendario



Según Jonh Laing ¹⁶ Considera que el contenido es la composición o estructura de cada página en que se emplea como base de trabajo.

Las páginas que integran el contenido, deben estar diseñadas de tal forma, que a pesar de contener información diversa exista un factor común; la tipografía, elementos o imágenes que sea representativo y establezca nuestro estilo.

● Tipos de Publicación

El diseño editorial abarca la elaboración de libros, revistas, periódicos agendas y cualquier tipo de impreso en el cual haya texto sin excluir agendas, manuales, catálogos, dípticos, trípticos, etc.

El uso correcto de una palabra denota una idea a expresar, de ninguna manera la escritura es neutral; esto es porque palabra y concepto van de la mano, así como el grafismo y la carga semántica de un término, y las infinitas posibilidades de combinar las palabras.

Un libro está definido como: toda publicación unitaria, no periódica de carácter literario, artístico, científico, técnico, educativo, informativo o recreativo, impresa en cualquier soporte, cuya edición se haga en su totalidad de una sola vez en un volumen o a intervalos en varios volúmenes o fascículos ¹⁷.

Comprende los materiales complementarios en cualquier tipo de soporte, incluidos electrónicos, que conformen, conjuntamente con el libro, un todo unitario que no pueda comercializarse separadamente.

Pero ésta definición se queda corta si consideramos que un libro o elemento publicado, forma parte de nuestras vidas, que es compañía, enseñanza, conocimiento, diversión y por supuesto evidencia de un momento pasado, presente y futuro. Por ella, dice Gerardo Kloss, un buen lector está obligado a reconocer, por la experiencia que tiene, un libro bien hecho, de buen gusto y tener una actitud crítica hacia dicho objeto.

Cuando vamos a una librería y esta llena de revistas, agendas libros, o fascículos de diversos tipos, temas, tamaños, editoriales y contenidos, nos preguntamos: ¿Cuál es buena opción de compra, cuál no? Será buena aquella que satisfaga nuestra necesidad de conocimiento e interés específico, teniendo en cuenta siempre que una publicación cumple una función social y que dentro de esta función social lleva también una función cultural que se resalta con las publicaciones humanidades y especialmente con los de Arte.





Considerando pues sus funciones, catalogará a todo tipo de publicación:

- Didácticos: libros de texto, destinados a la enseñanza de las diversas materias en las escuelas, colegios, universidades, y otras instituciones educativas.
- De consulta: enciclopedias, diccionarios, catálogos, destinados a despejar dudas.
- Técnicos: libros profesionales, destinados a la especialización en un determinado campo.
- Literarios: libros de formación, novelas, cuentos, poesía, ensayos, biografías, destinados a abrir nuevos horizontes.
- De arte: libros de historia, escultura, arquitectura, pintura, y artes menores, destinados a mostrar una interpretación creativa del mundo.



Notas del capítulo uno

- 1 BROADBENT, Geoffrey, *Diseño arquitectónico*, p.61
- 2 HARDING, Harrold, *Los recursos para la creatividad de los libros*, p. 36
- 3 BROADBENT, Jones G., *Problemas de metodología del Diseño Arquitectónico*, p.68
- 4 ALEXANDER, Christopher, *Notas del Síntesis de la forma*, p.16
- 5 SWANN, Alan, *Bases del Diseño Gráfico*, p. 44
- 6 GONZÁLEZ RUIZ, Guillermo, *Estudio de Diseño*, pp. 73, 190-225
- 7 WONG, WUICUS, *Principios de Diseño en Color*, pp.78-80
- 8 BRIDE, Whelan, *La armonía en el color*, p. 12
- 9 BRIDE, Whelan, *Op. Cit.*, p. 13
- 10 HICKETHIER, Alfred, *El Cubo de los Colores*, pp. 10-15
- 11 CHIWJIWA, Hideki, *Color Harmony*, p. 12
- 12 SWANN, Alan, *Op. Cit.*, p. 144
- 13 BEAUMONT, Micheal, *Tipo y color*, p. 22
- 14 BEAUMONT, Micheal, *Op. Cit.*, p. 10
- 15 SWANN, Alan, *Op. Cit.*, p. 13
- 16 LAING, Jonh, *Diseño Gráfico*, p.9
- 17 KLOSS, Gerardo, *Comunicación y Cultura*, p.78

Para poder ilustrar de una mejor manera esta tesis, decidí colocar como pleca del lado izquierdo tomada del libro "Sellos del México Prehispánico" del autor Jorge Enciso, las placas son la representación de Motivos Geométricos, sellos planos figuras principalmente triángulos y líneas paralelas, y motivos Geométricos, sello cilíndrico "Xicalcolihqui" .

Abril 2005

Domingo 17

10:00

12:00

14:00

16:00

18:00

CAPÍTULO 2

Lunes 18

10:00

12:00

14:00

16:00

18:00

ELEMENTOS DE LA

COMUNICACIÓN

EN UN MEDIO

PROMOCIONAL

CAPÍTULO 2



2.1 La Comunicación

Un elemento vital para poder comprender la o las interpretaciones de la piedra del sol es la comunicación. Lo que nos comunicarnos este monolito se puede interpretar de muchas maneras, principalmente ya que no existe la palabra escrita de sus significados, entonces pasaremos analizar las diversas maneras de nos comunicarnos hoy en día pero ¿qué es la comunicación? Debo empezar diciendo que, el diccionario lo define de la siguiente manera:

Comunicación: n. f. Acción y efecto de comunicarse o comunicarse; la comunicación de una noticia; es estar en comunicación con alguien. 2. Escrito en que se comunica algo presentar una comunicación 3. Medio de unión: la comunicación entre dos pueblos 4. SICOL. Transmisión de la información en el seno de un grupo, considerada en sus relaciones con la estructura de este grupo.

Comunicado: n. m. Aviso o información transmitidos oficialmente, información difundida por la prensa, radio o televisión ¹⁸.

Por otra parte la palabra comunicación deriva del latín "comunicaré": compartir, hacer partícipe de algo. Hacer que sea de todos, dar parte de una, dividir algo con otros.

También debo explicar en el comienzo de esta tesis, que es la comunicación por sí sola, y esto la podría definir tan simple como el acto de relación entre dos o más sujetos mediante el cual se evoca en común un significado.

Por ejemplo, cuando dos persona que hablan el mismo idioma conversan, el mantener una conversación de un mismo tema, sea político, cultural, deportivo o religioso, se mantiene un significado común, así pues comunicarse, es algo cotidiano, pero comunicarse mal, deficientemente, también es asunto de todos los días, esto es algo común, es por eso que difícilmente a la comunicación se le examina desde el punto de vista de la comunicación gráfica en relación a un proceso de diseño.

Pero no solo verbalmente es la vía de comunicación entre las personas o seres vivos entre sí, desde los tiempos más remotos el hombre se ha hecho entender de diversas maneras; a través de sus sentidos, de sus percepciones sensoriales que pueden ser portadoras de información y que ponen en común la posibilidad del diálogo con otros seres vivos, resolviendo así un problema de comunicación del lenguaje como conjunto de signos.

La comunicación de imágenes también la podríamos definir como comunicación visual, y esto la entendemos todos como, todo lo que nuestros ojos ven, cada cosas tienen un valor distinto, según el contexto en el que están insertas dando informaciones



diferentes, ya sea con la intención u ocasional, conteniendo dentro de esto un mensaje visual, la comunicación visual se produce por medio de mensajes evidentemente visuales que forman parte de la gran familia de todos los mensajes que actúan sobre nuestro sentidos sonoros, por ejemplo cuando vemos la luz del semáforo cambiar del color verde al ámbar y pocos segundos después al rojo, nos comunica algo que conocemos desde niños, sin la necesidad de mandar un mensaje escrito o una el escribir una palabra.

En los soportes visuales que hacen que entendamos la comunicación por parte de los signos, debemos comprender que son las que se toman, se consideración y se analizan para poder utilizar con la mayor coherencia respecto ala información y están son la textura la forma, estructura, módulo movimiento.

El diseño gráfico podríamos entenderlo como la actividad y habilidad del ser humano de organizar distintos elementos del entorno plasmar o proyectar con el fin de transmitir una idea y comunicar un mensaje de manera visual.

Dentro del lenguaje, el vehículo que con más frecuencia usa el hombre para comunicarse y trasmitir un mensaje o una idea es la palabra, es decir la comunicación verbal. La comunicación verbal consiste en la escrita, fonética, ideográfica y oral:

- A) Escrita. La cual puede ser manual o escrita.
- B) Fonética Dada por símbolos que representan sonidos y letras
- C) Ideográfica: Dada por símbolos que representan palabras o ideas como los ideogramas chinos, los jeroglíficos, signos matemáticos, etc.
- D) Oral la cual corresponde a la voz viva o su reproducción.

Aquí podríamos encerrar a los diversos discursos, a las preguntas, las pláticas, conferencias, charlas, radionovelas, etc. ¹⁹.

En la comunicación verbal escrita tanto fonética e ideográfica, encontramos a los medios impresos, es decir; el telégrafo, la prensa, los libros, cartas, periódicos, planillas, anuncios y los códigos.

La comunicación verbal escrita, fue un medio de comunicación e información elitista en sus orígenes pues no todo mundo tenía acceso a la educación escolar, es decir aprender a leer y a escribir, y aún en la actualidad está confinada a grupos menos numerosos pues exige un grado de desarrollo individual y social mucho más elevado que la comunicación social.



Cuando no está presente la palabra escrita, existe la comunicación no verbal, la cual está dada por:

A) Gráfica, Manual: formada por señales, dibujos, garabatos, pinturas e indicaciones, etc. (Figura 1).



Figura 1: Signos en una cámara fotográfica que nos comunican su manejo.

B) Kinésica: Dada por el lenguaje del cuerpo. Formada por la risa, pucheros, señas, llanto, posturas, mímica, gestos, etc. Otras sugerencias tales por el sexo, la raza, el estatus social, etc. en las cuales el comunicador no tiene un control consciente sobre de ellas. Estos elementos son parte de cualquier situación cara a cara, aunque no se incluye a la palabra dentro de éste proceso de comunicación. Figura 2.



Figura 2: La comunicación se produce por medio de mensajes visuales que forman parte de la gran familia de todos los mensajes que actúan sobre nuestros sentidos sonoros térmicos etc.

C) Fonética. Dada por sonidos hechos por la voz, cuerpo y objetos. Está constituido por ruidos, silbidos, zumbidos, murmullos, tarareos, etc. Todos los elementos que componen la comunicación no verbal, pueden emitirse voluntariamente, consciente ó inconscientemente ²⁰. Figura 3.



Figura 3

A su vez, el mundo no verbal se puede dividir en tres grandes ramas:

- 1) Lenguaje por signos; Cuando nos valemos de gustos, tonos vocales que representan una palabra, un número ó signos de puntuación, etc.
- 2) Lenguaje de acción; El cual incluye todos los movimientos del cuerpo mismos que sirven para comunicarse pero que no son medios de comunicación como el correr, sentarse, saltar, etc.
- 3) Lenguaje de objetos; El cual resulta ser un medio de comunicación a través de cosas materiales incluyendo al cuerpo humano y sus vestimentas.



Signos de prohibición; una vez aprendidos son impecablemente comprendidos.

De cualquier forma que nos comuniquemos, utilizamos nuestro cuerpo para cubrir dos funciones no verbales: la de reforzar nuestro mensaje verbal y la de revelar nuestras actitudes y emociones.

Los movimientos del cuerpo reflejan las intenciones de las personas en relación a incurrir ó excluir a otra aunque sea por medio de movimientos no intencionados.





2.2 La Comunicación Gráfica

La comunicación gráfica es el proceso de transmitir mensajes por medio de imágenes que normalmente están en una superficie plana.

Se usan dos clases de imágenes las ilustraciones y los símbolos visuales. El término de ilustraciones incluye fotografías pinturas y dibujos, las palabras se representan gráficamente mediante símbolos de diversas formas llamados letras. Estas letras y las palabras que se forman se llaman símbolos porque nada en ellas puede relacionarse con objetos o ideas que representan.

El símbolo representa algo más, es decir, un acuerdo entre sus usuarios, las imágenes y el lenguaje escrito desempeñan funciones muy diferentes en la comunicación gráfica, pero comparten una notable similitud.

El signo es la combinación de dos elementos; significado y significante, que veremos más adelante y más a fondo.

A grandes rasgos podemos decir que, el significado es aquello que nos presenta mentalmente al captar un significante, el significante podrá recibirse por cualquiera de los sentidos y evocará un concepto, el significante podrá ser una palabra, un gesto, un sabor, un olor algo suave o áspero ²¹.

No podemos dejar de mencionar a la información como parte esencial del mensaje. La información podríamos definirla como un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada de modo que le sirvan como guía de su acción ²².

2.3 Emisor

La labor del emisor es, dar el significado más inmediato de un mensaje mismo que tiene que ubicarse en las características del usuario los cuales también tienen su contacto con el emisor, y lo tienen no sólo a través del mensaje, sino mediante su propia experiencia obtenida con la relación directa del objeto y con las obtenidas dentro de su vida particular y social ²³.

El emisor también es aquel que está designado en un proceso de comunicación en donde el mensaje lo elige para que lo trasmita; le indica con cierta intencionalidad y lleva de alguna forma una dirección determinada aunque no se manifiesta en su totalidad en el mensaje y más aún, en muchas ocasiones puede aparecer distorsionado.





Es importante mencionar que cuando el emisor es el único contacto a través de la transmisión de los mensajes y de las concepciones que han sido impuestas por la sociedad, en donde es importante el rol de manipulación masiva que cumplen los medios de difusión con una versión internacionalizada, este tipo de relación nos lleva a juzgar al emisor sin haber tenido una experiencia directa con el.

En otras palabras el emisor es el que envió las señales de las cuales serán todo elemento que se origina sólo para la transmisión de los mensajes.

El punto de partida para la utilización de señales reside en el propósito del emisor al transmitir el mensaje.

Una particularidad especial es que sólo a través del envío de señales, el receptor puede identificar el mensaje enviado por el emisor, hay que aclarar, que el emisor siempre existirá con ó sin diálogo.

Cuando un individuo a través de ciertos prejuicios en su formación individual y social está dentro de un proceso de comunicación, conlleva la imposibilidad de conocimiento claro dado por el emisor. Los mensajes que no implican el contacto con él pueden llegar a tomar tal fuerza en el receptor, que éste los asimilará como prejuicios creando una ruptura total del sentido del mensaje.

2.4 El Significado y el Significante

En la semiología, el problema de la relación entre lo abstracto y lo concreto, entre el significado y el significante es de gran importancia.

2.4.1 El significado: lo podemos englobar como el conjunto de variantes de un mensaje que admite una señal; puede estar por su parte en conexión con las variantes de la señal misma. El significado, hace referencia al contenido interno del mensaje ²⁵.

Resumo al significado como el conjunto elaborado de correlaciones esencialmente arbitrarias entre eventos lingüísticos y no lingüísticos, entre el ruido y la percepción visual del objeto y del lenguaje como razón para la integración concepto /escala de valores.

2.4.2 El significante: lo podemos definir como el conjunto de variantes que admite un significado respecto a la señal. El significante, concierne al contenido externo y visible del termino ambos niveles son necesarios para que el acto de la comunicación pueda efectuarse.

Por lo tanto decimos que el significado y significante son categorías abstractas según las cuales se pueden dosificar los elementos concretos por otros, no son necesariamente conjuntos unitarios sin embargo, la estrecha conexión entre un significado determinado,



se individualiza de todas las demás conexiones de significados y significantes de un mismo código ²⁴.

Esto es lo que se denomina signo, de ahí que un código al estar compuesto por muchas de las conexiones entre significados y significantes puede denominársele también sistema de signos.

El cartel, puede ser un principio claro de las categorías semióticas, pues concentra en su contenido y transmisión de mensajes un problema, un usuario a abordar y una serie de signos mismos que serán traducidos a partir de un contexto social y de educación en significados, significantes e intencionalidad de sí mismos, de tal manera que crean un lenguaje y un proceso de comunicación entre el emisor (en este caso el diseñador), el mensaje (el cartel) y el receptor (el usuario).

2.5 Mensajes

El mensaje lo podemos citar como lo que queremos decir y expresar para iniciar una comunicación y así mismo un intercambio de ideas ²⁵. Aunque debemos aclarar que el mensaje lo podemos definir de muchas maneras según su contexto; en las relaciones sociales por ejemplo; los mensajes cumplen funciones precisas.

Indican algo calificándolo de positivo o negativo; expresan un estado de ánimo, exhortan a actitudes, etc.

La vida cotidiana abarca el diario quehacer, aquello que de alguna manera tenemos que reiterar día a día. Si retomamos esto; podemos ver que la comunicación y transmisión de mensajes forman parte de ése diario quehacer.

Dentro de estas características de la vida cotidiana se articulan varios niveles:

Bien, los mensajes tendrán varios significados, basándose en sus funciones de su diario quehacer, intercala éstos en dos niveles; un nivel con sus procesos de formalización y abstracción y otro con las relaciones más inmediatas caracterizado por su informalidad y por su trivialidad formal.

A nosotros en este sentido generalmente nos interesaría hablar de un mensaje publicitario, propagandístico, estético, educativo, social, gráfico, etc., que se adecue a nuestras características como sociedad en base a una comunicación gráfica prehispánica y actual.

El hombre es el primer elaborador de información y mensajes merced a su inteligencia, estos se representan desde los tiempos más remotos. Pero existen hombres dedicados a vertebrar información en páginas, carteles, audiovisuales, etc., que operan merced al pensamiento y razón humana; el diseñador.



Articulación de mensajes en la relación con otros: que se reducen por las imposiciones propias de la división del trabajo en un conocimiento por la relación que tienen unas cosas con otras. Y por tipificación, en donde clasificamos a nuestros semejantes según esquemas mentales impuestos por la sociedad.

Aunque cabe aclarar que esto no es absoluto, pues también es posible una auténtica relación interpersonal (el amor, la amistad, etc.).

- Los mensajes en lo cognoscitivo.- En donde no podemos negar un nivel de conocimiento en lo cotidiano. Pero hay que distinguir una serie de fuerzas técnicas que regulan las relaciones de trabajo y producción como inteligencia que se mueve por medio de signos y señales a partir de la posibilidad del conocimiento de símbolos que corresponda a la afectividad y a la imaginación ²⁶.

2.5.1 Los Mensajes en la Situación Social

En donde lo cotidiano es producto de una gran complejidad en la cuál, el individuo difícilmente toma conciencia.

La diaria conducta está mediada por instrumentos, objetos, mensajes, etc., que por la falta de conciencia del individuo se ven afectados, creyendo éste estar creando su propia cotidianidad. Aunque cada individuo puede representar de alguna manera la posibilidad de escapar a lo previsto por la sociedad ²⁷.

Los mensajes que dependen de la conducta; en donde las actitudes son impuestas de manera rígida según convenciones que tratan de dar una causa prevista a la vida cotidiana y social. Tal rigidez puede tomar características capaces de provocar conmociones a un nivel histórico / social. Pero por otro lado; aparece también la posibilidad de una respuesta espontánea entre algunas situaciones o de iniciativa para crearlas.

La especificidad de los mensajes consiste en las relaciones que entablan los seres, mismos que determinan el tipo de mensaje en forma y significado, el tipo de medio de difusión y el tipo de resultados ²⁸.

Al presentar al usuario un diseño determinado, el sentido del mensaje lo puede decidir de dos maneras: De una manera autoritaria en la cuál el emisor quiere dar una única versión, de tal forma que el receptor afirme el mensaje recibido sin ninguna posibilidad de crítica, de ruptura y de participación, o de una manera participativa en donde el emisor no es el final del proceso, sino parte activa del mismo (persuasión).





El aspecto más trascendente de la comunicación radica en que la unidad mensaje llegue al receptor en sus términos y con oportunidad y provoque una respuesta deseada, una manifestación en su conducta y origine el proceso de retroacción.

Sin embargo; constantemente vemos afectada a la comunicación con interferencias y ruido. Estos son dolencia real que aquejan a los procesos vitales del hombre y de las organizaciones sociales que nos autorizan a hablar de su "patología" de la comunicación, y lo convierten en un proceso imperante que no cumple los objetivos propuestos, o no permiten siquiera su realización.

Suele suceder que el contenido de la comunicación no arribe a su destino, por que hay imprecisiones en la codificación convencional de los símbolos que escoge el receptor conforme a la percepción de los fenómenos y significados personales y que no precisamente son los más viables.

Es por esto que podríamos decir que los medios para superar los obstáculos de las barreras, ruido ó interferencias en la Comunicación Gráfica son el aplicar la retroacción y buscaren lo posible la confrontación persona a persona evitando actitudes ó tendencias tal cómo:

- El ver ó mirar sin observar.
- Tender a ignorar puntos de una realidad.
- Influencia del estado emocional.
- Pretender comunicación sin un mensaje planeado previamente.
- No recolectar datos, consultar e indagar.
- No revisar la información reunida.
- No verificar la presentación de dicha información.
- No perseguir el proceso de comunicación hasta su destino.
- Exponer subjetivamente los hechos.
- Ignorar los sentimientos ajenos.
- Acrecentar indebidamente los sentimientos propios (impulsos).
- Limitar los elementos del problema.
- Valorar o formar juicios precipitados.
- Restar importancia a los requerimientos.
- Confundir lo real con lo imaginario.

Resistirse a aceptar información que contradiga lo que ya se sabe. Podemos sintetizar lo anterior como el hecho de aprender a escuchar para posteriormente poder transmitir ideas ó mensajes y plasmarlos gráficamente.





Una vez que se detecta el significado del mensaje y /o imagen y se consideran los puntos anteriores, podemos mencionar que siempre tenemos algo que comunicar y lo importante es ver cómo lo haremos para que la idea principal no se distorsione y rompa por lo tanto con el proceso de comunicación.

2.6 Medio

Cuando hayamos elegido el mensaje que se pretende transmitir, tenemos que considerar cómo se transmitirá. Para entender un proceso de comunicación y difusión adecuada de los mensajes que vendrá siendo lo diseñado, se requiere de medios ó canales, entendiéndolos como los recursos de una clase social determinada misma que se encarga de sostener la distribución de dichos mensajes ó información.

Los recursos a los que nos referimos engloban a un sistema de impresión, distribución, de difusión de los mensajes, de producción, etc. Estos siempre ofrecen cuestiones de interés tanto para las posibilidades que dan como las dificultades y limitantes que se plantean.

El medio o canal será entonces el camino que seguiremos para encontrar y alcanzar un fin determinado; en éste caso la transmisión de un mensaje y la retroacción del mismo en una respuesta ²⁹.

Debemos entender que el medio será entonces, el poder que tenemos por donde mandaremos nuestro mensaje, un ejemplo claro para esta tesis, es que estoy tomando la piedra del sol, o calendario azteca, que fue el medio donde los aztecas, plasmaban sus conocimientos astrológicos y los transmitían a través de la piedra.

2.7 Receptor

El receptor será aquel que recibe la señal (mensaje) y la descifre asignándole un único sentido entre los muchos que puede tener en su haber por lo regular el receptor será nuestros clientes o público al que vamos a dirigirnos.

El proceso de comunicación es correcto cuando el receptor asigna a la señal el mismo mensaje que el emisor quería transmitir, es decir cuando el ciclo de la comunicación se cumple satisfactoriamente ³⁰.

Únicamente las circunstancias de la situación en las que se enmarca la comunicación, es decir; la comunicación de la señal, en un determinado lugar, para una determinada función posibilitan al receptor la identificación certera del mensaje. El receptor se identifica con los rasgos del mensaje hacia el, cuál se encuentra atraído su interés.



Muchas veces se pierde la esencia en este transcurso, se imponen modos de comportamiento y por lo tanto se cambia la conducta del individuo y éste va perdiendo su propia personalidad, pues el mensaje desde que es transmitido por el emisor, lleva la intencionalidad de la manipulación hacia el receptor es cuando podríamos decir que se ha perdido la conciencia en el mensaje y no hay respuesta.

Cuando hablamos de conciencia nos referimos al momento en que el receptor asimila un mensaje y empieza a ordenar sus ideas para dar respuesta a éste. Y como respuesta entendamos a aquella que da el receptor una vez que recibe el mensaje, lo asimila, convirtiéndose ahora en el emisor para corresponder a la señal enviada e iniciar así un nuevo proceso de comunicación.

Cabe aclarar que no siempre la respuesta es la que su inicio el emisor espera, pues hay que ver si el mensaje fue transmitido sin ruido, por el canal óptimo y hacia el receptor adecuado para recibir la señal.

2.8 Lenguaje

El código de lenguaje, será un conjunto de obligaciones destinadas a posibilitar la comunicación entre individuos y entre grupos dentro de una determinada formación social el cual podría ser el idioma el signo o la señal.

En su caso, los códigos de un diseñador serán los códigos de elaboración de mensajes, esto es un punto importante, ya vimos que el lenguaje no es sólo la palabra hablada o escrito, sino también los signos y movimientos del cuerpo, durante la época prehispánica, los aztecas comunicaban la gran mayoría de sus historias a través de códices (cosa que veremos más adelante), estos códices contenían todo un complejo sistema de comunicación dignos de estudiarse, y en la gran mayoría no había la palabra escrita, sino existían solamente dibujos.

El código va a determinar el significado de una serie de signos que en conjunto manifestará un tipo de lenguaje. Dichos signos conformarán un sistema por medio del cual se ampliará la lengua, entendiendo a ésta como una serie de códigos. El diseñador, no aparece nunca tal como es; sino tal como quiere que sea el código social en el que está inmerso el usuario.

El proceso de escribir en otro idioma donde determinadas señales corresponden aun determinado tipo de mensaje marca obvias diferencias mismas que existen entre mensaje y mensaje por un lado, y entre señal y señal por otro, así como las que dan en determinados mensajes y determinadas señales, las cuáles hemos aprendido con mayor o menor esfuerzo.



En el México prehispánico, es decir el anterior a la llegada de los conquistadores españoles, vivían los aztecas o mexicas, ellos hablaban el náhuatl. Entre los mexicas había artistas que se dedicaban a hacer libros, los tlacuilos dibujaban historias sobre tiras de papel hecho de corteza de árbol, ese papel, es al que hoy llamamos amate.

Los antiguos mexicanos respetaban mucho a los tlacuilos, que eran sus artistas e historiadores, y también a quienes entendían lo que expresaban los, códices. De ellos decían: Los que están mirando, Los que cuentan, Los que vuelven ruidosamente, Las hojas de los libros de pinturas, Los que tienen en su poder la tinta negra y roja, las pinturas. Ellos nos llevan, nos guían, nos dicen el camino.

Pero ¿Cómo leer un códice? ¿Y qué cosas contaban los códices? Había códices de historia, otros de religión y otros más de asuntos administrativos. Leer un códice es leer dibujos. En estas páginas, se empieza a contar la historia de los mexicas, desde su salida de Aztlán. En los códices, los dibujos representan ideas. ¿Cómo eran esos libros? Cada libro era una tira largísima de papel doblado, como un biombo. En cada doblez quedaba una página, a cada uno de esos libros se le llama códice. Leer un códice es leer dibujos, los códices cuentan historias de los mexicas desde su salida de Aztlán hasta la conquista de los españoles, en los códices los dibujos representan ideas.

Todo lo que mencionamos anteriormente referente a los otros tipos de comunicación, se aplica en nuestra vida cotidiana y se seguirá aplicando, mientras podamos poner en práctica el ejercicio de comunicarnos y expresarnos, comprobado que estas maneras de comunicarse y de transmitir ideas han existido desde tiempos remotos, y los glifos e imágenes que aparecen en algunos códices y en la Piedra del Sol, comunican e interpretan muchísimos hechos históricos en la vida de los Aztecas.

Como mencionamos, en los códices, los dibujos representan ideas, aquí abajo encontraremos algunos de esos dibujos y abajo de cada uno, lo que quiere decir, escrito primero en lengua náhuatl y después en español, comprobando que aun cuando en los códices no había una explicación escrita en español, las ideas cumplen sus propósitos de transmitirnos un mensaje a través de un dibujo.

Aquí para entender un poco más qué significa cada imagen de las que se ven dibujadas, retomé los glifos del anillo de los 20 días de la piedra del Sol, aquí cada día tiene un nombre y un significado, relacionado con una imagen diferente una de otra.





Cipactli
cocodrilo



Ehecatl
viento



Calli
casa



Cuetzapallín
lagartija



Cóatl
serpiente



Miauiwtli
muerte



Mazatl
venado



Tochtli
conejo



Atl
agua



Itzcuintli
perro



Ozomatli
mono



Malinalli
yerba



Áctl
caña



Océlotl
tigre



Quauhtli
águila



Cozcaquauhtli
zopilote



Ollin
movimiento



Técpatl
pedernal



Quiáhuitl
lluvia



Xóchitl
flor



Notas del capítulo dos

- 18 *Pequeño Larousse Ilustrado*, Ediciones Larousse S.A. de C.V., p. 128
- 19 FRUTIGER, Adrian, *Signos, Símbolos y marcas*, p. 277
- 20 FRUTIGER, Adrian, *Op Cit.*, p. 278
- 21 MUNARI, Bruno, *Diseño y Comunicación Visual*, p.57
- 22 MUNARI, Bruno, *Op Cit.*, pp.75-80
- 23 PAOLI, José Antonio, *Comunicación e Información, Perspectivas Teóricas*, p. 28
- 24 PAOLI, José Antonio, *Op Cit.*, pp. 11, 82
- 25 PAOLI, José Antonio, *Op Cit.*, pp. 28-31, 42,68, 125
- 26 *Ibidem* p. 23
- 27 PAOLI, José Antonio, *Op Cit.*, p. 70
- 28 *Ibidem* p. 70
- 29 PAOLI, José Antonio, *Op Cit.*, p. 54
- 30 PAOLI, José Antonio, *Op Cit.*, pp. 28,62



Mayo 2005

Miércoles 18

10:00

12:00

14:00

16:00

18:00

CAPÍTULO 3

Jueves 19

10:00

12:00

14:00

16:00

18:00

LA CIVILIZACIÓN AZTECA CULTURA MEXICANA

CAPÍTULO 3



3.1 Los Aztecas

Para poder hablar de los aztecas, me remontaré un poco de tiempo atrás de ellos, de tal forma que, al menos, encontremos algunas de sus raíces. No es posible establecer nada seguro acerca de estos antecedentes, pero podré dar una idea clara y una perspectiva de que la historia, aún cuando existen diferentes opiniones en las fuentes de información, únicamente difieren en fechas y pequeños acontecimientos que realmente no son de gran trascendencia comparados con lo que sucedió después de la fundación de la gran Tenochtitlan.

Se dice que Aztatlán estaba situado en una isla de la laguna de Mexcaltitlan en la costa de Nayarit y que el grupo salió de ahí entre el año 890 y el 1111, atravesaron primero algunas regiones del norte de Jalisco y después, siguiendo el curso del río Lerma, partes de Guanajuato y Michoacán.

Los mexicas eran, pescadores y cazadores, y no es posible reconstruir en detalle el itinerario que habían seguido hasta que llegaron a las inmediaciones de San Juan del Río, desde donde se cuenta con más información hasta su llegada al Valle de México. Tenían por costumbre encender cada 52 años (duración de un ciclo calendario de ellos), un fuego nuevo; el primero celebrado después de iniciada su peregrinación fue el de Coatépec, en la región nor-oriental del Valle de México, en el año 2 caña (1163). Allí nació, según un mito, el dios Huitzilopochtli (Colibrí del Sur), hijo de Coatlicue que era un hechicero que rendía culto a Tezcatlipoca, era su caudillo y su dios más venerado. Después de él tuvieron otros caudillos-sacerdotes hasta Ténoch, el último, quien auspició la fundación de Tenochtitlan y quién le dio su nombre; aunque también recibió el nombre de México, en honor de Huitzilopochtli o también conocido como Mexitlí ³¹.

A raíz de encender el fuego nuevo de 1163, los mexicas se trasladaron a Tula, y posteriormente se desplazaron a Apazco, por donde celebraron el siguiente fuego nuevo en 1215. Penetraron otra vez al Valle de México y se establecieron temporalmente en diversos sitios como Zumpango y Cuauhtitlan. Continuando su peregrinación llegaron a Ecatépec, bordearon el sur de la sierra de Guadalupe y arribaron a Tecpayocan, el actual cerro de Santa Isabel, cerca de los "Indios Verdes", en donde encendieron su tercer fuego nuevo en 1267. De allí, penetraron a tierras del señorío de Azcapotzalco, gobernado entonces por Acolnahuacatzin, quien les permitió avecindarse en sus dominios como tributarios, hasta que, cuando les gobernaba su primer rey Huitzilihuitl, entre 1273 y 1276, se establecieron en Chapultépec ³².

En realidad, desde su salida de Tula hasta su llegada a Chapultépec, los mexicas sólo permanecían, en calidad de "paracaidistas", unos años en cada lugar por donde pasaban, pues todas las tierras estaban ocupadas y nadie les quería como vecinos por ser muy



pendencieros, practicar formas crueles de sacrificios humanos, y tener la costumbre de robarse a las mujeres casadas. En Chapultépec, sitio estratégico de fácil defensa, se sintieron al fin seguros y desde allí comenzaron a merodear por los lugares próximos, haciéndose, como siempre, odiosos a sus vecinos. Estos, cansados de soportarlos, formaron una coalición con casi todos los señoríos del Valle de México, encabezados por el de Xaltocan y, en 1319, lograron derrotarlos gracias a una estratagema urdida por los tepanecas: éstos les hicieron creer que necesitaban su ayuda militar para combatir a los de Culhuacán. Así lograron que salieran de Chapultepec todos los guerreros quedando sólo los ancianos, las mujeres y los niños, a quienes fácilmente pudieron aprisionar. Desmoralizados los mexicas fueron vencidos por los culhuas y quedaron como sus cautivos o siervos, confinados en Tizapan, lugar poblado de serpientes. Los de Culhuacán esperaban que éstas hiciesen perecer a muchos de los prisioneros, pero resultó que los mexicas consiguieron exterminarlas.

Más tarde, los culhuas, que sostenían una ardua lucha contra los xochimilcas, utilizaron a los mexicas como soldados mercenarios para vencer a sus enemigos y les ofrecieron la libertad a cambio de 8000 prisioneros xochimilcas. Por ser reducido el grupo mexica y no poder conducir hasta Culhuacán a los 8000 prisioneros, se contentaron con cortarles las orejas y llevar éstas, en sacos, a Coxcoxtli, señor de Culhuacán, el cual, horrorizado, les concedió la libertad y les permitió establecerse en Mexícatzingo. Edificaron allí de inmediato un templo en honor a Huitzilopochtli y pidieron a Coxcoxtli una hija "para tenerla como una reina y venerarla como una diosa". Sin saber que los mexicas se proponían desollarla accedió el señor culhua, e incluso aceptó la invitación que le hicieron para que él mismo fuera a reverenciarla. Cuando se percató de lo que habían hecho se enfureció e hizo que sus súbditos persiguiesen sin tregua a los mexicas y los arrojaran a los carrizales que había a orillas del lago, en donde encontraron refugio en un islote abandonado.



● **Fundación de Tenochtitlan:**

En un gran islote fue donde, según la historia, vieron la señal expuesta por Huitzilopochtli: el águila devorando una serpiente sobre un nopal y empezaron a edificar Tenochtitlan en 1345. Doce años después otro grupo mexica se estableció en un islote contiguo, fundando Tlatelolco en 1357. Tenochcas y tlatelolcas quedaron sometidos al señor de Azcapotzalco, pagando en los primeros años tributos muy onerosos. Ténoch conservó la suprema autoridad hasta su muerte en 1369. Dos años antes, en 1367, los mexicas conquistaron Culhuacán en provecho de Tezozómoc (señor Tepaneca, vecino de Huejotzingo y Tlaxcala), y



los señores que allí reinaban encontraron asilo en Coatlichan. A la muerte de Ténoch, algunos nobles mexicanos fueron a solicitar a Coatlichan que un príncipe culhua, llamado Acamapichtli, viniese a residir en México, aunque todavía no con la calidad de rey, que sólo tuvo a partir del año de 1376 ³³.

3.2 El Calendario Azteca

La Piedra del Sol, también conocida como Calendario Azteca, pertenece a la cultura mexicana, del pasado prehispánico mesoamericano. En el año 13-Caña, (147) tan sólo 42 años antes de la caída de Tenochtitlan, tallaron sobre una piedra de basalto de olivino lo que hoy conocemos como el Calendario Azteca o Piedra del Sol. En 1479, según el cronista Hernando Alvarado Tezozomoc, 50 mil indios de Azcapotzalco, Tacuba, Coyoacán, Culhuacán, Cuitlahuac, Chalco, Mixquic, Texcoco y Cuahuitlán fueron a sacar la piedra de "una gran peña de la falda de la sierra grande de Cuyuacan". La movieron con sogas gruesas y carretoncillos hasta colocarla donde fue tallada con pedernales



"recios y agudos". La obra la ejecutó un artista de nombre Técpatl. Este enorme monumento pudo haber funcionado como base de los sistemas calendáricos solar y ritual, y como punto de partida de complicadas observaciones astronómicas. No se ha determinado la ubicación original exacta de este monumento pero se sabe que se encontraba en algún sitio de la plaza principal de Tenochtitlan, donde se encontraban el Templo Mayor y los principales edificios de culto y poder político. Se que, a partir de agosto de 1521 y durante los primeros 38 años de la colonia, la piedra de 24 toneladas permaneció expuesta y mutilada, en un costado de la Plaza Mayor. Esta permaneció junto a la acequia, "donde cotidianamente se hace un mercado fronterero de las casas reales; donde perpetuamente se recogían cantidad de negros a jugar y a cometer otros atroces delitos, matándose unos a otros. De donde el ilustrísimo y reverendísimo señor don fray Alonso de Montúfar, de santa y loable memoria, arzobispo dignísimo de México, de la orden de los Predicadores, la mandó enterrar, viendo lo que allí pasaba de males y homicidios, y también, a lo que sospecho, fue persuadido la mandase quitar de allí a causa de que se perdiese la memoria del antiguo sacrificio que allí se hacía" ³⁴.

• Hallazgo

La Piedra del Sol fue descubierta el 17 de diciembre de 1790 en el costado sur de la Plaza Mayor de la Ciudad de México, en un área cercana que corría por el costado meridional del Palacio Nacional. Durante los trabajos de nivelación de la plaza, en 1790, se descubrieron las dos "piedras" más famosas de la antigüedad indígena: la Coatlicue Máxima y la Piedra del Sol o Calendario Azteca. La Coatlicue quedó arrumbada en el





patio del Real Universidad y después se volvió a enterrar, y la Piedra del Sol fue empotrada a un muro de la Catedral Metropolitana.

El primer estudio sobre la Piedra del Sol lo hizo Antonio León y Gama en 1792. Desde entonces, se han realizado infinidad de estudios sobre el monolito. Una de las preguntas que constantes sobre esta escultura calendárica es si su posición era horizontal o vertical. Ahora se creó con mucha certeza que la posición de la Piedra del Sol debía ser horizontal y mostraba la imagen del relieve solar como en muchos otros monumentos de forma cilíndrica. También se han hecho varias propuestas sobre el valor numérico de cada uno de los elementos presentes en el relieve, de tal manera que gracias a complicadas operaciones matemáticas, se supone que el monolito representa la suma de observaciones astronómicas y es el resultado de complicados cálculos calendáricos.

• De la Catedral al Museo Nacional

Tras su descubrimiento, la Piedra del Sol se colocó en el muro del costado poniente de una de las torres de la Catedral metropolitana. Aquí, la escultura se deterioró no sólo por estar al aire libre y todas las consecuencias lógicas, lluvia, viento, etc. sobre todo porque, según los cronistas de la época, la gente lanzaba inmundicias, fruta podrida y todo tipo de objeto al relieve del calendario. Incluso los soldados que ocuparon la ciudad de México mataban el tiempo "tirando al blanco" al rostro de la deidad.

En 1885 los militares del gobierno porfiriano desprendieron el monolito del muro de la Catedral, para conducirlo al salón principal del Museo Nacional, que estaba desde el gobierno de Maximiliano ubicado en uno de los patios del Palacio Nacional, con salida a la calle de Moneda. El Calendario Azteca se convirtió en la pieza central de la "Galería de Monolitos", que se fundó en 1887.

3.3 El Museo Nacional de Antropología

A finales del siglo XVIII los documentos que formaban parte de la colección de Lorenzo Boturini fueron depositados, por orden del virrey de Bucareli, en la Real y Pontificia Universidad de México. Allí se albergaron también las esculturas de la Coatlicue y la Piedra del Sol, lo que inició la tradición museográfica en México.

El 25 de agosto de 1790 fue inaugurado el primer Museo de Historia Natural, montado por el botánico José Longinos Martínez y fue en medio de este ambiente que surgió la idea que constituir una junta de antigüedades con la finalidad de proteger monumentos históricos.

A partir del siglo XIX México fue visitado por hombres ilustres de ciencia, como fue el caso del barón Alejandro de Humbolt, quienes difundieron el valor artístico e histórico de los monumentos prehispánicos, logrando que en 1825, por decreto del presidente



de la República Guadalupe Victoria, asesorado por el historiador Lucas Alamán, se fundara el Museo Nacional Mexicano como una institución autónoma. Para el año de 1865, el emperador Maximiliano de Habsburgo ordenó el traslado del Museo al edificio ubicado en la calle de Moneda 13, donde había estado la Casa de Moneda. A partir de 1906 el crecimiento de las colecciones alentó a Justo Sierra para dividir el acervo del Museo Nacional, fue así como las colecciones de historia natural pasaron al hermoso edificio del Chopo, construido especialmente para albergar exposiciones permanentes.

El Museo recibió entonces el nombre de Museo Nacional de Arqueología, Historia y Etnografía y fue reabierto el 9 de septiembre de 1910, en presencia del presidente Porfirio Díaz. En el año de 1924 el acervo del Museo se había incrementado hasta 52 mil objetos y se había recibido a más de 250 mil visitantes, por lo que se le concedió el derecho de voto para la adjudicación del Premio Nobel y se le consideró uno de los museos más interesantes del mundo y de mayor prestigio en el extranjero. El 13 de diciembre de 1940, por decreto, se trasladaron las colecciones de historia al Castillo de Chapultepec, y el Museo cambio su nombre por el actual: Museo Nacional de Antropología.

La construcción del actual Museo se inició en febrero de 1963, en el Bosque de Chapultepec. El proyecto estuvo coordinado por el arquitecto Pedro Ramírez Vázquez y asistido por los arquitectos Rafael Mijares y Jorge Campuzano. La construcción del proyecto duró 19 meses y el 17 de septiembre de 1964 fue inaugurado por el presidente Adolfo López Mateos, quien declaró:

“El pueblo mexicano levanta este monumento en honor de las admirables culturas que florecieron durante la era Precolombina en regiones que son, ahora, territorio de la República. Frente a los testimonios de aquellas culturas el México de hoy rinde homenaje al México indígena en cuyo ejemplo reconoce características de su originalidad nacional”.

El Museo cuenta con 44 mil metros cuadrados cubiertos y 35,700 metros cuadrados de áreas descubiertas que incluyen el patio central, la plaza de acceso y algunos patios hundidos a su alrededor ³⁵.

El Museo Nacional de Antropología, además de reunir el más extraordinario acervo arqueológico y etnográfico, ofrece al visitante un acercamiento al arte mexicano de los años 60. En este recinto se pueden admirar las obras plásticas y los murales que realizaron los artistas plásticos más destacados, inspirados en las diferentes culturas que se desarrollaron en Mesoamérica, así como en los pueblos indios que actualmente habitan nuestro país. Por supuesto cabe mencionar que en la sala mexicana se encuentra la Piedra del Sol que representa tal vez el icono más fuerte de identidad de todo el museo.





3.4 Utilizando los Simbolismos de la Piedra del Sol

La Piedra del Sol es un monumento de carácter solar que muestra elementos relacionados con el transcurrir del tiempo. El diseño de esta enorme escultura se compone de una imagen central rodeada de cinco círculos concéntricos. En cada una de estas bandas circulares aparecen elementos que conforman el sentido simbólico de connotación calendárica de este relieve.

En el podemos encontrar los conocimientos matemáticos y de astrología de los Aztecas, contiene las figuras o imágenes de sus días, meses y soles en sus ciclos cósmicos. Mide 3.6 metros de diámetro y pesa alrededor de 24 toneladas. Tomó 52 años para completarlo de 1427-1479 y se cree que fue debido al uso de herramientas de piedra. El calendario Azteca es 103 años más viejo que el Calendario Gregoriano, usado en el ámbito mundial hoy.

Se cree que el calendario Azteca o Piedra del Sol estaba colocado en el tope del Templo Principal en Tenochtitlán, capital del Imperio Azteca, al sur en posición vertical y pintada en rojo vibrante, amarillo y blanco.

Fue enterrado por los españoles cuando conquistaron Tenochtitlán; estuvo perdido por 250 años; hasta el 17 diciembre de 1790 cuando fue encontrado por accidente al realizarse reparaciones a la catedral (que se encuentra asentada en el lugar que antes fuera la capital de Imperio Azteca en el centro de Tenochtitlán). La cara de Tonatiuh está en el centro del calendario, alrededor de la cara se encuentran cuatro cuadros que representan los Cuatro Movimientos que son conocidos también como los Cuatro Soles, o Cuatro Mundos, que representan los diferentes fines o la forma en que los Mundos terminaron, primero por animales salvajes, después por vientos, por fuego y por último por inundaciones. Los Aztecas creían que vivían en el último mundo.

Otro círculo muestra veinte recuadros, cada uno contiene el nombre de los veinte días del mes Azteca: Coatl, Cuetzpallin, Calli, Ehecatl, Cipactli, Xóchitl, Quiahuatl, Tecpatl, Ollin, Cozcacuauhtli, Cuauhtle, Ocelotl, Acatl, Malinalli, Ozomantli, Itzquintli, Atl, Tochtli, Mazatl, Miquiztli.

El año azteca consiste de 18 meses, cada uno contiene 20 días, y cada mes un nombre propio; así que esto cubre los 360 días (18 x 20). Cinco puntos fueron adheridos al círculo, que son conocidos como: Nemontemi y que son los días de sacrificio.

El siguiente círculo está compuesto de cuadros o secciones con cinco puntos, probablemente representan las semanas con cinco días. Después hay ocho ángulos que dividen el calendario en ocho partes, que representan los Rayos del Sol orientados hacia los puntos Cardinales. En la parte baja del calendario, dos enormes serpientes encierran el calendario y se encuentran cara a cara. Sus cuerpos son divididos en





secciones donde están marcados los ciclos de 52 años. Un cuadrado está tallado entre las colas de las serpientes, en el cual se encuentra la fecha 13 Acatl. Esto corresponde a 1479, el año que el calendario probablemente fue terminado. Ocho hoyos aparecen esparcidos igualmente en la orilla del Calendario. En el cual los Aztecas colocaban palos en estos hoyos para que la sombra cayera sobre las figuras del calendario, esto hace creer que se usaba también para determinar el tiempo solar.

Ya habiendo entendido esto, expondré con detalle y en forma desglosada cada círculo de la Piedra del Sol o Calendario Azteca según las interpretaciones más acertadas:

3.5 La Interpretación

La interpretación del significado de la Piedra del Sol enfrenta varios problemas, indica el etnohistoriador Rafael Tena. En principio, su estado de conservación no es el óptimo y por lo mismo no se puede saber qué simbolizan sus formas porque parte de su estructura ya no existe.

"En general la Piedra del Sol da un buen aspecto. Si se quiere decir, está bonita. Pero cuando un investigador quiere ver en detalle, con lo que se encuentra es que hay paneles que a propósito fueron destruidas. En su estado actual no podemos saber cómo tenía la nariz, la lengua o la nariguera. Entonces, el estudio no es exacto".

Pero este no es el mayor problema que enfrentan los especialistas. Tena señala que los investigadores a la hora de interpretar los glifos y los grabados toman generalmente dos posturas. Por un lado están los "sintéticos", que sólo se interesan por los datos que son evidentes; y los "analíticos", que se interesan por todos y cada uno de los adornos que contiene el monumento.

El etnohistoriador acepta inscribirse dentro de los investigadores "sintéticos", pues considera que los mexicas tenían una forma de representación muy concreta, que no se debe analizar de forma exagerada.

"Se pueden especular sobre muchas hipótesis de los investigadores, pero lo que interesa no es conocer las fantasías de los actuales estudiosos de la Piedra del Sol, sino conocer las fantasías de los antiguos mexicanos. Porque así como eran grandes astrólogos y matemáticos, también eran brujos y magos, y era común que todo lo mezclaran".

Rafael Tena, etnohistoriador



3.6 Los anillos o círculos de la piedra del Sol

La imagen central

La deidad que se encuentra al centro de su diseño ha provocado muchas polémicas: hay quienes dicen que se trata del dios Tonatiuh, el dios del Sol, Xiuhtecuhtli, la deidad del centro del Universo, e incluso Huitzilopochtli. Hace unos años se planteó que esta imagen tiene que ver con el inframundo, con la tierra, o que es el Sol nocturno. Recientemente, se dijo que representa una versión peculiar de Tonatihu.



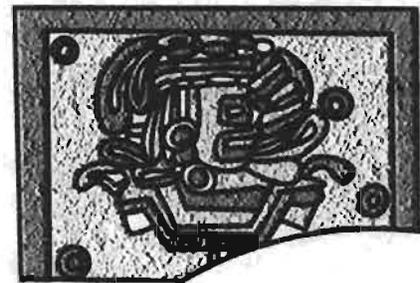
Ocelotonatiuh (Sol de Ocelote)

Tezcatlipoca (con su disfraz de Ocelote) fue el primero en convertirse en sol. Era el principio del mundo, cuando los dioses crearon gigantes que no sabían sembrar ni cultivar la tierra. Cayó al agua y se transformó en un tigre, comiéndose a los gigantes. La tierra quedó sin gente y el día sin sol. Día 4-Ocelotl.



Ehecatonatiuh (Sol de Viento)

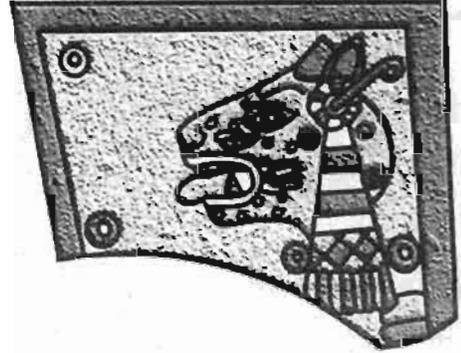
Quetzalcóatl se convirtió en el Sol de Viento y el mundo era perfecto hasta que Tezcatlipoca -hecho tigre- le dio un zarpazo y lo derribó. Se levantó un viento enorme y todos los hombres murieron... Unos pocos quedaron convertidos en monos. Día 4-Ehécatl.





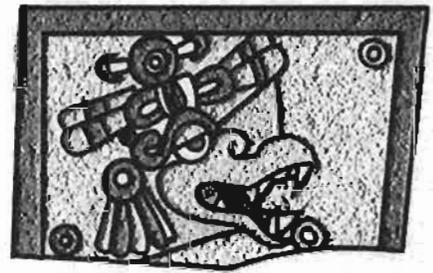
Quiauhtonatiuh (Sol de lluvia)

En esta era los Dioses creadores pusieron por Dios a Tláloc, Dios de la lluvia, pero Quetzalcóatl mandó una lluvia de fuego y los hombres quedaron calcinados. Día 4-Quiahuitl.



Atonatiuh (Sol de Agua)

Quetzalcóatl puso como Sol a Chalchiuhtlicue, hermana de Tláloc. Así se inició el Atonatiuh, un período de sol de agua tras el cual vino un diluvio tan espantoso que el cielo se cayó sobre la tierra y todo!; los hombres se ahogaron. Los que sobrevivieron quedaron convertidos en peces. Día 4.Atl.



Ollíntonatiuh (Sol de Movimiento)

Cuando todavía era de noche los Dioses se reunieron para elegir al encargado de dar la luz. Nanahuatzin fue el primer Dios en sacrificarse, le siguió Tecuciztecatl. El sol había salido pero para emprender su camino necesitó del sacrificio de Quetzalcóatl. Un día este sol también será destruido.

El Mascarón Central representa a Ollintonatiuh, el actual sol que nos ilumina; alrededor se encuentran los cuatro soles que marcan las fechas de las destrucciones anteriores del mundo.





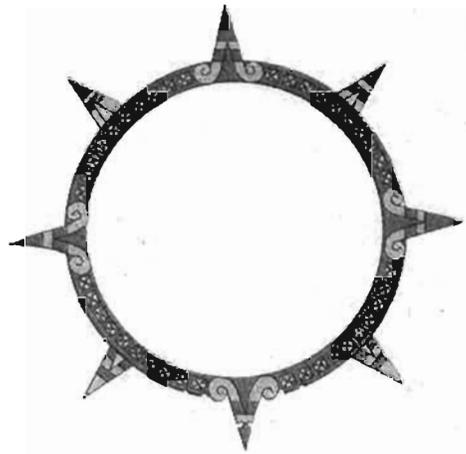
La Ronda de los 20 Días (o Xiuhcoatl)

El Anillo de los Días está compuesto por veinte grabados y muestra la influencia de los elementos en la vida de los hombres.



Los Rayos Solares

Son ocho los rayos solares representados que marcan la expansión del Sol a todos los rumbos del cosmos, adornados con piedras preciosas, plumas y flamas.



Anillo del Sacrificio

Representa el sacrificio ritual dedicado al sol donde aparecen corrientes de sangre adornadas por una flor: El Quincunce. Además de tres plumas preciosas y una perla, símbolo de aceptación del sacrificio por los dioses.





Anillo de las Serpientes de Fuego o Xiuhcoatl

Las serpientes transportan al sol por el cielo y llevan en sus fauces a dos dioses:

Tezcatlipoca - Xiuhtecutli (la noche) a la derecha y a Quetzalcóatl - Tonatiuh (el día) a la izquierda.

El disco solar está limitado por dos serpientes de fuego o xiuhcóatl que abren sus fauces, de las cuales emergen los perfiles de dos deidades contrapuestas, que se ha propuesto que serían Tonatiuh, el dios solar, y Xiuhtecuhtli, el dios del fuego, que aquí simbolizarían el cielo nocturno estrellado y el lugar de la tierra-noche, donde se hunde el Sol al ponerse ³⁶.



Año 13 Caña

Es el año de la creación del Quinto Sol, la era actual que es la fecha de consagración de la piedra del sol en el año 1479 del reinado de Axayácatl.



3.7 La Aplicación de estos símbolos en mi trabajo.

La concepción de una imagen debe hacerse para todas sus aplicaciones buscando una idea base que haga posible no solo resolver de modo consecuente, objetivo y funcional la totalidad de los problemas que presenta la misma, sino que la concepción hallada deba resultar en su práctica un progreso perfilado y característico de la filosofía de la del proyecto y que pretendo transmitir. Con el proyecto de imagen, a la par deben tratarse los problemas de tipografía, color y retícula simultáneamente para resolver así los problemas de comunicación e información futuros todavía desconocidos; la concepción de la imagen a diseñar debe poseer una gran flexibilidad.





La imagen debe resultar atractiva, innovadora y eficaz en su empleo, una exigencia que requiere conocimiento, experiencia y pericia independientemente de la creatividad implícita por parte del diseñador. El diseño de identidad pretende satisfacer las necesidades de comunicación visual basándose en la unidad de formas e imagen, logrando así un diseño de imagen visual el cuál pretende ser un medio de comunicación logrando a través de un buen diseño la calidad de la imagen para otorgar un reconocimiento sólido a la misma, dándole importancia a su perfil, personalidad, política de trabajo, etc., mediante una imagen atractiva, impactante, uniforme y eficaz para que a partir de ésta se identifique positivamente, se distinga de las demás y difunda claramente la esencia de ella; su reputación y respeto dependen mucho de la apariencia visual que se muestre.

El diseño debe estar en conformidad y ajustarse a las políticas de la concepto individuo pues la imagen debe representar realmente las actividades de los mismos así como sus características de organización y estructura. El conjunto de diseño debe tener la capacidad de ser transferido de un medio a otro y de aplicarse uniformemente en todos, esto es; que todos los elementos gráficos usados para identificar al proyecto o individuo deben de ser reconocidos visualmente en todos los campos en que se presenten. Poseer identidad, es crear un marco persistente de diseño y lograr que el reconocimiento global dé confianza.

Una imagen debe hablar por sí misma y debe de reflejar un carácter positivo y organizado. El hombre admite determinado tipo de captación de la realidad; de acuerdo a ésta la representará de la misma manera pero más apegada a su propia experiencia. Cabe aclarar que nunca debe de perderse la esencia del objeto representado. Para lograr una mejor imagen corporativa habrá que coordinarla con los elementos de diseño. La imagen es el elemento central de toda comunicación visual y por ella entendemos a todo objeto que nos provoque una reacción; que nos signifique algo, así el diseñador considerará a sus elementos como significantes que conforman un conjunto significativo.

La imagen de este proyecto no debe visualizarse como algo separado o distinto de la idea que la gente tienen debe de tener sobre la misma, pues la imagen ocupa el centro de una serie de interrelaciones que constituyen una actitud que puede afectar a la percepción de la misma así cómo a su codificación y relación con la empresa individuo que pretende representar.

El concepto que quiero alcanzar refiere al resultado neto de todas las experiencias, impresiones, sentimientos y conocimientos que la gente tiene acerca de ellos, tomando en cuenta sus actividades, giro, función, servicios, especialización, etc., pues todo esto conforma, involucra, y afecta a la misma. Constituye un lenguaje internacional y proporciona a las organizaciones un medio fácil para transmitir su carácter a personalidad propia así como un mensaje uniforme a los receptores y / o consumidores. Actualmente diseñar una imagen se ha convertido en mucho más que un recurso para distinguir



una empresa, producto individuo: constituye propiedades legales importantes convirtiéndose en indicador de calidad, de mensajes abreviados que permiten a los receptores consumidores identificar servicios, productos, organizaciones y personas. Podemos resumir que llegar al objetivo que queremos alcanzar debemos dispone de ciertos canales para transmitir su imagen al público, estos canales son:

- 1.- Servicios.- entendamos por éstos aquella organización y persona destinados a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público así como dar calidad y variedad dentro de una especialidad determinada.
- 2.- Elementos físicos que la estructuran.- arquitectura, personal, vehículos.
- 3.- Información visual y verbal.- referente a la publicidad y al diseño.
- 4.- Relación que posee respecto a un receptor / usuario. Buscando satisfacer los siguientes objetivos:

A: Daré un carácter propio a mi agenda.

B: Comunicaré específicamente tanto interna como externamente una serie de mensajes.

C: Buscaré identificar el gusto los elementos gráficos con el gusto del consumidor.

D: Daré congruencia entre imagen y mensaje.

E: Lograré posicionamiento para encontrar respuesta en el público.

F: Representaré real y adecuadamente a la institución o individuo.

Estilos de la imagen de identidad puede estar conformada a partir de identificación entendiéndolos como estilos buscamos plasmar. Es en este punto importante para mi mencionar que para encontrar ese vínculo entre identidad nacional y los elementos visuales para el diseño decidí tomar los símbolos y glifos que aparecen en la Piedra del Sol o Calendario Azteca, para apoyarme en la realización de mi agenda, ya que este monolito representa ya una parte de nuestra identidad y símbolo patriótico que lo hemos tomado como ícono de representación de nuestra ciudad o bien de todo el país, y lo podemos encontrar aplicada en un gran sin número de artículos en nuestra vida cotidiana. Para concluir el presente proyecto se ha diseñado la imagen de identidad propia partiendo de la investigación y análisis realizados durante el estudio de la Piedra de Sol a partir de investigaciones ya hechas por arqueólogos, etnohistoriadores e historiadores.



3.8 La Piedra del Sol o Calendario Azteca un ícono Nacional.

La Piedra del Sol se ha convertido en todo un ícono de nuestro país, un monolito de grandes dimensiones que fue descubierto casi a la par del inicio del movimiento de Independencia, sin embargo no siempre tuvo esta fuerza, e incluso en algún momento se vió relegada junto con todos los testimonios del pasado prehispánico, con su consecuente deterioro.

Fue a partir de 1885, cuando fue colocada en el Antiguo Museo de Historia, que la gente comenzó a identificar el monolito. Se conocen fotos de personajes ilustres de México como el General Porfirio Díaz, Venustiano Carranza o Cantinflas que posaron junto al Calendario Azteca al considerarlo un testimonio importante del pasado prehispánico, otorgándole con esta acción validez a los ojos de la gente.

En la tarde del sábado 27 de junio de 1964 se le colocó en el actual Museo Nacional de Antropología e Historia donde hoy ocupa un lugar preponderante, lo cual se refleja claramente en el hecho de que en la tienda del museo la gran mayoría de los recuerdos tienen impresa la Piedra del Sol ya que los visitantes mexicanos y extranjeros que visitamos el museo buscamos llevarnos el recuerdo que contenga esta imagen.

La importancia que adquirieron las piezas arqueológicas se debió, en gran medida, a que eran fundamentales para la construcción de la historia patria. La necesidad de exaltar un pasado muy antiguo y glorioso, junto con la de evitar que estos testimonios fueran sustraídos del país, dio lugar a que se gestara el concepto de patrimonio, aunque todavía no se usara ese término.

Desde la creación del Museo Nacional, en marzo de 1825, quedó claramente definida que su responsabilidad consistía en custodiar y estudiar los objetos que se le habían confiado, que no podían salir del lugar sino bajo casos excepcionales o por una expresa orden presidencial. Fue hasta noviembre de 1827 cuando una ley arancelaria prohibió la exportación de ejemplares precolombinos y poco después, en 1830, cuando se comenzó a mencionar al museo como la institución apropiada para guardar este patrimonio. A partir de 1885 la responsabilidad fue asumida por la Inspección de Monumentos, que se hizo cargo de legislar y cuidar las zonas arqueológicas y las piezas prehispánicas, de modo que la obligación del museo se circunscribió a los objetos que guardaba en su edificio. Se hicieron algunos proyectos de reglamentación; sin embargo, fue hasta el decreto del 11 de mayo de 1897 cuando se estipuló claramente la propiedad de Nacional, pero el incremento de las cátedras científicas en diferentes escuelas que también se instalaran en gabinetes, laboratorios e institutos. Así, la reestructuración administrativa que se inició a partir del triunfo de la República en 1867, dio paso a que se abrieran los museos de zoología, botánica y geología en la Escuela Nacional Preparatoria y el Museo Patológico en la Escuela de Medicina, se incrementaran las colecciones mineralógicas en la Escuela de Ingenieros y se fomentaran muchas otras





colecciones como en el Museo de Tacubaya y en el Instituto Médico Nacional, en un proceso que culminó con la gran figura museográfica creada en el seno del Instituto Geológico Nacional, comúnmente denominado Museo de Geología.

Las piezas relacionadas con el pasado mexicano se dividieron en dos partes: las de época prehispánica y las representativas de períodos posteriores. En cuanto a las prehispánicas, durante las primeras décadas del siglo XIX se aludió a ellas con frecuencia como monumentos arqueológicos si estaban en su lugar de origen, y como antigüedades mexicanas, si se remitían al Museo Nacional. Tuvieron una importancia fundamental para la nación ya que le otorgaron una antigüedad clásica por así decirlo, tal y como se concebía la europea. Hasta la década de 1860 fue muy común que estos objetos se reunieran en el Museo Nacional, ubicado en la capital de la República, centro del dominio político y cultural del país. Pero los constantes descubrimientos de ruinas arqueológicas, junto con las protestas manifestadas en algunos estados, que querían conservar estas piezas en sus respectivos territorios, hicieron que con el tiempo se pensara en proteger estos acervos en sus lugares de origen, así como en la creación de pequeños museos cercanos a las zonas.

Los acervos históricos correspondían indistintamente a la etapa colonial y a la del México independiente. La única sede de estas colecciones fue, durante casi todo el siglo XIX, el Museo Nacional, por lo que la trascendencia de la institución sobrepasaba el ámbito educativo, el político y el social. A partir de la década de los noventa comenzó la apertura de otros espacios como el Museo de Artillería, en la ciudad de México, cuyo objeto era recordar las batallas que desde épocas prehispánicas se habían librado en estos territorios. A finales del siglo XIX, se reacondicionaron la Casa de Hidalgo en Dolores, estado de Guanajuato y la Casa de Morelos en Ecatepec, estado de México, para rememorar y conmemorar las hazañas de los héroes de la independencia.

Aunque los acervos naturales e históricos estuvieron bajo el mismo techo a lo largo del siglo XIX, el desmedido crecimiento de las colecciones obligó a su separación definitiva en 1909, lo que dio pie a la creación del Museo Nacional de Historia Natural, destinado a conservar las colecciones científicas. La promoción de la expresión plástica "esencialmente nacional" de la Escuela también fue estimulada por doctas plumas de la época. El célebre Ignacio M.

Al acercarse el año de 1910, uno de los programas prioritarios del ya anciano Porfirio Díaz fue la preparación de los festejos del Centenario. Con ellos se pretendía honrar la memoria de los héroes y mostrar a los mexicanos y al mundo entero el progreso y el desarrollo alcanzado por el país, sobre todo durante sus treinta años de gobierno. Todas las instancias gubernamentales debían colaborar en este gran suceso. Del Museo Nacional se nombró inicialmente a Francisco del Paso y Troncoso como responsable de hacer un estudio detenido de todas las fuentes de la historia de México, pero como éste se hallaba todavía en Europa, la tarea se le encargó a Genaro García, que por





entonces era el responsable del departamento de Historia.

Todo se movió y se cambió; no se escatimaron esfuerzos. Las colecciones históricas debían incrementarse para dar una visión completa del pasado y ubicarse en un nivel digno de las circunstancias. Se contrató a muchos especialistas y se trabajó a todo vapor.

Así, en el marco de los festejos del Centenario, se realizó un gran despliegue de la historia de México, desde sus tiempos más remotos hasta la época presente. Las colecciones históricas reconstruyeron tangiblemente algunos de sus aspectos más significativos, recordaron y conmemoraron a los personajes y sus acciones más sobresalientes y convirtieron algunos objetos en símbolos patrios de la nación mexicana, como el estandarte guadalupano y la pila bautismal.

Poco tiempo después estalló el movimiento revolucionario permaneciendo las colecciones históricas en el mismo orden que se les diera a finales del porfiriato. Hacia 1916 estos acervos se incrementaron con materiales militares provenientes del Museo de Artillería. Durante las primeras décadas del siglo XX los objetos de la historia fueron revalorados bajo una nueva perspectiva que incluía la Administración de Díaz y los primeros protagonistas del movimiento de 1910, en el Museo Nacional de Arqueología, Historia y Etnografía. Una nueva museografía del período colonial e independiente se proyectó ampliamente en la década de los años cuarenta, pero ya no en la tradicional sede de la calle de Moneda, sino en el castillo de Chapultepec, convertido el 27 de septiembre de 1944 en Museo Nacional de Historia. El aumento de acervos y nuevas políticas culturales llevaron, en 1964, a una subdivisión de los mismos: en Chapultepec se mantuvo la visión histórica de los tres siglos de dominación española y los cien años del México independiente, mientras que el recién creado Museo Nacional del Virreinato se especializó en el período colonial.

Nuevos acervos, nuevas interpretaciones: Colecciones Antropológicas, Etnográficas y de Arte Industrial Retrospectivo.

La variedad y multiplicidad de piezas que se concentraban en el Museo Nacional, junto con el surgimiento de estudios sociales más avanzados, conllevó al fraccionamiento de los acervos museográficos en áreas especializadas. El proceso se inició a finales del siglo XIX, con las colecciones denominadas antropológicas y etnográficas, como un reflejo de las nuevas interpretaciones sobre la evolución de la sociedad, y llegó a su cúspide hacia mediados del siglo XX, con la creación de salas de exhibición o museos dedicados principalmente a estas materias. El motor de este cambio se debió a los avances alcanzados por arqueólogos e historiadores anglosajones en todo un sistema de clasificación y periodización de las piezas del pasado, desde la Edad de Piedra, hasta épocas más recientes.





La Piedra del Sol ha rebasado los límites de explotación comercial y aplicaciones, podemos encontrar cualquier cantidad de objetos tales como: tazas, corbatas, platos, dijes, encendedores, ceniceros, etc. Su imagen ha llegado fuera de nuestras fronteras. Puedo afirmar, sin lugar a dudas, que es la pieza arqueológica más conocida de nuestro país.

Hoy en día su imagen es símbolo de la identidad nacional, y la encontramos en muchísimos lugares: cada denominación de nuestras actuales monedas está acuñada con un anillo diferente de la Piedra del Sol, billetes como el de un peso de 1969, timbres postales, tarjetas, etc. Ha sido el elemento principal de decoración y aplicación en ropa que se vende como souvenir, podemos encontrar manteles bordados redondos donde encaja a la perfección la imagen de la piedra. Qué mejor imagen para encerrar el concepto del INAH y el museo en su logotipo, que la estilización de la imagen central de los cinco soles.



La utilizan incluso empresas trasnacionales buscando identificarse con la idiosincrasia de nuestro pueblo. Uno que encontré fue la compañía de juguetes Lego Company, que en su corporativo en Estados Unidos, a base de las piezas cuadrangulares para construcción que fabrica, construyó el Calendario Azteca, no obstante sus pequeñísimos detalles y la complejidad de su imagen, para la donación a México.

Otro caso concreto es Coca-Cola Company propietaria de los derechos de explotación del Campeonato Mundial de Fútbol 2002. Utilizó durante los partidos de la selección mexicana un anuncio espectacular donde encierra dentro de su botella clásica nada más y nada menos que la Piedra del Sol. Dentro de este contexto, el uniforme de nuestra selección que utiliza los colores nacionales en su uniforme, traía en la playera verde la imagen central de los cinco soles de la Piedra del Sol en una proyección de nuestros símbolos a nivel internacional.



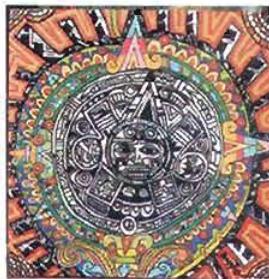


Restaurantes en México y el extranjero donde su especialidad es la comida mexicana encontraron en la Piedra del Sol un elemento de gran apoyo para su impacto comercial.

También la encontramos en campañas publicitarias: hace apenas unos días la empresa refresquera mexicana Jarritos lanzó su campaña apoyada en la imagen de la Piedra del Sol con el slogan Sabe a México.



Como diseñador me llama la atención que cuando diseñamos un logotipo procuramos estilizar al máximo, con los menos trazos posibles pensando en su fácil adaptación para reproducción, pero encuentro con la Piedra del Sol que es totalmente lo inverso: su difícil reproducción, sus complicados trazos además de su gran cantidad de elementos, parecen no ser obstáculo si de elaborar un artículo se trata. Concretamente, he encontrado piezas hechas mano y otras no, que precisamente debido a lo complejo de su reproducción en diferentes materiales no se logran plasmarla fielmente, pero son aceptadas por el solo hecho de que está presente un ícono nacional. A veces quizá las aplicaciones no sólo no son fieles en cuanto a la reproducción, sino que también se altera su sentido y su forma al usarla como cenicero, destapador, etc, los cuales muchas veces son de mala calidad y seguramente no generarían interés si no tuvieran dicha imagen.



No hay que perder de vista que el uso a veces indiscriminado de esta imagen, se deriva del hecho de que ocupa un sitio privilegiado, ya que es una de las piezas más estudiadas de la cultura mesoamericana, incluso en la actualidad estudiosos mexicanos y extranjeros siguen haciendo investigaciones y proponiendo teorías no sólo históricas y arqueológicas, sino incluso matemáticas.





En mi opinión, el motivo principal por el cual se ha tomado como la representación más clásica del México antiguo, es porque la Piedra del Sol simboliza la visión del cosmos de los pueblos antiguos, es también la imagen del mundo tal como lo percibieron los antiguos aztecas, encierra en sus símbolos el concepto que hizo posible la creación de los mundos, cuenta los días y los años, guía astrológica de la cultura mexicana y guarda todavía muchos secretos de la cosmovisión azteca. Todo esto ha sido también mi motivación para basar mi tesis en ella.



Notas del capítulo tres

- 31 LÓPEZ, REYES, *Alfonso, Historia Universal*, p.74
- 32 LÓPEZ, REYES, *Alfonso, Op. Cit.*, p.86
- 33 NAVAS, Macedonio, *Historia de México*, pp. 91, 95, 102 – 105
- 34 DURÁN, Diego, *Historia de las Indias de Nueva España*, p. 268
- 35 Museo Nacional de Antropología e Historia, sala mexicana y su portal de Internet
<http://www.mna.inah.gob.mx/>
- 36 SOLÍS, Felipe, *La Piedra del Sol en Arqueología Mexicana*, pp. 1-41



Junio 2005

Jueves 2

10:00

12:00

14:00

16:00

18:00

Viernes 3

10:00

12:00

14:00

16:00

18:00

CAPÍTULO 4

DESARROLLO DEL

PROYECTO

CAPÍTULO 4



4.1 Factores a considerar para formato

Para preferir un formato ideal se recomienda que se elija un submúltiplo de la medida del pliego. Una vez seleccionadamente el formato, hay que precisar las páginas, facilitar los márgenes y emprender la composición. Los márgenes son significativos porque determinan el espacio para el texto y lo aíslan de otros elementos. En este punto hay que tomar en cuenta el espacio para la encuadernación pues ocupar más del debido para el texto puede causar problemas en la legibilidad. Delimitar el tamaño de la caja tipográfica, de las ilustraciones, precisar el número de columnas y construir la o las retículas para las hojas son especificaciones técnicas que se derivan de la medida de los márgenes. Recordemos que los espacios en blancos son parte también de la composición.

Hay que tener siempre en mente que en el diseño el espacio en blanco es el coordinador de la composición. Por ello, es imprescindible calcularlo y controlarlo pues en todo diseño un buen espaciado puede hacer que una composición resulte visualmente perfecta y que desaparezcan los problemas de legibilidad, de lo contrario nos daría una apariencia de congestión y dificultad para la legibilidad. Una vez tomado en cuenta lo anterior hay que proporcionar los márgenes; considerando que si son demasiado angostos, el lector siente que la página está saturada y reacciona de manera negativa.

Si son demasiado anchos, el lector siente que se ha desperdiciado el espacio. Por lo que se debe buscar armonía en las proporciones de los márgenes para que se tenga un efecto positivo. Así, las medidas del margen superior (cabeza), el margen inferior (pie), el margen interior (lomo) y el margen exterior (corte) deben contrastar de manera moderada y equilibrada.

4.2 La Retícula

La retícula es una estructura definida matemáticamente que se emplea para controlar y guiar la colocación coherente del tipo y de otros elementos visuales ³⁷. Las retículas han permitido a los diseñadores planificar sus diseños y lograr composiciones de gran precisión. Las retículas ensamblan el texto y elementos visuales, el diseño de la retícula era originalmente usado en revistas de arte, arquitectura y diseño donde era apropiado para el contenido y la presentación.

Durante muchos años se ha demostrado que la retícula nos da una sensación de proporción, orden y continuidad a las publicaciones actuales. A veces se necesita más de una retícula para el diseño de una publicación. La mejor retícula es la que está diseñada para satisfacer lo que el contenido requiere. La retícula como cualquier otro instrumento en proceso de diseño no es un todo, puede ser usada con flexibilidad y



cuando es necesario debe ser modificada o abandonada completamente para una solución más funcional. Por eso, un diseñador que no ha trabajado con retículas debe empezar con una retícula simple. Las retículas tipográficas nos permiten resolver mejor los problemas de diseño del proyecto específico que ha de realizarse. Se analizan diversas direcciones en el desarrollo de una retícula tipográfica óptima. Finalmente, se repasan diversos enfoques en la utilización de retículas, se presenta la colocación del titular y tipo de texto, así como los elementos tipográficos y visuales adicionales.

En este punto hay que empezar a marginar la retícula que mejor se adapte a nuestro diseño o idea. Cabe señalar que las retículas son importantes ya que son la estructura que soporta al diseño. Una retícula es el esqueleto de un diseño que sirve como guía. La retícula es un elemento que nos ayuda a hacer un trabajo claro, transparente, práctico, funcional y estético, trabajar con un sistema reticular, significa:

- Orden
- Claridad
- Penetración en lo esencial
- Concentración
- Objetividad
- Racionalización de los procesos creativos y técnico-productivos
- Dominio de la superficie y del espacio
- Significación pedagógica
- Conciencia de las consecuencias del trabajo
- Trascendencia

La construcción de un sistema reticular es engancharse a leyes universales válidas, lo cual, no implica que a la hora de diseñar una retícula no se haga una exploración exhaustiva e iluminada para encontrar la mejor y dónde el reto, además, es que ésta al final sea invisible. Es decir, que no sea obvia para el lector. La función de la retícula, creo yo, que es subdividir el espacio, en este caso, bidimensional en campos más reducidos a modo de reja.

Una vez construida la retícula hay que hacer cálculos para saber cuántas líneas de texto caben. Para ello hay que esbozar las líneas con el tamaño de letra correcta, después hay que colocar la retícula encima, así se sabe cuántas líneas hay por campo reticular. La primera debe quedar exactamente al mute superior del campo, mientras que la última debe encontrarse sobre la línea de delimitación ³⁸.



4.3 La tipografía en mi agenda

Hasta ahora se ha hablado de la tipografía, pero aún no he dado una visión completa de su función y su importancia dentro del diseño y particularmente dentro del diseño editorial. Trataré entonces de definir este concepto. La tipografía es la materia que intermedia entre el receptor y la información. Los caracteres del mensaje matizan las palabras y le aportan o refuerzan el sentido. La mala selección de esas formas puede interferir negativamente en la comunicación. Así pues, se confirma que la tipografía no es tan solo un elemento del diseño, sino también un elemento de la comunicación impresa. Por ello, nosotros como diseñadores debemos tener la habilidad de analizar, explorar y reconocer las características, conceptuales, formales, históricas o técnicas de los diferentes tipos de letras que se han creado desde la invención de los tipos móviles para tomar la decisión correcta.

● Fuente

Se refiere a todo el conjunto de caracteres mayúsculas, minúsculas, números y símbolos con iguales características. Para denominar a las fuentes que siguen un mismo diseño, pero que varían en su orientación, valor o proporción, variaciones como redondas, cursiva, fina, semi negrita, negrita, condensada y espaciada, todas parten de la misma forma, pero reflejan matices, grosores y anchos diferentes.

Algunas familias están formadas por muchos miembros, otras solo de unos pocos, cada familia tipográfica tiene sus propias características y su propia personalidad, que permiten expresar diferentes notas visuales, unas más fuertes y otras más sutiles, unas más refinadas y otras más toscas, unas más geométricas y otras más orgánicas, todas ellas además, tienen su propia historia, por lo que la selección debe hacerse con un amplio sentido de responsabilidad y funcionalidad. Es fundamental saber que anatómicamente cada carácter es diferente, pero presentan detalles que los acercan o los diferencian, sin embargo, todos los caracteres están constituidos por astas y remates. Las astas son los elementos esenciales del carácter, son las que le dan forma; los remates o serifs son los rasgos específicos de cada carácter, según la familia a la que pertenecen. Por las características de los remates existen cuatro grandes grupos de familias:

- 1) La gótica: se destaca por ser manuscrita, fue la primera utilizada por la imprenta y anteriormente por los copistas medievales. En la actualidad, su caso es escaso.
- 2) La romana antigua: se caracteriza por sus remates triangulares
- 3) La egipcia se diferencia por remates rectangulares de trazo grueso
- 4) La palo seco: se distingue por su sencillez, no tiene remates o adornos de ninguna clase.



De las cuatro familias señaladas se derivan todas las demás y estas se pueden catalogar de acuerdo a su; uso generalizado: Libros, publicidad, promocionales, etc. Método de impresión; serigrafía, offset, etc. Forma de serifas: de línea delgada, triangular, rectangular, etc. Peso ligera negrita, súper negrita, etc. Distorsión: extendida, condensada, regular, etc.

Estilo de dibujo; caligráfica, de molde, grabada, de brocha, etc.

Es difícil llegar a conocer y mucho menos a identificar a todas las familias que encontramos en la actualidad, pero es importante conocer las características que de una u otra forma les son comunes debe ser exacto para que el ojo no se canse. La tipografía para el título de un libro por ejemplo, tiene la posibilidad de ser creativa y menos convencional que a que se utilizaría para el grueso del texto, sencillamente porque tiene que llamar la atención, mientras que la escogida para el texto tiene que invitar a la lectura, ser agradable al ojo y por supuesto ser legible ³⁹.

El desarrollo de las diferentes familias tipográficas se ha efectuado a lo largo de los siglos en muchos países y curiosamente, a pesar de su antigüedad y usa indispensable; internacionalmente no existe un acuerdo de unificación de medidas tipográficas, se dispone de puntos, picas, pulgadas y centímetros, donde, 1 pica es igual a 12 puntos, 6 picas equivalen a 72 puntos que a su vez equivalen a 1 pulgada que son 2.5 cm. Afortunadamente con la aparición de los sistemas computarizados y la adaptación de los mismos al trabajo editorial, hoy surge la esperanza de estandarizar las medidas. Dicho todo lo anterior podemos asegurar, sin temor a equivocaciones que: la tipografía es importante, junta con otros elementos gráficos, para transmitir información a una idea del modo más eficaz.

● Legibilidad

Cuando trabajamos con tipografía el objetivo es hacer el texto lo más legible posible, entonces es fundamental cumplir con las normas establecidas sobre la legibilidad. Apartarse de éstas "reglas" solo debe hacerse cuando el diseñador las domina totalmente y cuando el contenido se preste para si mismo a una interpretación expresiva. La legibilidad en tipografía consiste en los atributos visuales que hacen legible la tipografía.

4.3.1 Factores para elección de la tipografía

Para hacer el texto legible, se deben escoger caracteres que sean abiertos y bien proporcionados, caracteres que muestran la regularidad de tipos con remates clásicos como la Baskerville, la Bodoni, la Garamond, Sans Serif, como la Franklin Gothic, y la Gill Sans. Los caracteres con rúbricas, estilísticas e irregularidades son menos legibles. Estos tipos estarán bien utilizados en el caso de emplearse para títulos pero no se recomienda usar para textos largos.

Cuerpo de letras, longitud de líneas e interlineado en textos seguidos, la tipografía



demasiado grande a demasiado pequeña cansa fácilmente a los lectores, la medida optima para la letra de un texto es de entre 8 y 11 puntos. Las líneas demasiado largas o demasiado cortas también cansan al lector y destruyen el ritmo de la lectura. Las líneas largas son aburridas y tediosas, mientras que las cortas provocan un movimiento de ojos entrecortados. Normalmente se conoce que el máximo de caracteres aceptados por línea de 60 a 70. El interlineado asegura que el lector no se distraiga.

Otro factor importante que debemos tomar en cuenta son las variantes de cada tipografía, mencioné en el punto anterior esto, pero quiero mostrar un ejemplo más específico con un breve ejemplo:

Uso del Color: La uniformidad y el color homogéneo del texto es una característica que proporciona legibilidad.

México

El Grosor: La pesadez o ligereza general de los trazos que componen los tipos puede afectar a la legibilidad. La tipografía demasiado ligera no se distingue fácilmente del fondo.

México

El Ancho: Las tipografías estrechas son efectivas cuando hay abundancia de texto y debe ahorrarse el espacio. Pero se disminuye la legibilidad cuando las letras son demasiado estrechas o demasiado anchas. Las letras condensadas son adecuadas para columnas estrechas.

México

Uso de Cursivas: La cursiva sirve para resaltar una parte del texto, más que para formar el texto en si.

México

Uso de Mayúsculas: Todo texto escrito en letras mayúsculas no solo consume más espacio que el texto en caja baja, sino que también hace más lenta la lectura.

MÉXICO

Uso de letras Serif y San Serif: Debido al movimiento horizontal creado por las letras serif, se pensó en un momento determinado que la tipografía con serif era más legible que la que no llevaba. Sin embargo, las investigaciones en legibilidad revelan que existe poca diferencia entre ambas.

México

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA





Después de mencionar los elementos de mayor importancia dentro del área del diseño gráfico, como la retículas, tipografías, y elementos que la componen, también debemos tener en consideración otros elementos que dan cuerpo a nuestra agenda, tal es el caso del formato y los colores (tema que hablamos en el capítulo 2) de manera que, todos estos elementos combinándolos en armonía favorecen e incrementan. Como diseñador, es fundamental conocer el procedimiento que se emplea en los medios de impresión y planear nuestros diseños en base a sus características, con el fin de evitar problemas, además de contar con la capacidad de tomar decisiones sobre el nivel de calidad.

4.4 Los Márgenes

Los márgenes proporcionan los blancos del formato que despiertan diferentes sensaciones en el lector según sus medidas. Por ejemplo, unos márgenes angostos provocan una sensación de saturación, por el contrario, unos márgenes demasiado anchos causan una sensación de desperdicio, en cambio unos márgenes bien proporcionados tienen un efecto agradable.

Una banda de espacio en blanco en la parte superior de las páginas hace respirar a los artículos de texto denso y crea a lo largo de la parte central o del conjunto de la publicación que queremos diseñar.

Existen diferentes formas de proporcionar márgenes, normalmente se definen primero los márgenes y luego la caja tipográfica, sin embargo, es posible definir los márgenes según el tamaño de la caja.

• La Composición

Es componer y organizar con sentido de unidad los diferentes factores de un conjunto para conseguir el mayor efecto de emoción. La composición es primordial para cualquier diseño y regula, armoniza y equilibra todos los elementos gráficos. Componer es un arte que parece resultado de la intuición, sin embargo, es producto de un elaborado pensamiento. El buen funcionamiento en el acomodo de los elementos visuales y fundamentados dentro del proyecto da como resultado de la composición justificada y profesional.





4.5 Características de la Agenda

Como es sabido, las funciones que caracterizan a las agendas en general son:

- Establecer una guía sobre el desarrollo de las actividades cotidianas.
- Recordar los asuntos pendientes
- Proveer información diversa

Por consecuencia en el diseño se aprecian ciertos rasgos que la distinguen de los otros medios editoriales, dentro de sus particularidades físicas, el formato juega un papel fundamental, pues de él depende básicamente que la agenda se considere práctica y se ajuste a las necesidades del usuario.

Por lo que respecta a su composición, debe comprender una serie de espacios libres, en calidad de disponer de ellos, para desarrollar diversos apuntes. Conforme a la estructura, el contenido, se divide en áreas o secciones, que se ajustan para alcanzar la armonía y desempeñar una cronología, con arreglo a los intereses particulares del público que va dirigida.

• Identificación de los objetivos del proyecto

Experimentar con los diferentes tipos de aplicaciones y formatos editoriales.

El analizar los rasgos particulares del público, me permitió un diseño enfocado a la funcionalidad. Al respecto, la agenda se dirige básicamente a diseñadores e impresores e historiadores, que por su creatividad y continuas innovaciones se desenvuelven en un área de constantes cambios.

Por último, con la inclusión de acentos gráficos e imágenes activas, en un manejo hábil y de ingenio, fueron factores que ayudaron a fortalecer la composición.

4.6 Visualizando el diseño de mi agenda

Al visualizar la estructura del proyecto, me dediqué especialmente al interés de las condiciones y requisitos principales de la agenda como campo del diseño editorial; con motivo de presentar el material de manera ordenada así como apropiada, al proporcionar una comunicación visual efectiva.

Al respecto su estructura planeé con base en diversos criterios que resultan indispensables, para cumplir con las características que distinguen a la agenda de otros medios editoriales. Por lo que, sus cualidades fueron capaz de ejecutar dos funciones a la vez.



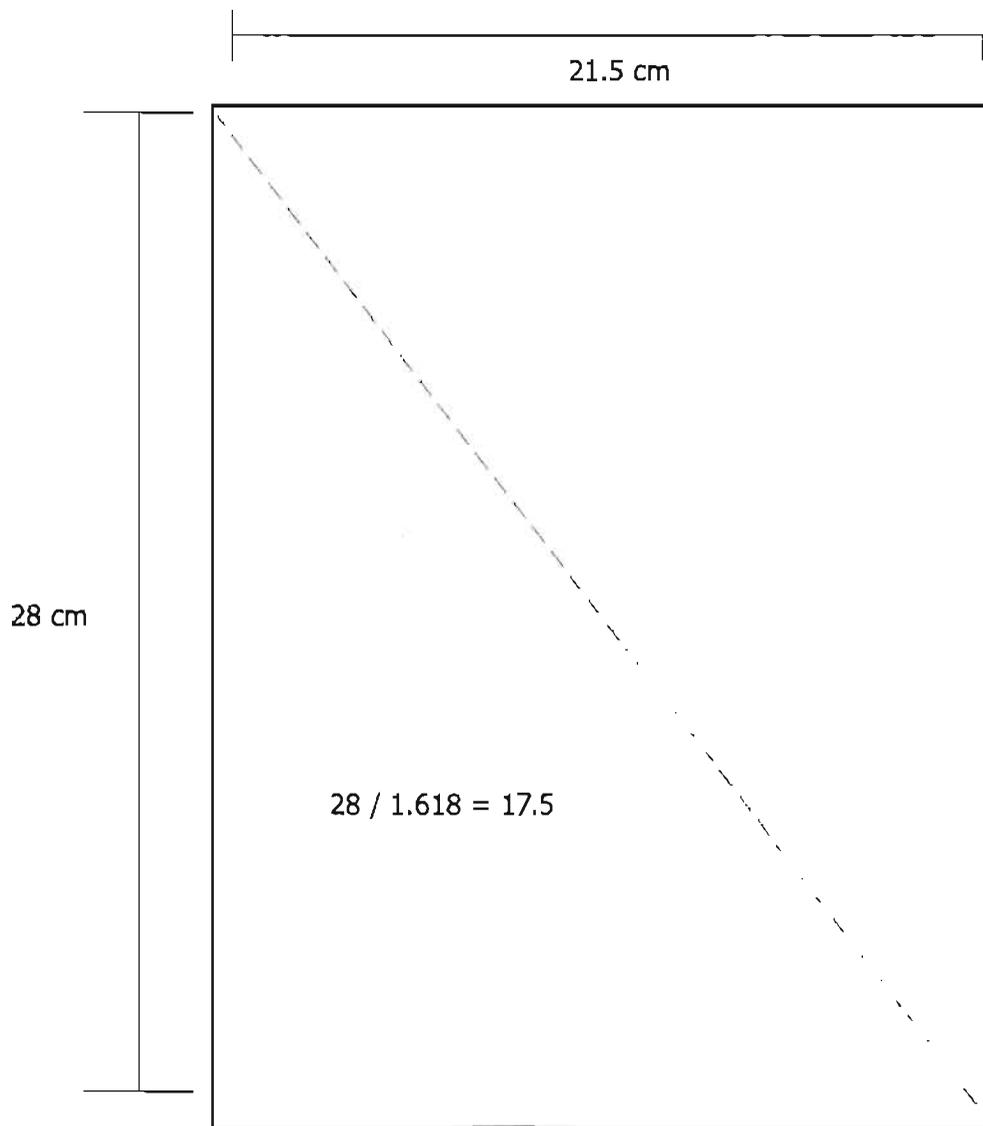


Engloba cada uno de los atributos que caracterizan a las agendas en general. Proporciona información referente a la interpretación del calendario azteca aplicando imágenes al calendario gregoriano (calendario actual)

● **Formato de la agenda**

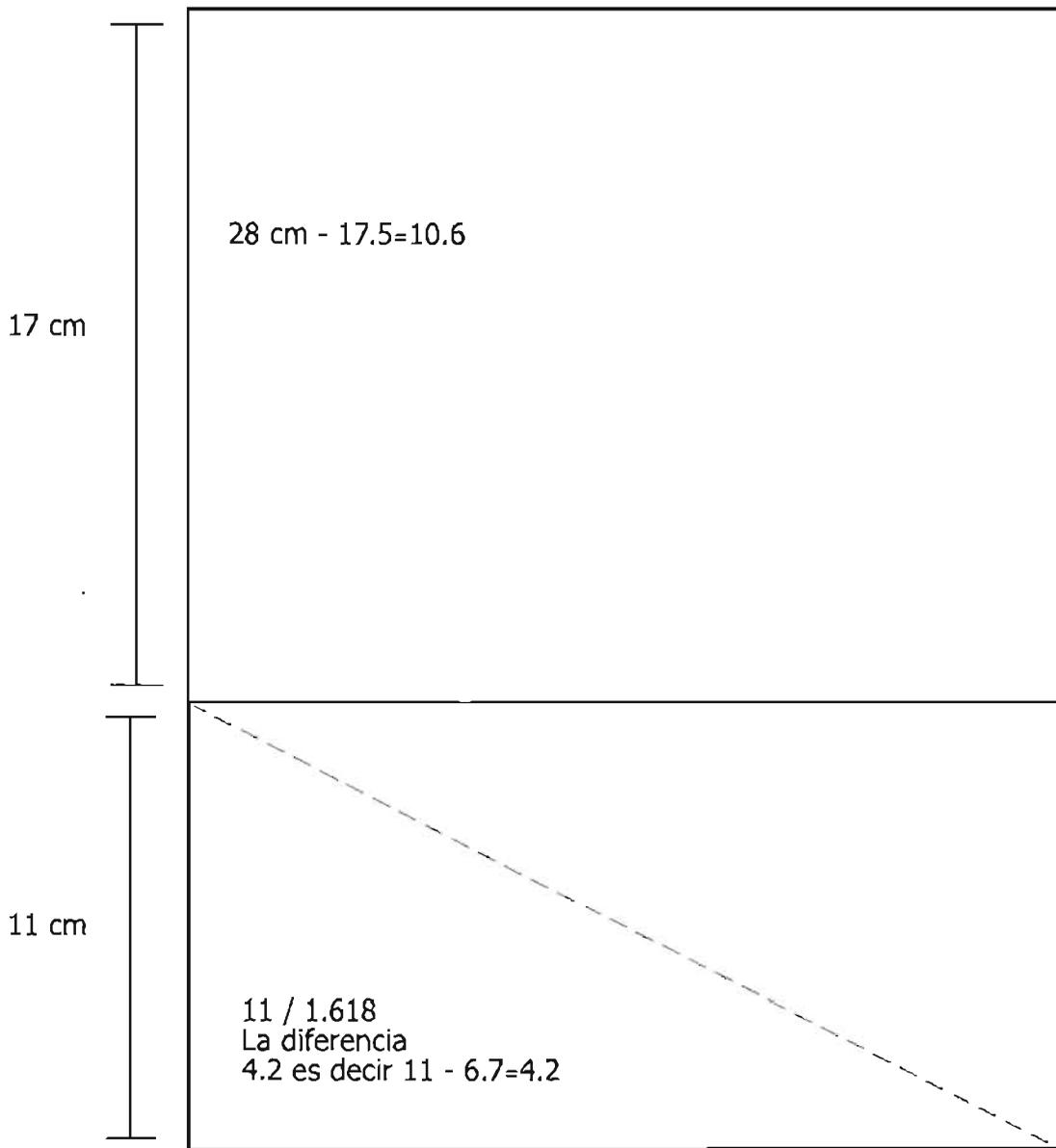
En esta parte dentro de nuestro capítulo transcribiremos gráficamente todas las ideas antes mencionadas para realizar mi agenda de una manera mucha más concreta.

1. Dividí los 28 cm (largo de la carta) entre número de oro (1.618), es decir, $28 \text{ cm} / 1.618 = 17.3 \text{ cms}$



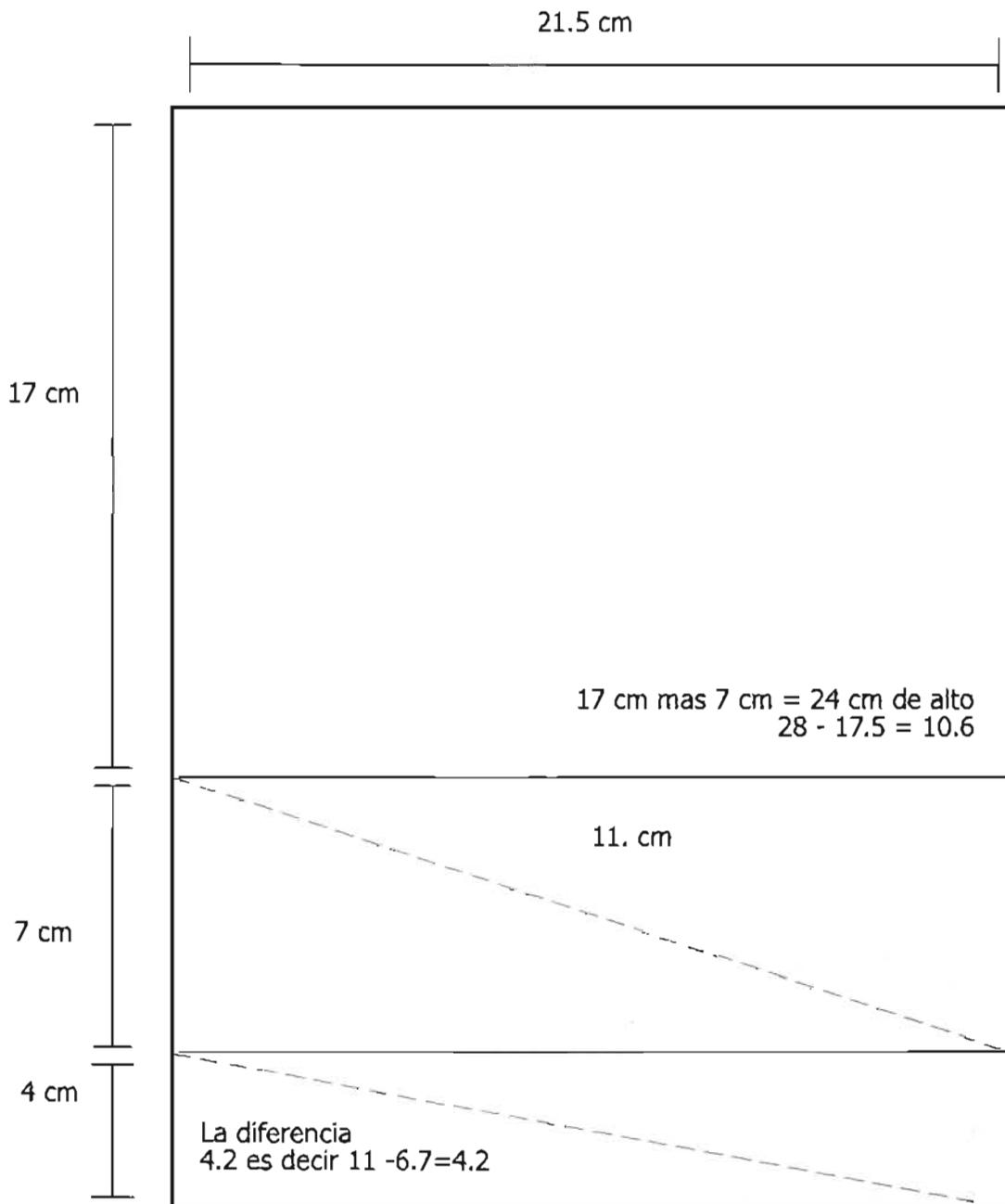


2. La diferencia es de 10.6, es decir $28 - 17.3 = 10.6$ cms
3. Por razones de practicidad y flexibilidad de la regla redondeé los números, así pues, tenemos dos secciones una que mide 17 cms y otra de 11 cms.



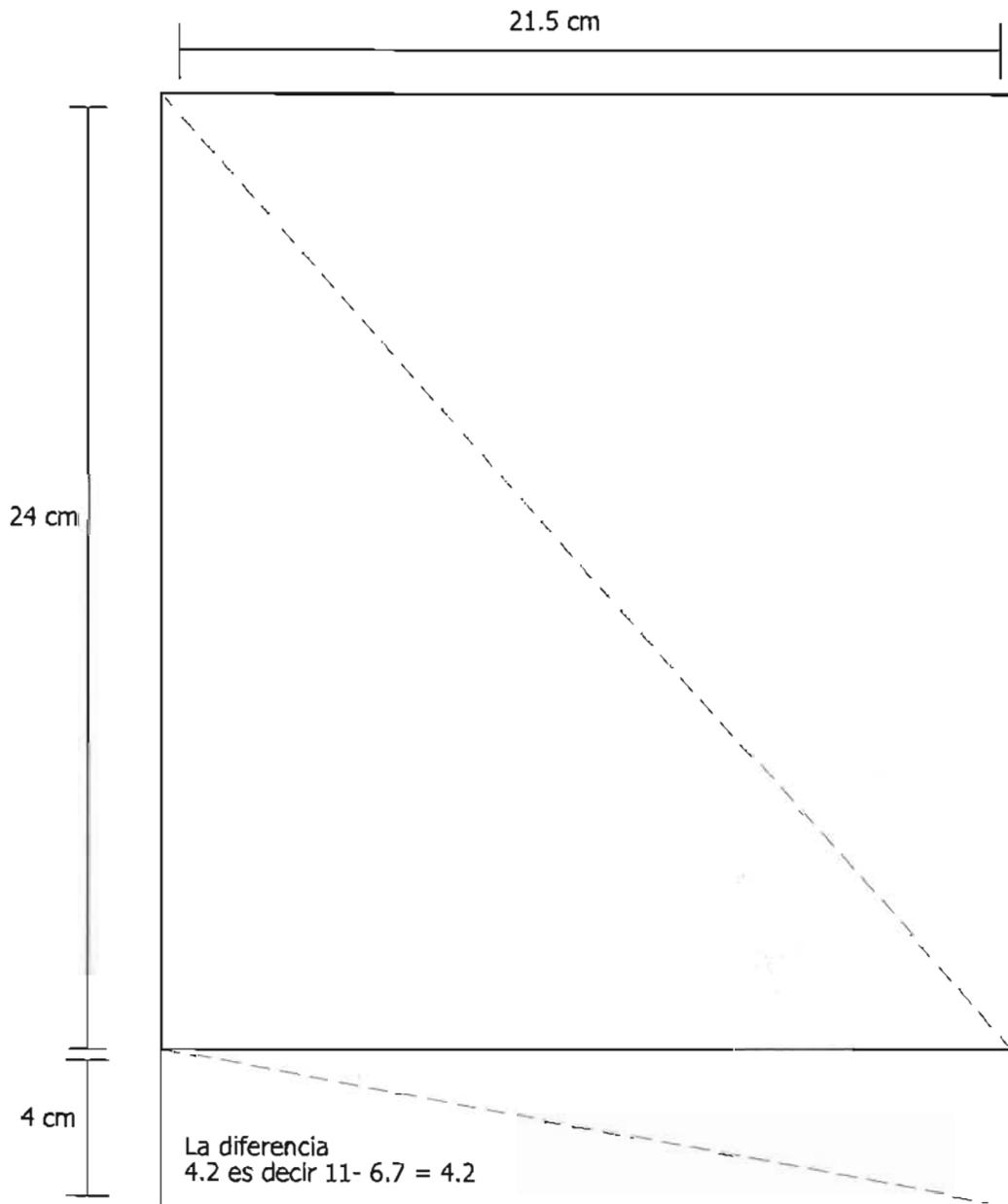


4. La de 11 cms la dividí de nuevo entre 1.618, es decir, $11 / 1.618 = 6.7$ cms.
5. La diferencia es de 4.2, es decir, $11 - 6.7 = 4.2$ cms.
6. Una vez más redondee los números y tenemos dos secciones una de 7 cms y otra de 4 cms.



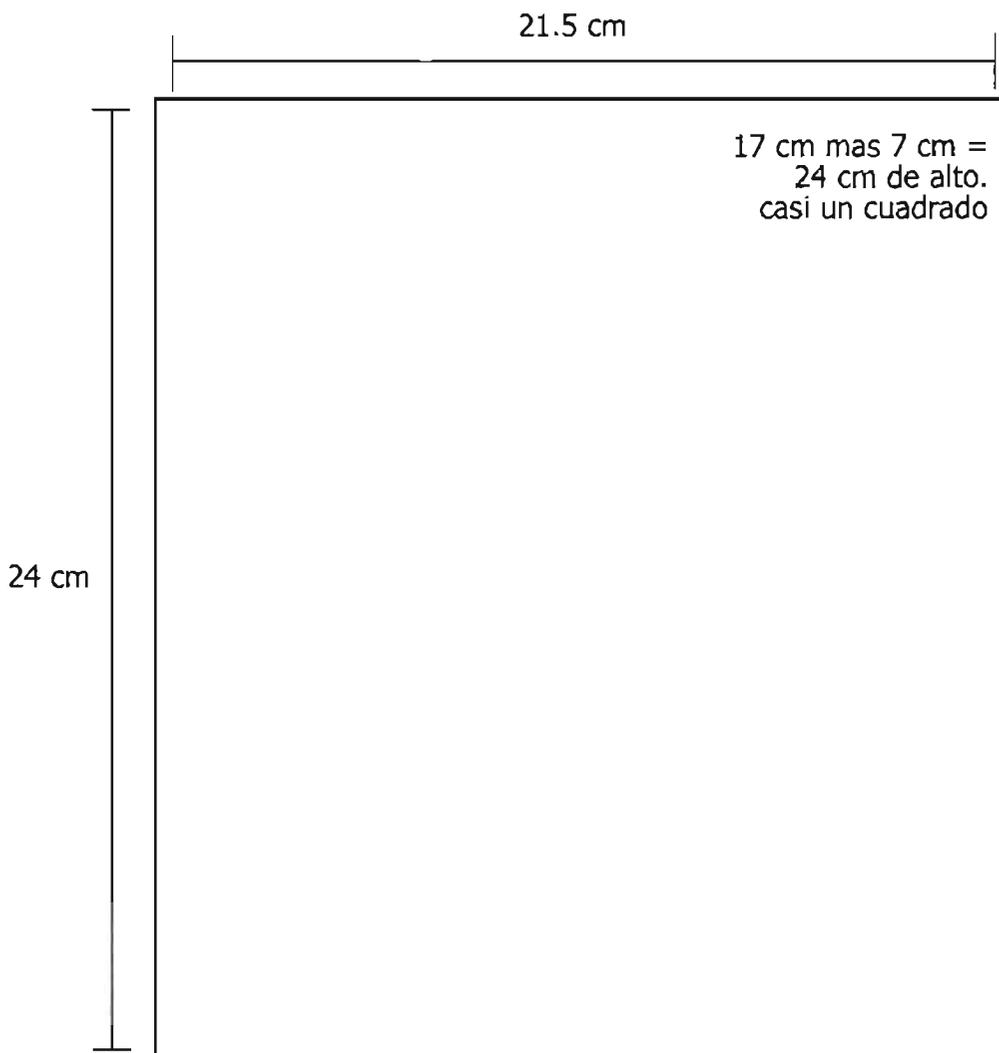


7. Sumando los 17 cms de la primera sección con los 7 cms de la sub sección de la segunda se obtiene los 24 cms de alto



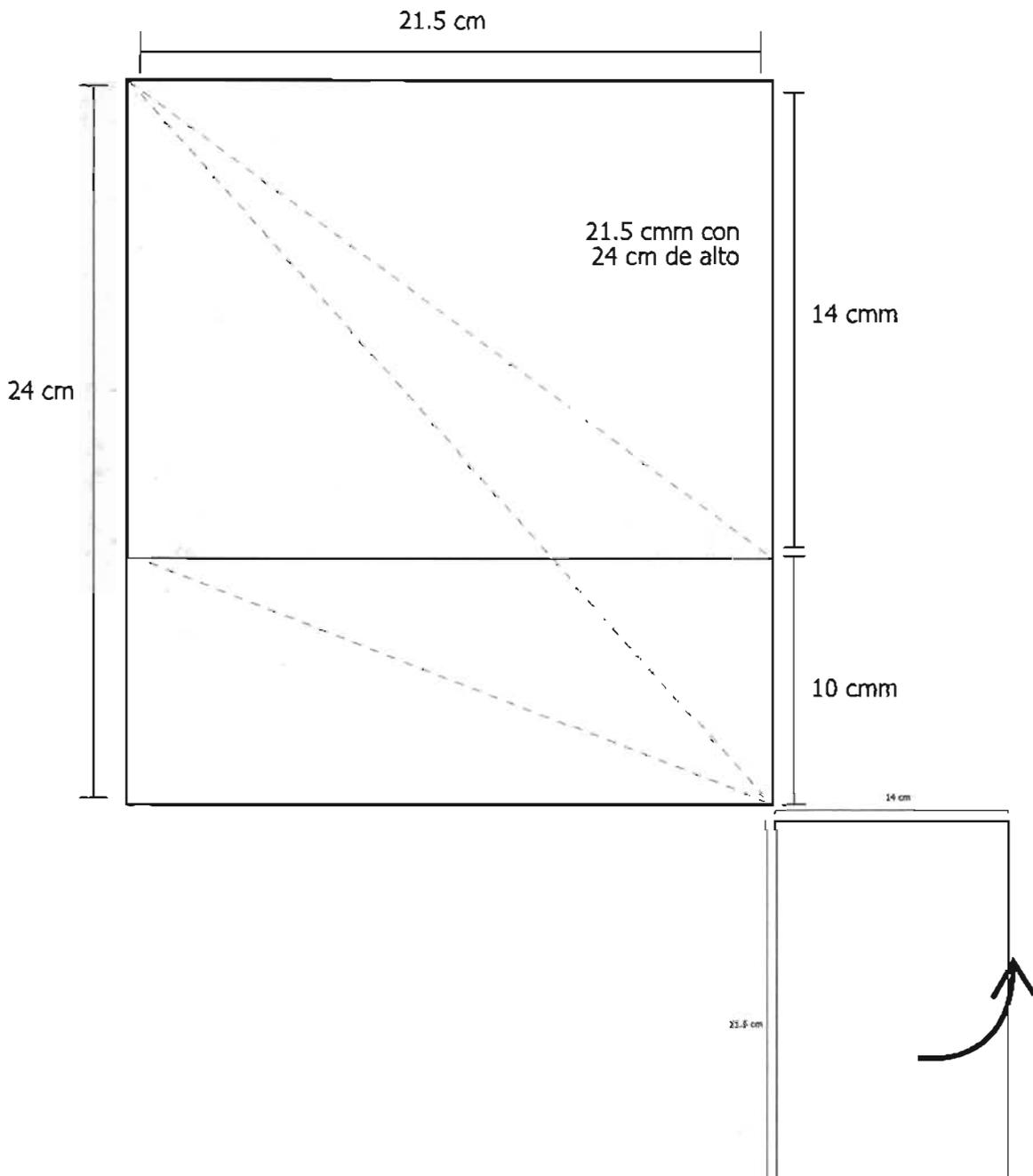


8. Si se sumaran los 17 cms con los 4 cms se obtendría un formato de 21.5 x 21 cms, un formato casi cuadrado, pero no lo consideré pues reducía las posibilidades de tener márgenes anchos y una caja tipográfica de buen tamaño.





9. Dividí los 24 cm que es largo de nuestro formato entre número de oro (1.618), es decir, $24 / 1.618 = 14. \text{ cms}$
Esta será el tamaño final que se usará para diseñar mi agenda, ahora pasaré al diseño de los márgenes.





● Retículas

Previo a la explicación de lo que fue la diagramación, precisa mencionar, que el diseño de la retícula fue de gran importancia, al permitimos un montaje visual de los elementos gráficos, con la esta y la distribución de los objetos dentro del marco establecido, se pretendió incrementar el atractivo del trabajo.

Para definir la retícula consideré como base, las necesidades de la agenda, por ello se estimó la retícula de 4 paneles o espacios en forma horizontal que permitirá colocar nuestros elementos gráficos y de soporte de una manera estética y justificada.

Para las páginas que corresponden a los días que conforman cada mes y en diversas secciones de la agenda empleé la misma retícula con la que desarrollé un patrón estético.

Mi diagramación, se da como una página estructurada en base a que el texto y los objetos gráficos se perciban fácil y ordenadamente. Al mismo tiempo que consideré, la forma de incrementar la imagen visual de la agenda.

El espacio entre espacio de los días lo determiné tanto por el texto como por los espacios libres que destinaron para las diversas anotaciones del usuario.



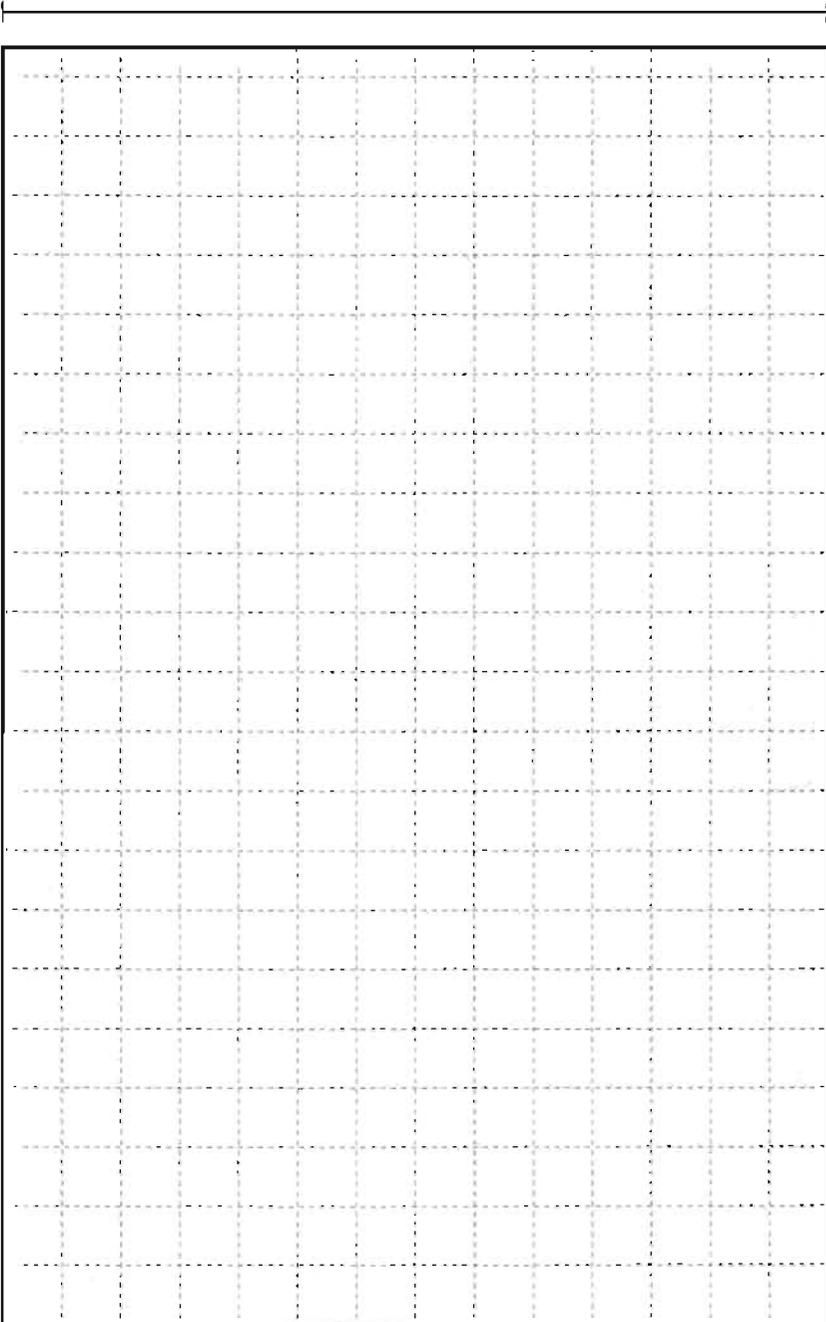


1. La retículas, es una malla de 1 centímetro en líneas verticales y 1 centímetro y en líneas horizontales



14 cms

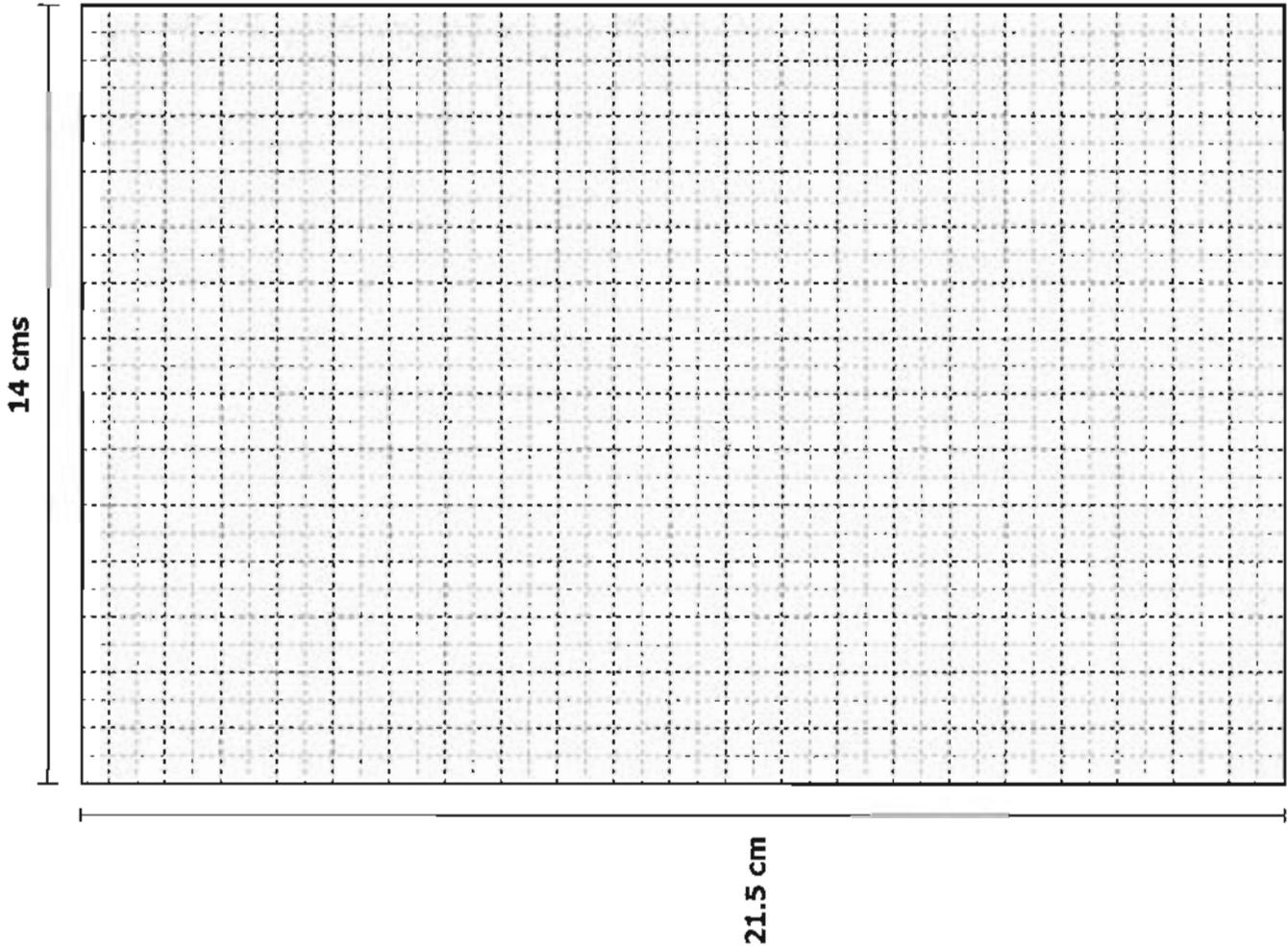
21.5 cm





2. La retícula, a su vez se divide en una malla de 5 mm de líneas verticales y 5 mm líneas horizontales.

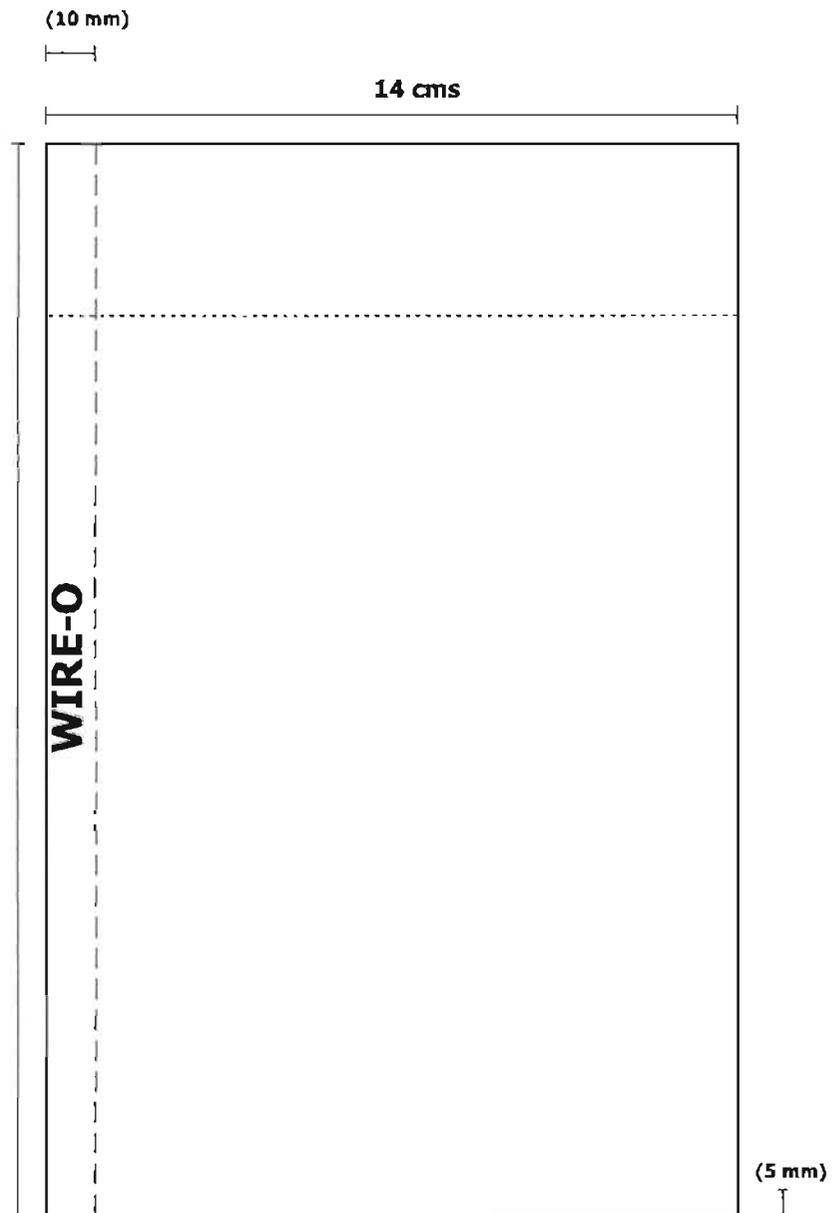
Este es el acomodo de los márgenes en base con la retícula.





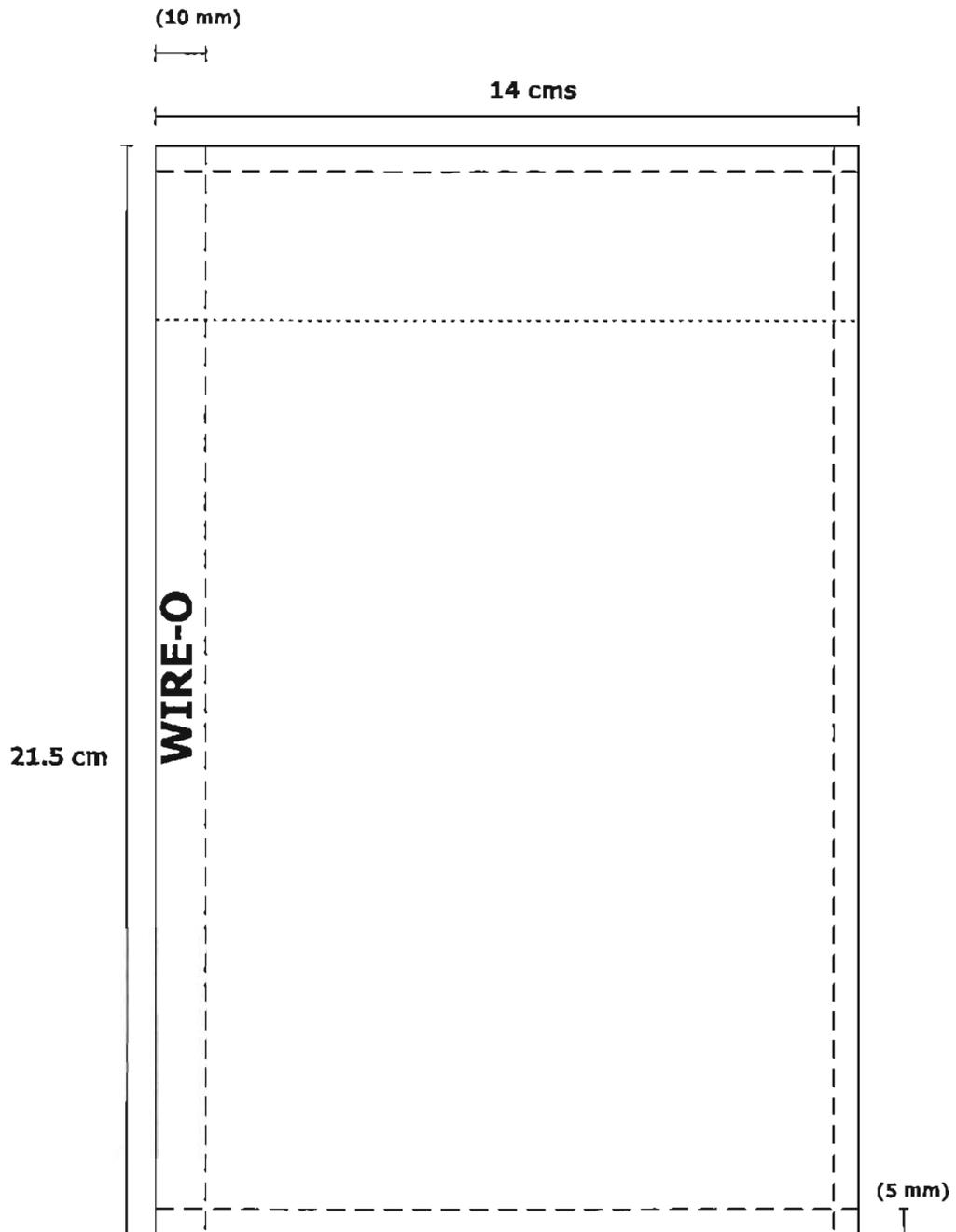
• Márgenes

1. Medí 1 centímetro de lado izquierdo a derecho, y de ahí partir al primer margen de nuestra hoja, para darle aire al encuadernado o wire-o.
2. Teniendo un área de real de 21.5 x 13, subdividí esta área en dos grandes partes, una para la colocación de los días y otra, para una muestra del mes actual, meses siguientes y el tema específico de la Piedra del Sol que hablaremos en cada sección de nuestra agenda





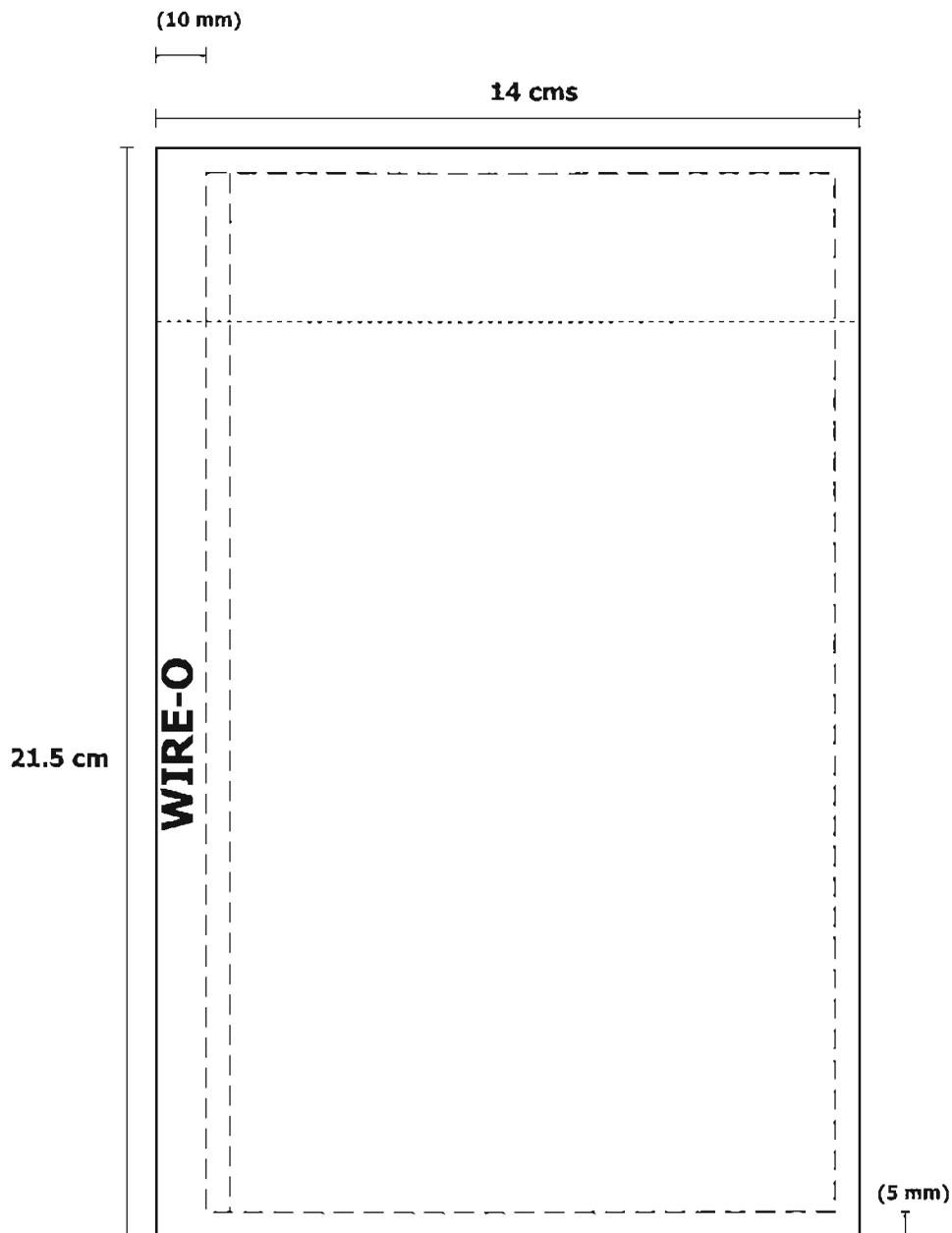
3. Dentro de esta área, delimite en otro "submargen" de cinco milímetros por lado para no tocar el límite de la hoja, ya que de no considerar este espacio, podría constarnos una mala proyección de lo que queremos mostrar, ya que en ocasiones los acabos como el refinar las publicaciones no siempre son precisos.





4. Ya estando dentro de esta área, delimite un último "submargen" de cinco milímetros por el lado izquierdo, pues el área que apartamos primero será ocupada en su totalidad para la perforación y colocación del wire-o, de ahí que recorri medio centímetro más nuestra área de trabajo para que no sea tocada por ningún elemento de acabado.

5. Ya teniendo nuestra área definitiva, podremos seccionar las partes en las que van a ir los días de la semana.

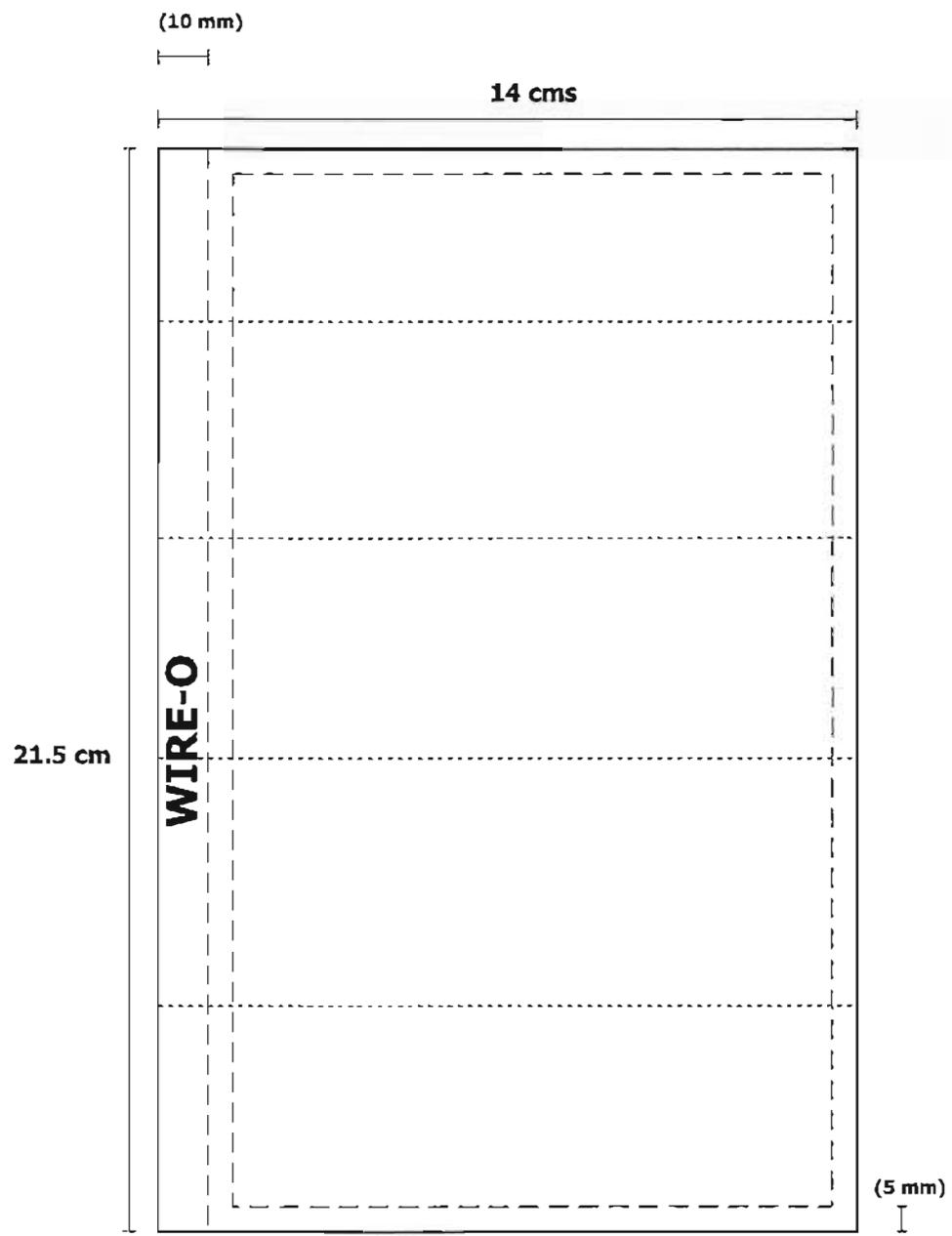




5. Ahora teniendo nuestra área definitiva, podremos seccionar las partes en las que van a ir los días de la semana.

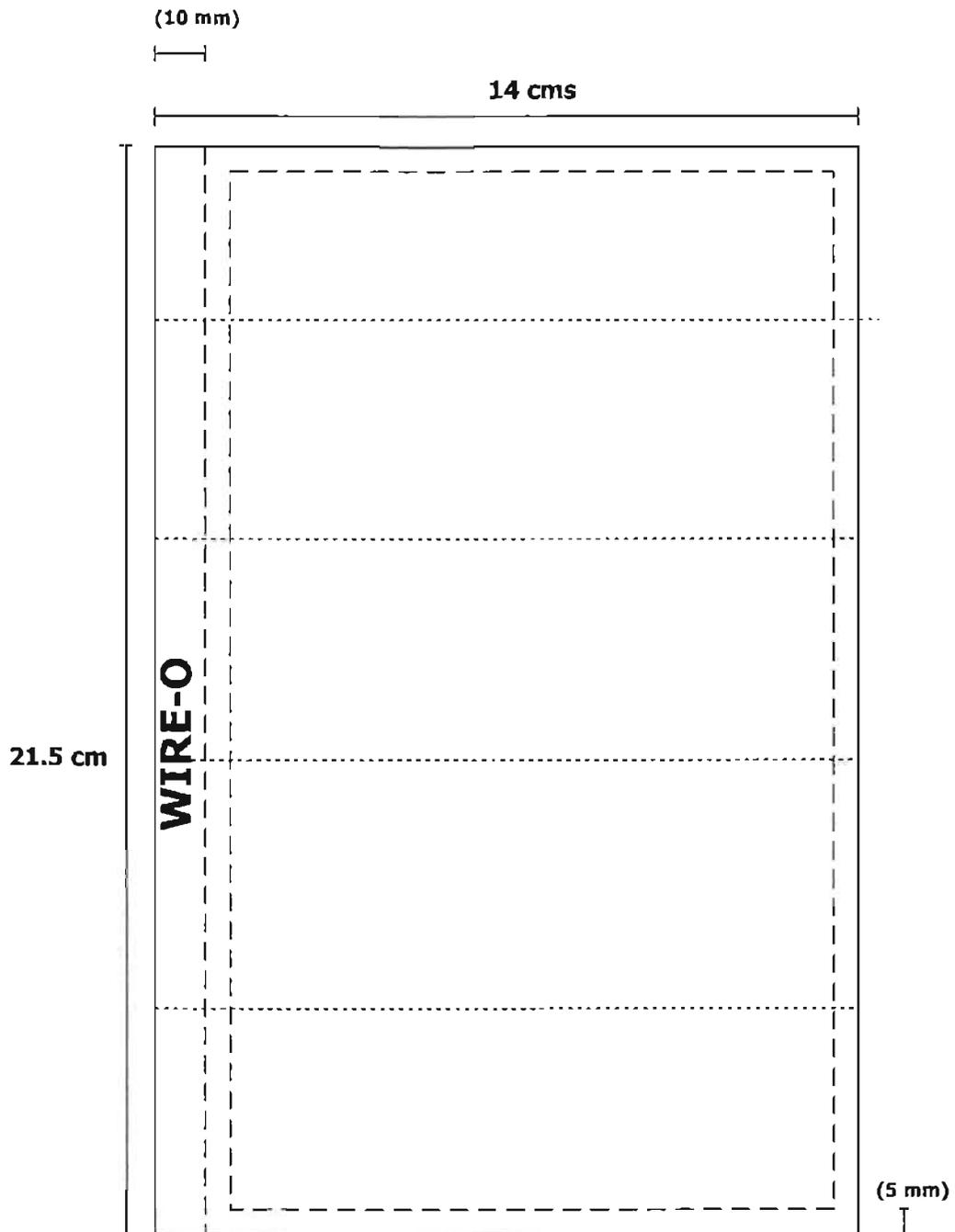
6. El área real de uso para los días es de: 17.5 x 12 cm.

La parte larga de 17.5 la divide entre 4 espacios iguales ($17.5 / 4 = 4.5$ cm, siendo esta el área que ocupará de cada día de la semana.





7. El espacio que nos queda arriba, le agregué un margen interno de 5 milímetros por arriba y 5 milímetros por abajo, quedando un área real de 3.5 x 13 cm, considerando lo anterior en cuanto a los acabados se refiere.





4.7 Contenido y de formato de la agenda

En definición del contenido, recurrí a distintos elementos gráficos, mismos que apoyan la imagen visual. Por lo que se refiere a su planeación, me encaminé para destacar y acentuar los glifos e íconos prehispánicos empleados; de ahí que a cada mes se haya dado un separador explicando la interpretación de cada anillo o círculo dentro del calendario azteca.

Con base en lo anterior, mi agenda la construí de la siguiente manera: Portada, sección de información Personal de usuario, calendario anual 2006, organizador mensuales, organizador mensuales, contenido de cada mes, notas y directorio Telefónico. Dentro de esta integración, destaca el contenido de cada mes que se desglosó así:

La elección del formato, se basó en al funcionalidad para los fines estimados, por consiguiente consideré un espacio amplio que me proporcionará mayor flexibilidad al integrar nuestros elementos.

Su estructura rectangular y su orientación por franjas y un espacio para el encabezado permiten resaltar los conceptos del diseño. A razón de su disposición, la información visual se adapta de modo preciso, por otra parte, la geometría de la página dio como resultado, una composición original y la vez muestra del trabajo de manera lógica.

Igualmente, tomé como referencia las medidas estándares, que caracterizan ala agendas en general, a partir de sus rasgos comerciales y prácticos, en las que destacan, tamaño aproximado de media carta principalmente, por ello la medida a nuestra pagina fue de 21 x 14, y este fue la manera que se llevo a partir de una hoja carta.

Los elementos gráficos que conforman la agenda cumplen con dos funciones básicas: Aportan información específica sobre nuestros temas por lo que actúan como refuerzo visual. Captan la atención del receptor, a través de imágenes atractivas que son capaces de transmitir una sensación determinada hacia el usuario, al ubicar cada objeto dentro del marco del diseño, tomé como referencia el formato establecido, por lo que diversos elementos, además de llamar la atención determina ciertos efectos visuales, que se complementan con la tipografía, el color y el papel.

En ese contexto, recurrí al empleo de refuerzos decorativos, como sellos del México prehispánico que representan plecas, y el calendario azteca separado por círculos para proporcionar rasgos distintivos a nuestro diseño ya que, aun cuando las páginas contienen información diversa se logró unidad e el aspecto global de la agenda.



El objetivo de incluir plecas y glifos en las páginas de la agenda e incluso de la misma tesis en la parte superior y de la numeración de las páginas es el de fortalecer y enlazar la información de los textos.

Al mismo tiempo que incluí las grecas y glifos se anexaron elementos distintivos vinculados con algún suceso importante del mes correspondiente, la realización de los elementos distintivos, fue apoyada por programas de edición de imagen y trazo, el objetivo de fomentar la armonía visual e incrementar la imagen de mí agenda. Para las secciones de datos personales, directorio telefónico y organizador mensual decidí incluir imágenes que apoyaran la composición y se elaboraron de acuerdo al área, incluir la imagen de un tlacuilo con la el símbolo de la vírgula que nos ayudará a la connotación del directorio sin dejar a un lado la diagramación, como se podrá apreciar más adelante.

4.8 Tipografía Seleccionada para el contenido de mi Agenda Prehispánica

La tipografía es un elemento con la que se refleje la excelencia del diseño editorial. Decidí escoger tipos de letra modernos, flexibles e interesantes, pero también coherentes e identificables con el contexto.

Después de haber estudiando en los capítulos anteriores las diversidad y ejemplos de familias tipográficas, el uso adecuado y la importancia de esta en las cajas tipográficas, para su mejor lectura y composición para del diseño, decidí seleccionar la tipografía POPYRUS, que es perteneciente a la familia de la palo seco, sin remates ni patines y que contiene una característica que fue lo que finalmente me decidió: Papyrus sirve como un adecuado cuerpo de texto en subtítulos y texto de columnas interiores e información. Tomando en cuenta que los códices aztecas se dibujaban sobre papel amate, este papel es de una superficie porosa, que evidentemente haría una especie de quebradura en los trazos de las letras dentro del código. La característica especial a la que me refiero de la tipografía POPYRUS es precisamente ese efecto que quebradura a lo largo de todos sus caracteres, y parecería que nuestra tipografía estuviera impresa sobre un papel texturizado.

En conclusión, la experimentación con el diseño gráfico en mi agenda son sutiles y parte de ello es el uso de la tipografía.

Esta es la tipografía POPYRUS en sus caracteres de altas y bajas.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ # \$ % & / () = ¡ ! ¿ ?



B) Calendario anual 2006:

Mostraré en un sencillo formato los días que componen este año y resaltando el fondo que lo retome del códice Borgia.



C) Organizadores Mensuales:

Utilizaré de igual manera un sencillo formato los días que componen al mes correspondiente basándome claro en la retícula diseñada.

El objetivo que pretendo en esta página será que el usuario anote las cosas mas relevantes dentro del mes actual, dado el formato que le di de abarcar la página completa y que puede visualizar el mes en su totalidad. Los cuadros siguen la diagramación de manera ordenada, traté conservar la armonía y composición para que la pudiera mantener dentro de diseño global de mi agenda, sin afectar a contenido.



D) Separadores:

En esta sección incluí el nombre del mes con una representación de cada uno de los anillos del calendario azteca que utilicé para esta sección, comenzando del centro hacia fuera. Mostrando En primer plano el detalle que describo dentro del anillo, y en el aparte superior derecha, un pequeño navegador que sitúa el anillo del calendario al que hacemos referencia.



E) Contenido de cada mes:

Es esta parte de la agenda la más importante, por que donde se despliega el mes completo día a día.

Cuando estudié las diversas agendas del mercado, noté que no todas muestran practicidad en esta sección, de hecho, en algunas mostraban, un descontrol para la ubicación de día dentro de la semana o del mes.

En mi agenda siempre empezaremos en el día primero de cada mes no importando, si este cae en lunes, martes, miércoles, jueves, viernes sábado o domingo. Y lo más importante es que el usuario podrá visualizar la semana completa dentro de un solo plano, entonces podremos ver del lunes a jueves del lado izquierdo, del lado derecho viernes sábado domingo y estos dos días separados, con espacios propios y suficientes para que el usuario pueda utilizar estos espacios independientemente uno del otro, a diferencia de otras agendas que unen el fin de semana minimizando el espacio para anotar actividades, además vendrá un espacio para anotar las notas más importantes de toda la semana.

En la cabecera de esta sección, contendrá información del anillo o glifo de la Piedra del Sol analizado de un principio en el separador del mes en el que nos situamos.

Diciembre 2006 <small>Este monumento está labrado en bajo relieve en un monolito basáltico. Este tipo de formaciones geológicas generalmente se encuentran entre rocas de origen volcánico.</small>			SEPTIEMBRE L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	ENERO L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
4				8
Lunes				Viernes
5				9
Martes				Sábado
6				10
Miércoles				Domingo
7				
Jueves				Notas

F) Notas:

Consideré que sería conveniente y de mucha práctica en el uso diario de la agenda al final del mes colocar esta sección. La diseñe basándome en la retícula que se basaron todas las páginas de mi agenda. La sección de notas abarca una página completa y vendrá 3 hojas en cada mes, esto para no limitar al usuario en cuanto a este rubro se refiere.

G) Directorio Telefónico:

En este segmento, incluí una sección donde se enseñe la información de apoyo para el usuario de una emergencia, también para que el pueda registrar los números telefónicos de las personas conocidas, utilizando estos datos; nombre teléfono, dirección y correo electrónico, dato que es ya necesario y esta al alcance de todos cada día.

Al construir esta página decidí establecer que no tendría que salirme de los lineamientos de las retículas, dando importancia a los márgenes para que no se suturara y separándolas por orden alfabético para un mejor acomodo por parte del usuario.

● Diseño de la Portada

La construcción de la portada es determinante ya que en ella caerá el peso de reacción en el público, además de reflejar el contenido de esta publicación.

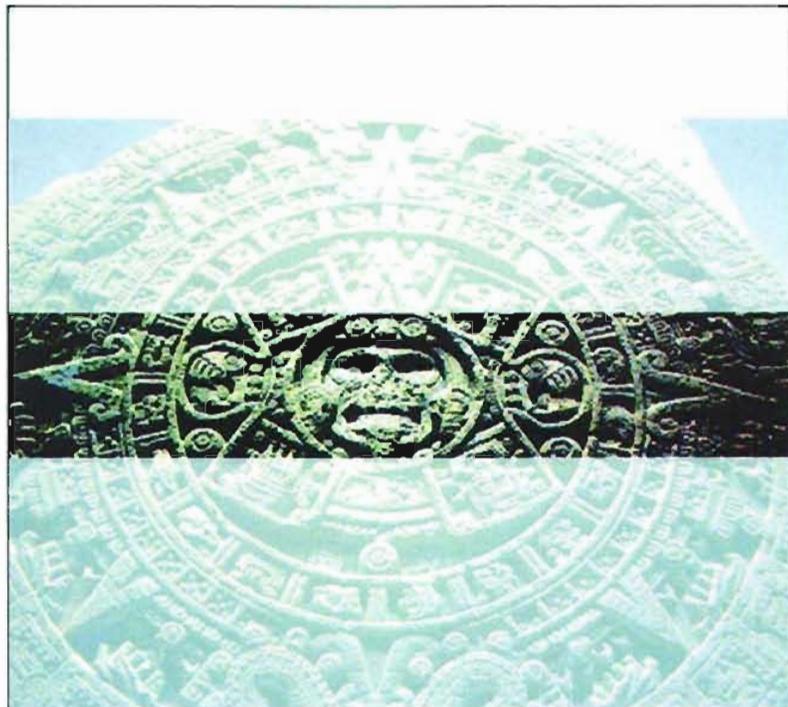
Si ponemos en consideración lo anterior, la elaboración de esta portada tendremos que tomar los elementos mas importantes que caracterizaron el contenido, así entonces, al estudiar y analizar los elementos que conformaron el contenido de la agenda, recurrí a tomar una foto a la Piedra del Sol original situada en la sala mexicana del Museo Nacional de Antropología, para que esta foto con la pieza original sea más impactante que un dibujo o un esquema, por bien hecho que este. La composición estará equilibrada entre tipografía y foto además incluirá una guarda de pasta dura con suaje redondo, donde de entrada mostrará la cara de Tonatiuh, al abrir uno podrá ver la Piedra del Sol completa, pero en fondo de agua, todos estos elementos tendrán. Un tratamiento adecuado, claro se consideraron elementos del diseño y se mantuvo en la retícula en la que se trabajo previamente.





Los colores que usaré en la portada están basados en los colores originales que se han descubierto que tenía la Piedra del Sol, siendo el Rojo intenso, amarillo y negro.

Para reafirmar el interés del receptor, se recurrió al grabado como un ingrediente más que apoyo e intensificó la imagen, partiendo de que la Piedra del Sol es un monolito plano labrado en bajo relieve, y este toque del realce con una placa de grabado connota inmediatamente el significado de la portada.



Mi AGENDA PREHISPÁNICA 2006



Notas del capítulo cuatro

- 37 MÜLLER, Joseph, *Sistemas de Retículas*, pp. 25 -27
- 38 NEW ARK, Quentin, *¿Qué es el Diseño Gráfico?*, p.190
- 39 MARCH, Marlon, *Tipografía Creativa*, p.150

Octubre 2005

Martes 4

10:00

12:00

14:00

16:00

18:00

CAPÍTULO 5

Miércoles 5

10:00

12:00

14:00

16:00

18:00

PRODUCCIÓN
FINAL

CAPÍTULO 5



A lo largo de la tesis hemos hablado de las justificaciones de diseño, contenido, interpretaciones y explotación comercial de la imagen de la Piedra del Sol, elementos del Diseño Gráfico y del Diseño Editorial, así como de las maneras que queremos comunicar y plasmar en la agenda los significados que contiene la cultura azteca, pero no hemos mencionado lo que implicaría aterrizar todos estos conceptos en un uso comercial y cómo podemos lograrlo, para llegar a este punto hay que estudiar que método será más conveniente para comprar materiales y su debida reproducción. Esto nos lleva a la producción en serie de la agenda para el uso y explotación comercial, impriméndola pasando por una serie de pasos a seguir para llegar al resultado deseado.

5.1 Impresión y materiales

Para el proceso de impresión de la agenda, decidí, considerar 2 tipos de impresión, uno que aplicaré para la elaboración del dummy final y otra para una producción en serie de la agenda.

Dummy: consta de 188 páginas, es decir 94 hojas impresas por los dos lados, 26 páginas se imprimirán en color, las 162 páginas restantes las imprimiré en blanco y negro.

Para las hojas impresas a blanco y negro decidí escoger el papel pergamino de 90 gramos, por sus características en la textura y color, que se asemeja al papel amate, el mismo que se utilizaban en los códices aztecas, y además enriquece el diseño de las páginas.

Para las 26 hojas que van impresas a color, utilizaré el papel couché de 300 gramos, siendo su superficie saturada la mayor característica, además eleva a la vista la calidad de la impresión en color.

La manera en que imprimiré este dummy será a través de una impresora láser a color, ya que la calidad de estas impresoras es muy superior a las impresoras de inyección de tintas;

El sistema de inyección de tintas consiste en cartuchos separados cada uno en la cuatricromía CMYK (Cian, Magenta Yellow Amarillo y Negro por sus siglas en inglés) y contiene la tinta en forma líquida dentro del cartucho, desplazándola en el papel. El sistema de impresión láser color consta de cartucho llamados toner, separados por la cuatricromía CMYK, pero en forma de polvo plasmándola sobre el papel y después pasa por una capa de calor antes de salir de la máquina, para que reafirme el toner, imprimiéndolo de manera uniforme.



Para ajustarme a los costos de la impresión, acomodé las páginas de la agenda que son de 14 x 21 cm dentro de una hoja tamaño tabloide o doble carta, (21 x 43 cm) esto es porque las impresoras láser aceptan el formato doble carta, pudiendo colocar 4 páginas de mi agenda por el frente y 4 por el reverso, es decir, 8 páginas de mi agenda en una solo hoja tabloide.

Los pliegos se venden en su mayoría en tamaño 8 cartas, dando 4 tabloides por pliego.

Así 162 páginas entre 8, da un total de 21 hojas tabloide de papel pergamino impresas por los dos lados que son las que utilizaré para la impresión de las hojas en blanco y negro.

Para las páginas a color, seguí el mismo paso 26 páginas de mi agenda divididas entre 8, da un total de 3.25 redondeé a 4 hojas doble carta, impresas por los dos lados.

Una vez impresa las hojas doble carta, lo más práctico es llevarlo a una guillotina eléctrica donde colocando todos los pliegos se corta el tamaño deseado en tan sólo 2 pasos, por la capacidad de corte esta guillotina es muy fuerte y soportará cortar los 188 pliegos en un solo corte.

La manera para encuadernas mi agenda, y por la cantidad de hojas, decidí inclinarme por el de wire-o, o gusano metálico de 1 pulgada de ancho. Anteriormente en la explicación del diseño de las páginas consideré dejar un espacio específicamente para poder perforar e introducir el wire-o, sin que esto afecte el diseño de la agenda.

Costo del dummy: Hay que considerar que necesitamos los siguientes materiales; papel pergamino, papel couché, encuadernado metálico, impresión a color y blanco y negro.

Los papeles se venden por pliegos tamaño 8 cartas, o 4 tabloides, teniendo un costo en papel pergamino de \$3.40 por cada pliego y el papel couché de \$5.60, si dividimos el número de pliegos entre las hojas tamaño doble carta sabremos cuantos pliegos comparar:

Entonces: $26 / 4 = 6.5$ redondeándolo 7 y $162 / 4 = 41$ pliegos

7 pliegos couche x \$5.60 = \$39.20

41 pliegos de pergamino x \$3.40 = 139.40

Más en costo del corte del pliego de 57 x 87 cm a tamaño tabloide 21.5 x 3 cm es de \$10.00

Para poder imprimir una agenda completa necesitamos 4 hojas tamaño tabloide de papel couché y 21 hojas tamaño tabloide de papel pergamino.



Impresiones: La impresión en color tiene un costo de \$14.00 por hoja tabloide por un solo lado. La impresión en blanco y negro es de \$3.20 por hoja tabloide por un solo lado. Debemos tener presente que todas nuestras impresiones serán por ambos lados de la hoja, esto nos da:

8 impresiones x \$14 = \$112
42 impresiones x \$3.20 = \$134.40

El corte de hoja tabloide a tamaño final de 14 x 21 cm es de \$10, esta se cobra bajo el mismo precio siempre y cuando el corte a tamaño final sea el mismo para todas las hojas.

Para el encuadernado se considera un sólo costo que es de \$20, abarcando el perforado de todas las hojas, el wire-o de la medida que sea, en este caso necesitamos de 1 pulgada de ancho y el cierre del gusano.

Costo total para la impresión del dummy final es de:

21 Pliegos couché \$39.20
4 Pliego pergamino \$139.40
Impresiones a color \$112
Impresiones blanco y negro \$134.40
Encuadernado \$20
Corte del papel: \$20
TOTAL \$425 por el dummy terminado

Ya vimos que implica el costo para elaboración del dummy, pero teniendo una visión de comercialización de este producto, y analizando la fuerza que tiene en su contexto y diseño, podemos pensar que podríamos producir en serie esta agenda y colocarla en librerías y tiendas. Pero vender una sola agenda partiendo del precio de de \$425 más gastos de distribución y de colocación en las tiendas, tendría un precio inalcanzable, de \$800 aproximadamente siendo este un precio inalcanzable que nadie pagaría por la agenda. Es por esto que para poder bajar los costos tendría que recurrir a otro sistema de impresión, que en este caso usaré el offset:

● **Producción en serie:** en este proceso siempre hay que considerar que necesitamos por lo menos la impresión mínima de un millar de ejemplares, sea cual sea nuestro formato o cantidad de hojas.

Para empezar a imprimir, a diferencia de una impresora láser, lo que estamos viendo en nuestro monitor pasa directo a una impresión, en el offset hay que pasar por varios procesos. Primero la elaboración de negativos a partir de nuestro archivo digital, variando el costo si es a color o en blanco y negro.



Traspaso de negativo a placa, compra de papel en alto volumen, introducción a la máquina de offset, perforado y acabados.

● Costos

Un negativo de tamaño carta cuesta \$30 para sacar un negativo de tamaño de 8 cartas, se multiplica $8 \times \$40 = \320 por un negativo para el frente y otro negativo para el reverso son otros \$640 para el negativo de un pliego en blanco y negro necesitamos 5 negativos como éste, entonces $\$480 \times 5 = \$2,400$ en negativos a blanco y negro.

Para los negativos a color realmente es el mismo costo, sólo que por un solo pliego hay que multiplicarlos por 4, esto debido al sistema de impresión llamado separación de color, el archivo a todo color se separa en solo 4 colores, CMYK, cian, magenta, amarillo y negro) requerimos un pliego para que salgan todas a las hojas a color que necesitamos, un pliego nos costaría $\$2400 \times 4 = 9,600$
Costo total de negativos. $\$2,400 + \$ 9,600 = \$12, 000$.

Después pasara por una transferencia a placas metálicas donde se colocara en la máquina de offset, el costo por la placa es de \$70 pesos y necesitamos de 10 placas esto da un total de \$700.

A diferencia de las impresiones a color laser donde cada impresión tiene un costo determinado, en el proceso de offset, el costo es por entrada a la máquina por millar.

Partiendo de esto, hay que realizar una serie de operaciones donde sabremos cuántos pliegos por millares debemos de meter a la máquina.

A diferencia del dummy donde consideramos hojas tamaño doble carta, para el offset lo más conveniente es utilizar el pliego entero sin tener que cortarlo.

Si nuestra agenda tiene un total de 188 páginas, tendremos que multiplicarlos por lo menos por el número de piezas que queremos imprimir, para que podamos bajar costos consideraremos imprimir 3 millares de agendas, esto nos dará 564, 000 paginas que necesitamos.

De la misma forma tendremos que subdividir el pliego de 57 x 87 entre la medida de la página final de la agenda, que es de 14 x 21, esto nos da un total de: 32 páginas por pliego, entonces necesitaríamos para imprimir 3000 agendas, un total de 17625 pliegos de 57 x 87. Redondeándolo a 18 millares de pliegos.

Esto nos deja más claro que serian 18 ocasiones, nuestro trabajo entraría a la máquina de offset por un sólo lado y necesitamos imprimirla por ambos.



El costo de la entrada es de $\$30 \times 32$ entradas = $\$960$ por el costo de entrada. Para la compra del papel necesitamos una cantidad mayor de papel, esto obviamente incrementará el costo, pero considerando que al comprar el papel por mayoreo el costo unitario baja considerablemente.

Si el costo de un pliego de papel pergamino es de $\$3.40$ necesitaríamos para imprimir 3000 ejemplares 15,562.50 pliegos donde caben 32 páginas de la agenda. En la compra del un millar de pliegos del mismo papel el costo baja un 50%.

Esto nos da un total de:

$15,562.50$ pliegos \times $\$3.40$ = $\$52,912.50$ a mitad de precio es de $\$26,456.25$

Para la compra de papel couché que es de $\$5.60$ se aplica el mismo descuento, y necesitaríamos de 407 pliegos.

Esto nos da un total de:

2437.5 pliegos \times 5.60 = $13,650$ a mitad de precio = $\$6825$

Para el encuadernado, no podríamos usar el método de encuadernación por pieza, porque esto elevaría enormemente nuestro precio (3000 ejemplares \times $\$20$ = $\$60,000$) lo que haríamos es encuadernarlo en forma industrial, compraríamos un bobina de wire-o de una pulgada. Esta bobina contiene 33,000 arillos y solo necesitamos 16 arillos para una sola agenda, entonces para la reproducción de 500 agendas necesitamos 80 arillos, con 2 cajas de wire nos bastará, el costo de cada caja es de $\$2,500 \times 2$ cajas = $\$5000$.

Para los acabados necesitamos considerar el costo por pieza esto es aproximadamente; 50 centavos por pieza, éste trabajo abarca, el refinado (corte de los pliegos a tamaño final) colocación del arillo metálico, corte de wire-o a medida solicitada 3000 ejemplares \times 0.50 = $\$1,500$.

Costo total para la impresión de 300 ejemplares:

$15,562.50$ pliegos pergamino: = $\$26,456.25$

2437.5 pliegos couché = $\$6825$

Negativos: $\$12,000$.

Placas: $\$700$

Entrada a la máquina: $\$960$

2 cajas de wire-o $\$5000$

Acabados: $\$1,500$

TOTAL $\$53,441.25$ para la producción de 3000 ejemplares

Costo unitario: $\$17.82$



Todo este estudio nos deja claro que invirtiendo en la producción de 3000 ejemplares de la agenda sería costeable, aún cuando sumáramos los gastos de distribución que es del 50% más y gasto de colocación se considera \$50% más. Y por último nuestra utilidad que bien ganada debemos tomar el 40% esto da:
 $\$17.82 + \$17.82 + 7,10 = \$42.75$

El precio final al público podría estimarse en \$50.00 máximo, siendo este un precio razonable para muchas personas.

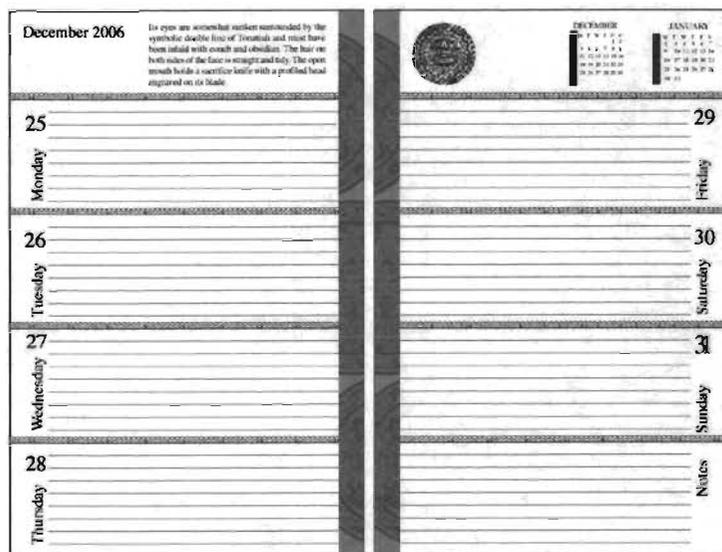
5.2 Producciones en el futuro

Hemos terminado con la investigación, proceso de creatividad y costo de producción, dándonos cuenta que hemos logrado un producto con calidad dado su trabajo y que por sus características seguramente gustaría al público estando a un precio razonable.

Siguiendo en este contexto, podemos seguir trabajando en esta clase de proyectos, utilizado a las demás culturas del México antiguo y de toda mesoamerica.

Empezamos con la cultura azteca y la utilización de la Piedra del Sol, porque es la cultura que más nos representa en el mundo y mencionamos antes lo que proyecta la Piedra del Sol en México y para el mundo.

Pero aún hay más material que podemos utilizar, para elaboraciones de otras agendas; como la cultura, Maya, Otomí, Olmeca, Teotihuacana, Zapoteca, etc, manejando el mismo nivel de investigación y proceso creativo para realizar otras agendas, y dando



una mayor variedad al público que tendría más elección de compra.

● **La exportación**

Para tener un alcance de nuestro producto para venderlo en el extranjero, lo primero sería traducir el contenido de la agenda a otros idiomas, principalmente al inglés o francés.

Sabemos que México es aún muy competitivo a nivel internacional, en cuanto a producción de maquila se trata, no solo por sus costos bajos y calidad, valiéndome de esto estoy convencido que podría juntar los requerimientos necesarios para proyectar un producto de calidad en el extranjero; contenido, diseño y calidad.

JANUARY

THE SUN STONE
Also known as the AZTEC CALENDAR, is a circular monolith that was used by the Mexica as a sacred sacrifice stone. It is made from basalt, has a diameter of eleven feet and six inches and weighs approximately twenty-four tons. It served as a receptacle for the heart and blood of the warrior who was sacrificed as an offering to the sun, which required this sustenance in order to be daily reborn, after defeating the feminine powers of the night, represented by the moon and the stars.

Although the date when it was carved is not known with any degree of accuracy. At the top it bears the numeral 13-Cane (1479), corresponding to both the reign of Axayacatl and the date when the Mexica gave to the Fifth Sun birth of in Teotihuacan.

The Legend of the Suns recounts of the four previous ages and places the Mexica in a new era that would culminate in natural catastrophes. It also explains the different phases of the sun's daily journey: it is born of the earth, Cuauhtlic, it becomes a young eagle warrior, vigorous and masculine, that rises to the zenith accompanied by those who have died in battle or by sacrifice. At the closed day in the company of the woman who have died in childbirth, it starts its descent to be swallowed by Tlalmehuilli, the Lord of the Earth. Thus it starts across the night until it is born once again at dawn.

The cosmogony of a sun-worshipping people is apparent and thus its face is carved in the center of the monolith. The Sun Stone also represents a glorification of war as an element of renewal, together with the duality, ever present, among the Aztecs, of life and death.



Phone Directory

M

Name	Name
Phone	Phone
Celular Phone	Celular Phone
Address	Address
e-mail	e-mail

Name	Name
Phone	Phone
Celular Phone	Celular Phone
Address	Address
e-mail	e-mail

Name	Name
Phone	Phone
Celular Phone	Celular Phone
Address	Address
e-mail	e-mail

Name	Name
Phone	Phone
Celular Phone	Celular Phone
Address	Address
e-mail	e-mail

Noviembre 2005

Jueves 17

10:00

12:00

14:00

16:00

18:00

CONCLUSIONES

Viernes 18

10:00

12:00

14:00

16:00

18:00

CONCLUSIONES



Yo como comunicador gráfico encontré un campo de acción en todas las actividades humanas que requiero para transmitir o intercambiar mensajes por medios visuales a través de mi agenda prehispánica.

Después de haber terminado mi proyecto, creo que sería muy provechosos o que en las escuelas, los alumnos desde su educación desarrollen trabajos diferentes para cada materia, donde la exploración al campo real y la detección de la invasión de productos extranjeros, sea un medio de sensibilizar, y que a cada alumno se mentalice al campo de trabajo donde se va a enfrentar, al salir al mundo profesional uno debe de echar mano de todos los conocimientos adquiridos, y esto se puede lograr desde la formación académica.

Ahora al haber laborado en campo real de trabajo, como comunicador gráfico, los conocimientos y experiencias que aplique al desarrollo de este proyecto, puedo decir que mi agenda prehispánica, es un producto que gustará al público. Ya que es un producto el cual no hay que invertir millonarias sumas de dinero para pagar los derechos de explotación, como anteriormente lo mencionamos, tampoco hay que aprovechar del auge de una película mientras dure en cartelera o un programa de televisión que está su apogeo, es un producto que puede llegar a los consumidores con un precio accesible y que por el contenido es algo agradable y que es grato de conservar aún después de haber sido usada.

Con esta experiencia de trabajo, descubrí la aplicación del diseño gráfico en el medio editorial, apoyándome con imágenes de mas de 500 años de existencia me proporcionaron soluciones específicas a los problemas de gusto a nivel social, constituyéndose en una parte fundamental para el paso de elaboración del proyecto editorial.

La integración de la cultura, raíces y creatividad al diseñar gráficamente nos dan una serie de soluciones y resultados. Si aplicamos esta tendencia para la solución de nuestra necesidad al diseñar podríamos elevar nuestro nivel para que realmente los diseños se adapten a las necesidades, que nos exigen y que afligen en ocasiones nuestra búsqueda de singularidad en nuestros diseños.

De esta manera es posible afirmar que la intervención del comunicador gráfico es importantísima en el cotidiano fomento de difusión, buscando la necesidad de crear programas que busquen atraer fondos, entiendo que la falta de presupuesto es un problema real y que en todos los ámbitos de nuestra vida está presente, siendo este un obstáculo para seguir adelante en muchos proyectos, sin embargo, la creatividad no la podemos restringir con un presupuesto, sino siempre será el arma para contrarrestar este problema.



A través del diseño editorial, se pueden facilitar los valores del diario, esto es debido al manejo de la información en una serie de normas que establecen los rasgos en la composición, además del manejo de palabras y la combinación de elementos, imágenes ilustraciones, etc.

Como comunicadores gráficos debemos establecer adecuadamente la forma en que será transmitido el mensaje haciendo uso del lenguaje visual para que cuando este llegue al destinatario sea siempre lo más claro posible.

En la actualidad al publicar en una empresa o hacerlo un individuo cumple una función específica, que es la de entablar la comunicación visual e información efectiva, lo que implica un conocimiento profundo acerca del objetivo del diseño además de considerar el estilo y la imagen que se desea proyectar.

Algo desatacado que note, fue la gran cantidad de aplicaciones que existen en nuestro entorno social con las imágenes prehispánicas, fuente de documentación para mi agenda prehispánica, como las monedas, empresas nacionales, y una que otra trasnacional, del cual me apoye y me agrado ver, que el diseño de estos elementos se apoyan en lo ya mencionado.

La recopilación imágenes y datos que me apoyaran para la investigación, resulto más sencilla de lo que hubiera esperado, por la cantidad de libros especializados que existen en el mercado, y de una basta cantidad de recuerdos que se venden en lugares de interés turísticos, como el Museo Nacional de Antropología o el centro histórico. La inquietud estudiar la cultura prehispánica ampliando mis conocimientos y difundirlos aplicarlos a los proyectos gráficos, me hizo ver gusto por la historia de México, es donde se encuentre un momento interés y conocimiento del pasado, ese mismo sentimiento que intento trasmitir al lector que adquiriera mi agenda prehispánica.

Al desarrollar trabajos como este se puede ser competitivo en el campo profesional con productos de hechura totalmente mexicano en cuanto a concepto y producción se refiera, además de seguir demostrando la importancia que tiene las culturas prehispánicas hoy en día. El punto principal de diseñar esta agenda es la de difundir aspectos del México prehispánico.

En lo personal la composición de mi agenda, tomé en consideración los fines específicos y propios del trabajo, además de prestar atención en la sección de los elementos para que sean orientados como un esfuerzo a la información, como si se tratara de cualquier agenda que se vende al campo de trabajo.



En días anteriores durante el pleno desarrollo de mi proyecto, se daba la noticia a nivel nacional que la Secretaria de Educación Pública, daba a conocer el nuevo plan de estudio donde se pretendía, eliminar casi en su totalidad la parte que habla de la historia de México en la parte prehispánica, y enseñar a los niños y jóvenes de México desde la independencia hasta nuestros días, aquí unas cuántas reseñas de esto publicadas en los periódicos.

DIF DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL **La Jornada**

SECC	PAG.	COL.	FECHA
A	44	4	17 JUN 2004

■ La medida entraría en vigor en el ciclo 2005-2006 en escuelas secundarias

Proyecta la SEP eliminar de la enseñanza varios siglos de historia

- El objetivo de la secretaria es facilitar el conocimiento de una "historia explicativa"
- Para compensar la pérdida de contenidos planea "fortalecer" el aprendizaje en primarias

DIF DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL **La Jornada**

SECC	PAG.	COL.	FECHA
1	10	4	23 JUN 2004

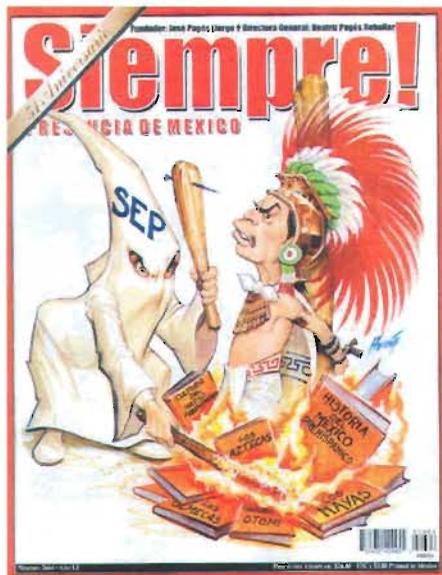
■ Josefina Zoraida Vázquez se destiada de la elaboración del nuevo programa

Socavar la identidad nacional, riesgo de las reformas en secundaria: experta

- El proyecto ha sido mal presentado, pero es perfectible, considera la investigadora

En mi opinión personal y para terminar esta conclusión, creo que el diseño gráfico, el diseño editorial y que decir de la riquísima historia de México, puede ser un arma poderosa para la generación de empleos, el aceptar este tipo de iniciativas de remover el plan de estudios sería un suicidio además de la globalización, la importación de productos de contrabando y muchos elementos mas serían el acabose total.

Es por eso que he puesto en desarrollo lo que aprendí en mi carrera y formación como universitario, y que además soy un convencido de que en este país hay talento para la generación y realización de grandes ideas, y de profesionales en diseño y comunicación gráfico, donde lograremos dar un paso adelante en la búsqueda de una identidad nacional real.



Periódico La Jornada Publicado los días, 17 al 23 de junio de 2004, Nota y Redacción de: Claudia Herrera Beltrán, Karina Aviles y Enrique Méndez. De la Carpeta informativa del DIF Nacional elaborada por la Dirección de Comunicación Social.

Revista SIEMPRE Presencia de México Publicada la semana del 4 al 9 de julio de 2004 Directora General Beatriz Páges Rebolívar.

Diciembre 2005

Jueves 22

10:00

12:00

14:00

16:00

18:00

BIBLIOGRAFÍA

Viernes 23

10:00

12:00

14:00

16:00

18:00

BIBLIOGRAFÍA



ALEXANDER, Christopher, *Notas de síntesis de la forma*, Ed. Universidad Press, Harvard, EUA, 1984.

BROADBENT, Jones G., *Problemas de metodología del Diseño Arquitectónico*, Ed. Eudeba, Buenos Aires, 1969.

BEAUMONT, Micheal, *Tipo y color*, Ed. Hermann Blumme, Barcelona, 1998.

BROADBENT, Geoffrey, *Diseño arquitectónico*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1976.

CHIWIJIWA, Hideki, *Color Harmony*, Ed. Lightdream, 1987.

DE SAUSMAREZ, Maurice, *Diseño Básico*, Ed. Trillas, México D.F., 1986.

Diccionario Ediciones Larousse, S.A. de C.V., México D.F., 2002.

DONDIS, D. A., *La sintaxis de la imagen*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.

ENCISO, Jorge, *Sellos del México antiguo*, Ed. Innovación, México D.F., 1988.

ECO, Humberto, *Como se hace una tesis, técnicas y procedimientos de estudio*, Ed. Gidesa, México D.F., 2001.

FIRAVANTI, Giorgio, *Diseño y reproducción*, Ed. Gustavo Gili, México D.F., 1991.

FRUTIGER, Adrián, *Signos símbolos y marcas*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1982.

GONZÁLEZ RUIZ, Guillermo, *Estudio de Diseño*, Ed. Edmece, Buenos Aires, 1998.

HARDING, Harrold, *Los recursos para la creatividad de los libros*, Ed. Charles Scribners, Nueva York, 1962.

HICKETHIER, Alfred, *El cubo de los colores*, Ed. Bouret, Paris, 1981.

JONES, Charles, *Métodos de Diseño*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1986.

KLOSS FERNÁNDEZ, Gerardo, *Comunicación y Cultura*, Ed. UAM, México D.F., 1998.

KLOTTER, Philip, *Mercadotecnia*, Ed. Prentice Hall H., México D.F., 1989.

LAING, John, *Diseño Gráfico*, Editorial, Ed. Hermann Blumme, Madrid, 1995.





- LÓPEZ REYES, Alfonso, *Historia Universal*, Ed. CECSA, México D.F., 1974.
- MATOS MOCTEZUMA, Eduardo, *Los Aztecas*, Ed. Lunwerg, Barcelona, 1994.
- MARCH, Marion, *Tipografía Creativa*, Ed. Gustavo Gili, México D.F., 1998.
- MUNARI, Bruno, *Diseño y Comunicación Visual*, Ed. Gustavo Gili, México D.F., Barcelona, 2000.
- MUNARI, Bruno, *Como nacen los libros*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1999.
- MÜLLER-BROKMAKMANN, Josef, *Sistemas de Retículas; Un manual para diseñadores Gráficos*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1997.
- NAVAS, Macedonio, *Historia de México*, Ed. Herrero, México D.F., 1975.
- NEW ARK, Quentin, *¿Qué es el Diseño Gráfico?*, Ed. Gustavo Gili, Naucalpan Edo. de México, 2003.
- PAOLI, J. Antonio, *Comunicación e información; Perspectivas Teóricas*, Fondo de Cultura Económica, México D.F., 1990.
- HASLAM, Andrew, *Tipografía: Función Forma y Diseño Editorial*, Ed. Gustavo Gili, México D.F., 2002.
- RICO, Fernanda, *Exhibir para Educar*, Ed. Pomares, Barcelona-México, 2004.
- SOLÍS, Felipe, *La Piedra del Sol*, Arqueología Mexicana Núm. 41, Ed. Raíces-INAH, enero-febrero 2000.
- SOUSTELLE, Jacques, *El arte del México antiguo*, Fondo de Cultura Económica, México D.F., 1989.
- SWAN, Alan, *Bases del Diseño Gráfico*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1999.
- TUMBULL, Artur T., *Comunicación Gráfica*, Ed. Trillas, México D.F., 1992.
- VAILLANT, George, *La civilización azteca: origen, grandeza y decadencia de México*, Fondo de Cultura Económica, México D.F., 1977.
- WONG, Wicius, *Principios de Diseño en Color*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1989.