



---

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO

---

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

ANTECEDENTES PREHISPÁNICOS EN LA IMAGEN GRÁFICA DEL CENTRO CULTURAL  
CASA DE BOMBAS STA. MARÍA NATIVITAS

Tesis que para obtener el título de licenciado en Diseño Gráfico

presenta  
Javier de los Santos Hidalgo

México, D.F., 1995

FALLA DE ORIGEN

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



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

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

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

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

## ÍNDICE

	pags.
INTRODUCCIÓN.	
CAPÍTULO 1: IDENTIDAD GRÁFICA	1
1.1 Antecedentes de la identidad gráfica.	2
1.2 Identidad.	4
1.3 Expresiones de identidad.	6
1.4 Clasificación de identidad.	9
1.5 Identificadores de entidad.	11
1.6 Manual de identidad visual.	15
CAPÍTULO 2: CULTURA XOCHIMILCA	17
2.1 Contextualización.	18
2.2 Restos arqueológicos en Xochimilco.	25
2.3 Clasificación de las formas.	27
2.4 Expresión del color.	31
CAPÍTULO 3: PROCESO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO	34
3.1 Enfoque semiótico	35
3.2 Proceso de comunicación.	39
3.3 Elementos básicos.	42
3.4 Técnicas visuales.	43
3.5. Análisis de símbolos.	45

CAPÍTULO 4: PROYECCIÓN Y APLICACIÓN	55
4.1 Método de proyección.	56
4.2 Fase de estudio.	58
4.3 Fase de proyección.	61
4.4 Fase de realización.	73
CONCLUSIONES.	86
BIBLIOGRAFÍA.	88

---

## DEDICATORIA

A Dios  
A mi madre Celia Hidalgo Carmona  
A Norma Angélica  
A mis hermanos  
A la vida...

Gracias...

"El fracaso no me sobrecogerá nunca si mi determinación  
para alcanzar el éxito es lo suficientemente poderosa."

Og Mandino

---

## **AGRADECIMIENTOS**

Expreso mi más profundo agradecimiento a: Mtra. Patricia Vázquez Langle, Lic. Salvador Carreño González, Lic. Miguel Armenta Ortiz, Lic. José Manuel García Ramírez, Profr. Ulises Verde Tapia por su decisiva colaboración, y a todas las demás personas, que se vieron involucradas en la realización de este proyecto.

---

## INTRODUCCIÓN

Desde los comienzos de la humanidad el hombre ha sentido la necesidad de explicarse y comunicar los fenómenos naturales que ocurren a su alrededor. Es a partir de ahí, que empieza a buscar la manera de expresar sus ideas. El México Antiguo no es la excepción ya que argumentó toda su concepción en torno a seres con poderes sobrenaturales que tuvieron a su cargo la sucesión de los hechos que han acompañado al hombre en su lucha por la supervivencia y la explicación detallada del por qué de las cosas, todo manifestado mediante formas fitomorfas, zoomorfas, antropomorfas, mitomorfas y geométricas que podemos encontrar presentes en las manifestaciones realizadas por tlacuilos (pintores) y artesanos de la época; cada elemento tiene un significado y una razón de ser perfectamente bien justificada y es motivo para considerar que los símbolos gráficos se han convertido en medios indispensables para la comunicación de todos los tiempos.

El objetivo del presente trabajo es el diseñar y encaminar a diferentes alternativas con la utilización de los símbolos y conceptos heredados por nuestros antecesores, contamos con un sinnúmero de elementos que pueden ser explotados para ratificar nuestro pasado histórico; la realización de imágenes gráficas que identifiquen a entidades, es una opción, como lo es la propuesta para El Centro Cultural Casa de Bombas de Sta. María Nativitas, además de crear nuevos proyectos con estas características que serán una forma de identificarnos con un diseño contemporáneo y de un pasado histórico muy nuestro.

Estamos comprometidos en hacer un buen trabajo cada que nos dispongamos a realizar un nuevo proyecto; sin duda alguna el apoyarnos en un seguimiento lógico nos lleva a una solución satisfactoria y sobre todo con características reales, lo cual hablará de un buen diseño, creativo y razonado, que es importante para lograr una imagen gráfica bien justificada que nos solucione nuestro problema de comunicación.

---

Todo esto nos permite la utilización correcta de las diferentes formas, que deben ser acordes para quien desee retomarias en busca de una imagen de identidad con carácter nacional y con bases firmes que hablen de una parte muy importante de nuestras raíces culturales.

La creatividad y el conocimiento forman parte de cualquier expresión gráfica ya que son elementos de la recopilación de datos que sirven para llegar a un resultado satisfactorio que cubre las necesidades del receptor.

El presente trabajo se divide en cuatro capítulos que cubren con un método de proyección deductivo y de análisis. En el primero se realiza la investigación con referencia al soporte gráfico (identidad gráfica). El segundo abarca la recopilación de datos correspondientes a antecedentes históricos de la cultura xochimilca y al contexto actual ubicando dentro de éste a la institución seleccionada. El tercero se refiere al proceso de comunicación y elementos de diseño, además en él, se hace un análisis semiótico de símbolos de entidades análogas que sirve como antecedente en la realización de la imagen gráfica para la casa de cultura. El cuarto y último capítulo es el seguimiento del método de proyección para llegar a la solución gráfica y su aplicación en diferentes soportes.



---

CAPÍTULO

1

**IDENTIDAD GRÁFICA**

### **1.1 Antecedentes de la identidad gráfica**

Se considera que la identidad gráfica surge como técnica y estudio a nivel profesional teniendo como precedente a la marca, que es una transformación funcional desde tiempos muy antiguos, empleada principalmente por los primeros artesanos, corporaciones de la época medieval y posteriormente durante el industrialismo en el siglo XIX. La marca, en sus inicios, tenía la función de identificar a los productos dentro de un campo comercial que predominaba en esa época, tratando de distinguir la mercancía creada; toda su producción tenía que estar perfectamente identificada por ser parte del funcionamiento del sistema, que consistía en una reglamentación muy estricta dentro del monopolio comercial y empleada para el desarrollo de la comunicación entre una sociedad capitalista; el empresario requiere para sus mercancías la distinción e identificación dentro de un campo comercial; buscaba el impacto visual propio del signo gráfico indagando procedimientos representativos realistas y posteriormente abstractos; también la singularidad del producto, lo insólito, algo único, y extraordinario fuera de lo convencional; como manifestación o figura icónica busca una relación con la idea del objeto al que representa.

Como identidad corporativa se desarrolla más adelante, aproximadamente a mitad del siglo XX, formando parte de la enseñanza del diseño gráfico, las empresas requieren de quien las identifique y no únicamente a los productos que éstas representan. Necesitan tener una identidad propia, tratan de conseguirla formando estrategias de comunicación con la ayuda de imágenes gráficas que son parte de un programa de identidad corporativa; son signos visuales de comunicación que pueden ser personal o de un grupo organizado, se distinguen por sus signos intencionales que implican comunicación e información entre los seres humanos; semióticamente se puede decir que son elementos generadores de significados con intención de informar dando forma y sentido.

Las instituciones necesitan de signos que las identifiquen, en ellos se conjuga todo lo que gira alrededor de una Institución y dejan de representar sólo un objeto, la marca es el principio básico de la identidad, además es reforzada por la publicidad y mensajes inteligentemente planteados, es un sistema de signos, un código y un conjunto de criterios manejados por la institución para llegar a una estrategia sutilmente creada por ella misma.

La marca designa un producto, un servicio y a la entidad misma, ya sea cultural, industrial, comercial, cívica, profesional, política, etcétera. Como signo de identidad tiende a distinguir, diferenciar, a ser reconocida y memorizada como producto, como línea de productos, servicios y como empresa ante los competidores.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Vid. Costa Joan, "Imagen global" ed. CEAC Barcelona.España, pp. 20-60

## 1.2 Identidad

Es importante analizar el término IDENTIDAD según su función, ya sea lingüística o semiótica; la idea es no caer en equivocaciones de interpretación. "El concepto de identidad arrastra un doble sentido, básicamente planteado entre su alusión a una serie de atributos internos de la institución y a un conjunto de sistemas de signos identificadores".<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Chávez Norberto, "La imagen corporativa" ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1989, p.20

\* ENTIDAD (para referirse a cualquiera de las clasificaciones de identidad ya sea: corporativa, institucional o personal).

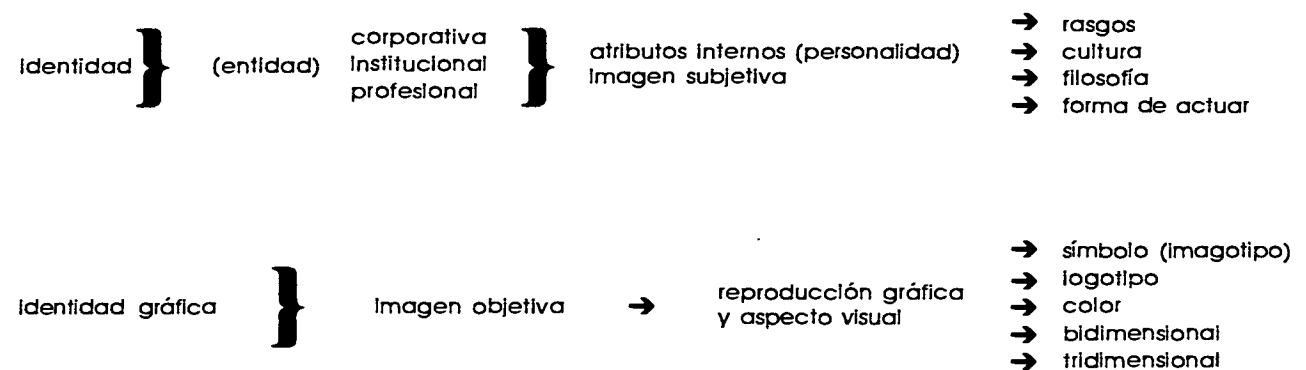
**La Identidad (Entidad)**\*. Determinará a la persona, organización o grupo que se dedique a una actividad determinada; reflejará sus características en general. Se entiende como el conjunto de rasgos propios. La identidad es a las empresas lo que la personalidad a los individuos. Toda entidad tiene una cultura, una filosofía, una misión y una forma de actuar que refleja y es como su huella digital y no existirá otra igual.

**La Identidad gráfica.** Parte de un proceso muy antiguo de expresión (la marca). Emplea como elementos básicos signos, símbolos y significantes. Es una manera de transmitir mensajes dentro de una sociedad; se utiliza la identidad reforzándola gráficamente para representar a entidades públicas o privadas manejando los elementos básicos del diseño, con propósitos estratégicos para alcanzar una economía y a su vez una comunicación óptima.

Es fundamental para implantar y hacer una imagen pública que logre engrandecer a una institución, además de diferenciarse de otras y obtener un sitio más importante. El diseño gráfico está establecido por infinidad de elementos que forman parte de una correspondencia comunicacional de mensajes visuales.

Se hacen necesarios los medios verbales, culturales, ambientales e informaciones objetivas que determinarán un concepto de la realidad pública de la empresa que sirve para

proponer un símbolo gráfico; todos éstos datos forman parte de una comunicación especializada, de una estrategia en términos de conexión con empleados, clientes y de relaciones públicas; abarca el comportamiento general, con relación de su personal y el servicio que ofrece además de promociones, desarrollo de productos, publicaciones, etcétera.



### 1.3 Expresiones de identidad

La producción del factor informativo o también llamada semiosis institucional, definida por Norberto Chávez en su libro "La imagen corporativa", *op. cit.* trata de investigar a fondo la labor esencial de la entidad y la excelente situación orientada a inducir una imagen pública; es importante hablar de la terminología que rodea a la palabra "imagen", en torno a ella encontramos los conceptos: Realidad, identidad, comunicación e imagen.

El término imagen suele emplearse equivocadamente como sinónimo de las palabras identidad y comunicación: tomando como ejemplo las expresiones identidad corporativa y comunicación corporativa son definidas en muchas ocasiones utilizando la palabra imagen corporativa. Los conceptos implicados en la actividad corporativa los describo a continuación en busca de una mejor identificación de este mundo de términos.

**Realidad.** Refleja los rasgos característicos que tiene y que va adquiriendo la institución a lo largo de su trayectoria; la integran datos verídicos y hechos reales entre los que podemos mencionar la estructura o modalidad organizativa y operativa, su realidad económica y financiera. Es el estudio de la estructura física de la entidad; es decir, la vida de la institución es todo el proceso que puede ir incluso modificándose con la existencia de ésta. Forman parte de ella los proyectos, las acciones internas y externas.

**Identidad.** Se refiere al conjunto de atributos y valores que toda entidad posee: es una autorrepresentación fundada en lo que es, lo que quiere ser y lo que pretende que crean que es su realidad. Consigue este fin a través de sus actividades logrando ser identificada dentro de un contexto. Forma su carácter con base en el origen de la entidad y su evolución; se manifiesta por su propia cultura, su concepto de calidad, su servicio, su conducta y su forma de actuar.

**Comunicación.** Es la recopilación de todos los recursos que posee la entidad a través de los cuales emite mensajes para comunicarse con el medio social y difundir su propia identidad, aquella que le otorga un carácter específico e individual; "la comunicación es elemental para cualquier organización".

Los recursos que utiliza la entidad para comunicarse son de dos tipos:

1- Materiales



Elementos visuales, publicidad, promociones, etcétera

2 - Inmateriales o de conducta



Calidad de sus productos o servicios, el comportamiento de su personal, el tono de sus comunicaciones, etcétera

A la comunicación corporativa hay que entenderla como la unión que debe existir entre la identidad y la imagen. Es la faceta del proceso en la que podemos controlar de manera consciente lo que somos y cómo queremos que nos vean. Para no permitir una imagen equivocada conviene dar a conocer un plan global de identidad corporativa.

**Imagen pública.** Es el registro de la visión, es el reflejo que la sociedad tiene acerca de la entidad; la resultante global de los conceptos reunidos entre los distintos públicos con los que ella se relaciona (clientes, accionistas, proveedores, empleados, etcétera).

La imagen de entidad se refiere al registro público de los atributos o rasgos que la identifican. Constituye la parte externa. De nada servirá tener una excelente calidad en la elaboración de productos si el público tiene la imagen de que ofrece productos de baja calidad.

Se puede tomar la recopilación y análisis de información referente a instituciones análogas para determinar una estrategia comunicacional a seguir.

Una confusión más en nuestras expresiones cotidianas es la palabra imagen; debemos tener presente que hay dos tipos de ella:

- |             |   |
|-------------|---|
| 1- Objetiva | } Se define como la representación visual (bidimensional o tridimensional) con características exteriores que pueden identificarla o interpretarla (como aspecto visual, estructura formal, reproducción gráfica, símbolo, etcétera).                             |
| 2-Subjetiva | } Representación mental e interpretación de la imagen objetiva, un registro: que puede ser una imagen pública, psíquica o una formación ideológica; pero todas éstas con relación a la opinión creada por la formación de un grupo de gente a una imagen pública. |

Los conceptos descritos constituyen la semiosis institucional "Por semiosis institucional debe entenderse el proceso espontáneo, artificial o mixto por el cual una institución produce y comunica el discurso de identidad y motiva en su contexto una lectura determinada que constituirá su propia imagen".<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Chávez, *op. cit.*, p.32



## 1.4 Clasificación de identidad

El diseñar para una entidad (institución, empresa, persona o profesión) una imagen con carácter propio que la identifique por medio de formas visuales (símbolos, logotipos, grafismos, colores, etcétera) y logrando que los elementos estén unificados de manera simple y legible para ser recordada con facilidad, obteniendo una respuesta del público en general o del sector al que va dirigido, será un importante logro.

Para determinar el campo en que se manifiesta la problemática de la identidad hablaré de una clasificación elemental según el área a la que representa; cabe señalar que al dirigirme a la palabra identidad no sólo estoy haciendo referencia a agrupaciones, desde luego hablo de las diferentes clasificaciones.

Hablemos de la propuesta y su respectivo objetivo, en estas tres facetas: <sup>4</sup>

**1. Identidad corporativa.** Hace referencia a una estructura organizada que busca una finalidad económica y persigue el lucro a través de sus servicios (termino latino empresa).

Las agrupaciones de éstas empresas que pueden ser públicas o privadas son más conocidas como corporación y su finalidad es producir el mayor capital.

Ejemplo: Aurrera, Superama y Gran bazar que pertenecen a la misma cadena comercial.

<sup>4</sup> Cfr. Apuntes de la materia "Diseño 7"  
Prof. Joaquín Rodríguez, 1989,  
Chóvez. *op. cit.*, pp.17-19



**2. Identidad Institucional.** Se compone de elementos que representan las características relacionadas a las actividades de la entidad teniendo como finalidad darse a conocer. Pueden ser instituciones públicas o privadas que administren o realicen actividades sin perseguir el lucro y prestando servicio a la comunidad (ejemplo de ellas son centros de salud, casas de cultura, deportivos, delegaciones, oficinas gubernamentales, etcétera).



**3. Identidad profesional o personal.** Expresa la profesión o servicio que desempeña un individuo cualquiera que sea su actividad. Es una forma de autopresentación, es buscar una imagen representativa de quien la usará; ésta por lo general se representa gráficamente con el menor número de palabras en forma de sello; en relación con abreviaturas del nombre o de la profesión, algunas de las veces con disposición a lo ornamental y lo estético (por ejemplo: arquitectos, dentistas, diseñadores y técnicos entre otros).



## 1.5 Identificadores de entidad

Los sistemas de identificación son códigos usados dentro de la institución, que equivalen a las relaciones que se van sumando para lograr una identidad, muchas veces también llamada imagen de empresa; estos mensajes sirven de apoyo al igual que cada elemento creado para la presentación de la entidad. Los identificadores son creados para darle reconocimiento, incluso a aquellos elementos no sígnicos pero que están relacionados por rasgos y valores de la identidad.

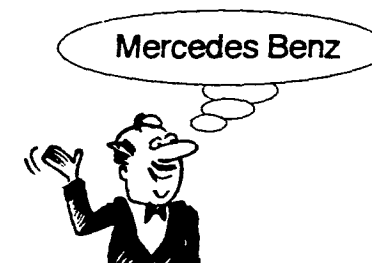
Es importante la clasificación y tener en claro sus fines y conceptos para no caer en falsas interpretaciones, considerándose a los siguientes como identificadores para una entidad: nombre, logotipo, símbolo (imagotipo) y color.<sup>5</sup>

5 Cfr. Chávez, *op. cit.*, pp.41-67

**1. Nombre.** Se utiliza como concepto de "identificación". Es la manera como la entidad irá reteniendo las características que terminarán por representarla, logrando saber quién es y cómo es en sentido de "denominación" recopilación de la identidad obtenida por la identificación unida con el nombre que nos permitirá decir quién es. Se refiere simplemente a la acción del nombre de la entidad como tal y no al diseño tipográfico de éste.

La identificación del nombre (como grupo de palabras) se produce por mecanismos lingüísticos.

Los nombres son sólo la razón social y adoptan aspectos: de signos arbitrarios o términos altamente significativos de la entidad. En el cuadro siguiente podemos observar las variantes de denominación divididas en cinco tipos básicos y su forma mixta.



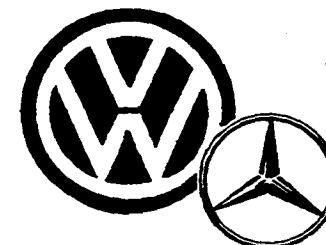
- |    |  |   |   |
|----|--|---|---|
| a) | <b>Descriptivos.</b> Cuando se delinean las actividades o funciones que desempeña la entidad en el nombre.   | } | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Museo de culturas populares</li> <li>• Lito-offset</li> <li>• Lava tap limpieza, etc.</li> </ul> |
| b) | <b>Simbólicos.</b> Se consideran al hablar de la entidad mediante conceptos conocidos.   | } | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visa</li> <li>• Apple</li> <li>• Estafeta</li> <li>• Camel, etc.</li> </ul>                      |
| c) | <b>Patronímicos.</b> Hablan de la entidad utilizando el nombre de un algún personaje bien conocido y relacionado con la firma, puede ser el nombre del dueño o del fundador. | } | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercedes-Benz</li> <li>• Lozano</li> <li>• Ford, etc.</li> </ul>                                 |
| d) | <b>Topónimos.</b> Hacen alusión al lugar de origen o área de ascendencia de la entidad.  | } | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mexicana de aviación</li> <li>• Aeroméxico</li> <li>• El Sol de México, etc.</li> </ul>          |
| e) | <b>Contracciones.</b> En ellas se manipulan por las iniciales o fragmentos de palabras para una economía y retención en la memoria por su corto nombre.                      | } | <ul style="list-style-type: none"> <li>• IBM</li> <li>• UNAM</li> <li>• INAH etc.</li> </ul>  |
| f) | <b>Formas mixtas.</b> Son combinaciones entre los tipos básicos.   | } | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Banamex</li> <li>• ASEMEX, etc.</li> </ul>   |

**2. Logotipo.** Es la representación gráfica del nombre, a diferencia de él, éste será un signo visual donde la tipografía tiene una magnitud semiótica que integra significados complementarios al nombre (corresponde a el diseño de los caracteres tipográficos).

**3. Símbolo.** Es una imagen fácil de recordar que identifica a la entidad, puede o no ser acompañada del logotipo. Esta imagen va desde lo más real hasta lo abstracto y de lo innovador a lo convencional. El nombre, logotipo y símbolo pueden presentarse unidos, éstos pueden remitirse a lo mismo haciendo redundancia al mensaje o por lo contrario relacionarse a ideas distintas pero con el mismo propósito.

**4. Color.** Se suma a los identificadores anteriores para lograr una asociación inmediata con la entidad, deberá tratarse siempre del mismo. Para ello usaremos una guía (Pantone) que nos permita plasmar el mismo matiz con el fin de ser recordado sin ningún esfuerzo.

**El Sol de México**



Nombre	Logotipo	Símbolo
Lava tap limpieza	<b>Lava Tap Limpieza</b>	
Estafeta	<b>estafeta</b>	
Mercedes Benz	Mercedes-Benz	
Aeromexico	<b>aeromexico</b>	
Instituto Nacional de Antropología e Historia	INAH	
Asemex	<b>ASEMEX</b>	

Diferencia entre nombre, logotipo y símbolo.

## 1.6 Manual de identidad visual

El contenido de los manuales varía según las características y objetivos de cada entidad. En el manual se hallarán explicadas con lujo de detalle todas las soluciones fundamentales correspondientes a las cuestiones de la personalidad gráfica de la empresa además de sus comunicaciones visuales y audivisuales; de este modo cualquier duda está resuelta de antemano. El manual abarcará todos los elementos básicos del sistema de identidad desde la aplicación de cómo han sido creados los signos de identidad de la empresa y el por qué, hasta el modo correcto de reproducirlos y aplicarlos a los diferentes soportes. El manual se puede proponer como un proyecto para utilizarse a futuro; contemplando el crecimiento que pueda tener la entidad.

Joan Costa en su libro "La imagen global", *o.p. cit.* recomienda numerar los manuales ejemplar por ejemplar, indicando el nombre o el departamento responsable de la gestión, con el fin de poder dirigirse a él cuando sea necesario; si consideramos, destinatarios del manual tanto a los niveles directivos como ejecutivos, la implantación de la identidad será eficiente y coherente. Es muy importante que este manual sea específico para poder ser usado por diseñadores ajenos a él, impresores, arquitectos, carpinteros, etcétera, con el propósito de reproducir cada detalle a la perfección.

Algunos manuales pueden estar formados por un índice muy parecido al presentado a continuación, el cual dependerá de la dimensión de la entidad y de sus necesidades; a esta lista pueden agregarse apartados o habrá otros que quizás sobren, según cada caso.

En ocasiones todo un manual puede verse reducido a una hoja, conteniendo las verdaderas necesidades existentes.

## Índice de apartados de un manual de identidad

- Carta de presentación firmada por un alto cargo de la entidad.
- Índice general.
- Índice por elementos. símbolos, cartas, señales, etcétera.
- Historia de la entidad. antecedentes. primeros símbolos, evolución y modificaciones. símbolos similares existentes.
- El programa de identidad. identificadores institucionales: logotipo, símbolo, color, marca, tipografías auxiliares.
- Publicaciones institucionales folletos. revistas. libros, etc.
- Uniformes
- Aplicaciones primarias. elementos básicos en color y blanco y negro. elementos en negativo. ampliaciones y reducciones. distorsiones permitidas. aplicaciones en distintos fondos. usos correctos e incorrectos. colocación geométrica de los símbolos.
- Aplicaciones específicas. papelería: hojas membretadas. tarjetas de presentación. sobres. folders. impresos comerciales y administrativos facturas. recibos. notas de entrega. notas de crédito. hojas de control. (diferentes medidas y variantes).
- Publicidad y comunicaciones. anuncios en prensa. anuncios en revistas. anuncios en cine. anuncios en radio. anuncios en televisión. otros medios y soportes publicitarios.
- Arquitectura. pautas generales. entorno. accesos.
- Señalización. sistema general. señales de orden. señales de información. señales de prevención. señalización de edificios.
- Vehículos. coches de vendedores. coches de dirección. camiones de distribución. motos.



# CAPÍTULO 2

## **CULTURA XOCHIMILCA**

## 2.1 Contextualización

Para el estudio de la historia prehispánica de Xochimilco, no se cuenta con datos de anales propiamente xochimilcas, por lo que he recurrido a los escritos expuestos por cronistas en algunos documentos bibliográficos y de crónicas orales de gente adentrada al estudio y de origen propiamente xochimilca. Estas exposiciones muestran que, antes de las migraciones, el altiplano mexicano se encontraba ocupado por los chichimecas, una raza natural más bien demasiado primitiva, pero no es de ellos de quién hablaré en este contexto; sin embargo, sabemos que esta civilización, a la llegada de los xochimilcas, fue sometida y conquistada.

Los historiadores coinciden en que los xochimilcas pertenecían a una de las siete tribus mexicas-nahuatlacas (etimológicamente nahua-cuatro tlaca-hombre). En la Crónica mexicana de Hernando Alvarado Tezozómoc se pinta a los xochimilcas habitando una de las siete cuevas; lo mismo en el atlas de Fray Diego Durán que describe el viaje de los Nahuas, figurando los xochimilcas como parte de la peregrinación.

Las referencias históricas transcritas de la vida de los mexicas, aseguran. "Los primeros nahuatlacas que salieron de Teoculhuacan-Chicomoztoc en el año 820 de nuestra era corresponden a los xochimilcas de Aquilazco<sup>6</sup> quienes peregrinaron aproximadamente durante ochenta años.

Es a partir de la salida de Chicomoztoc (etimológicamente chico-siete moztoc-cuevas, lugar de las siete cuevas) cuando se inicia la historia que abarca a nuestros antepasados. En este lugar se asentaron durante 13 años; todo esto descrito en sus pictogramas reflejados en sus códices, uno de ellos el código Boturini; "Eran algo circunvecinos de los Aztlanecas que posteriormente se les llamo mexicanos y fueron guiados por su tlatoani Huetzalin".<sup>7</sup>

6 Chapa H Sóstenes. "La fundación de la ciudad de Xochimilco". México, D.F. 1967 pag. 305.

7 Alva Ixtlilóchitl Fernando de "Historia Chichimeca". México, D.F. 1957 p.

Después de la salida de Chicomoztoc llegaron a un lugar situado frente al Pánuco en el cual solamente estuvieron durante poco tiempo; aquí fue el primer lugar donde se levantó uno de los templos en honor a Huitzilopotchtli, que era la deidad más importante dentro de su mitología.

La vida cotidiana de estas tribus consistía en cultivar la tierra, sembrar y cazar lo que habrían de comer. El lugar no les fue propicio para su desarrollo cultural que era la agricultura y como nómadas sintieron la necesidad de emigrar a un lugar donde pudieran encontrar un terreno adecuado para desenvolverse como pueblo sedentario.

Lo que se puede decir es que contamos con una historia xochimilca que se remonta a un origen mítico, a un liderazgo y una tradición común que se comparte con sus vecinos los Chalcas y los Mexicas. Es probable que esta identidad xochimilca haya sido elaborada como el resultado del gran movimiento de población. Una vez asentados los distintos grupos que llegaron al sur de la cuenca, cada uno de ellos tomó como nombre el topónimo del asentamiento definitivo; resultado de un largo proceso de reacomodos y migraciones, motivo que implicó el repoblamiento de toda el área a lo largo de mucho tiempo; varios grupos mesoamericanos se desplazaron. Este hecho es de suma importancia pues a lo largo del recorrido fueron adquiriendo distintas experiencias y tradiciones.

El hecho de que se reclamaran como un grupo con una identidad, en este caso la xochimilca, no quiere decir que en su interior no hubiera divisiones. En el análisis realizado se puede determinar que los antecedentes de Xochimilco parten de varios grupos, bajo el liderazgo de distintos señores con una ascendencia ligada a los señoríos que tuvieron el control y el dominio de la cuenca.

Las fuentes consultadas coinciden en que los xochimilcas se establecieron en la parte sur de la cuenca de México en el año 900 d.C. y fundaron Xochimilco en 919. Durante su migración recorrieron diversas tierras hasta elegir el lugar donde se asentaron. Es a partir de estas circunstancias que se inició la formación y desarrollo del señorío xochimilca como un solo grupo cultural y heredero de otras tradiciones.

Posteriormente son conquistados, primero por culhuas con ayuda de mexicas, luego por tecpanecas y más tarde por el creciente poderío Mexica. Los xochimilcas fueron despojados de sus tierras que se repartieron entre los nobles mexicas. Esta imposición, además de las alianzas matrimoniales, convierte a los xochimilcas en aliados permanentes de los mexicas hasta la conquista española.

Datos recopilados por la coordinación de comunicación social de la delegación señalan que los xochimilcas fueron de las primeras tribus del valle en rendir culto a los cuatro dioses de los lapidarios: Chicunahuitzcuintli (nueve perro), Nahuatlpilli (caballero hechicero), Macuilcali (cinco casa) y Centeutl pero su deidad principal era Chantico (en la casa) de ella procedía todo el gremio de tallistas de piedra.

El mercado de Xochimilco era de los más concurridos; además de ser los primeros en emplear el sistema de chinampas para el cultivo y vivienda quedando entre ellas canales para el transporte en canoas. Los xochimilcas tenían como actividad el cultivo de flores, que reflejaron también en su arte escultórico dejando grabado en la roca éste tipo de imágenes, en las que sobresalen las dalias y las magnolias. En la actualidad muchas familias han podido subsistir gracias a la floricultura.

Hoy Xochimilco se localiza a 23 kilómetros con relación al centro del Distrito Federal hacia el sureste. Actualmente cuenta con una superficie total de 122 kilómetros cuadrados, ocupando el tercer lugar en superficie entre las 16 delegaciones del Distrito Federal. Sus limitaciones son: Hacia el norte la delegación Iztapalapa, al sur Milpa Alta, al este Tláhuac y hacia el oeste Tlalpan y Coyoacán.

La delegación Xochimilco se encuentra dividida por 14 pueblos y la cabecera delegacional está compuesta por 17 barrios.

**Pueblos:**

- |  |                              |                            |
|--|------------------------------|----------------------------|
| 1. San Andrés Ahuayucan                | 6. Santa Cruz Acalpixca      | 11. Santa Cruz Xochitepec  |
| 2. Santa Cecilia Tepetlapa             | 7. San Francisco Tlanepantla | 12. San Gregorio Atlapulco |
| 3. San Lorenzo Atemoaya                | 8. San Luis Tlaxiátemalco    | 13. San Lucas Xochimanca   |
| 4. <b>Santa María Nativitas Zacapa</b> | 9. Santa María Tepepan       | 14. San Mateo Xalpa        |
| 5. Santiago Tepalcatlalpan             | 10. Santiago Tulyehualco.    |                            |

**Barrios de la cabecera delegacional:**

- |                                     |                            |                             |
|-------------------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| 1. Barrio de la Asunción            | 7. Barrio de Belem         | 13. Barrio de Caltongo      |
| 2. Barrio de la Concepción Tlacoapa | 8. Barrio de la Guadalupe  | 14. Barrio del Rosario      |
| 3. Barrio de San Antonio            | 9. Barrio de San Cristóbal | 15. Barrio de San Diego     |
| 4. Barrio de San Esteban            | 10. Barrio de San Juan     | 16. Barrio de San Lorenzo   |
| 5. Barrio y Ampliación San Marcos   | 11. Barrio de San Pedro    | 17. Barrio de Santa Cruzita |
| 6. Barrio de la Santísima Trinidad  | 12. Barrio de Xaltocan     |                             |

Haré algunas observaciones de uno de los pueblos, en él se localiza el Centro cultural Casa de bombas Sta. María Nativitas, el nombre del pueblo corresponde a Sta. María Nativitas Zacapa, proviene de zacatl - zacate seco (en el lugar del zacate seco), la gente del lugar tenía el apodo de nativitecos o ixtleros.

Antiguamente se le conocía al pueblo como Zacatlalitemian. Hoy en día, acompañando al nombre adoptado durante la conquista se suma su topónimo prehispánico, Zacapa; es uno de los pueblos contemporáneos del Cuahilama zona propiamente arqueológica, motivo por el cual se pretende conservar e identificar con las imágenes de esta época a los lugares de importancia cultural, para los habitantes y el turismo. Se sabe que han encontrado vestigios prehispánicos en casas, manantiales, ojos de agua y hasta en el lugar que ocupa la iglesia.

El sector educativo cuenta con dos jardines de niños, dos primarias y una secundaria todas ellas de la Secretaría de Educación Pública, sin olvidar la escuela particular a nivel bachillerato, la biblioteca pública y la Casa de cultura.

El predio que ocupa la "Casa de bombas Sta. María Nativitas" formó parte de una serie de edificios públicos, durante la etapa Porfirista, su planeación estuvo a cargo del arquitecto Mario Pani y sus colaboradores Enrique del Moral y Obregón Santacilia. Destinados estos inmuebles a la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, fue en septiembre de 1903 cuando se creó la junta directiva de provisión de aguas potables a cargo del ingeniero Manuel Marroquín; la función, la captación y conducción del agua de los manantiales de Xochimilco, el proyecto se inició en junio de 1905 y concluyó con las construcciones de las plantas de bombas de Nativitas, la Noria, Sta. Cruz y la Condesa en 1910. Pero no fue sino

hasta 1943 cuando se pudo beneficiar con este servicio a los habitantes de Xochimilco, Tlalpan y Milpa Alta; ¿algo curioso o no? Xochimilco abastecía de agua a la ciudad, pero careció de ella por mucho tiempo. La planta de rebombeo de Nativitas tenía su recorrido hacia la Condesa pasando por la Noria. A principios de siglo los manantiales de Xochimilco, formaban parte de una obra de distribución de agua potable dirigida a diferentes partes de la ciudad, utilizando sus manantiales como fuente de abasto.

El bombeo trajo consigo una descompensación del régimen hidrológico de la región, bajando en forma alarmante el nivel de los canales y por consiguiente fue necesario buscar nuevos medios de abastecer las necesidades.

El edificio de la planta de bombeo es ocupado como almacén de la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos por varios años, la gente del pueblo no conforme con el uso que se le daba solicitó a la delegación la restauración y el permiso para poder utilizarlo con fines culturales y es así, como esta construcción pasa a ser el Centro cultural "Casa de bombas Sta. María Nativitas " considerado como tal a partir del 10 de junio de 1992 cuando el delegado político del Departamento del Distrito Federal en Xochimilco, arquitecto Juan Gil Elizondo hace entrega de la instalación a la comunidad de Sta. María Nativitas Zacapa.

La casa de la cultura de Nativitas se ubica en la carretera nueva Xochimilco-Tulyehualco entre la calle Zacapa y los patos frente al restaurante Los Manantiales y el embarcadero de Nativitas; esta descripción detallada es necesaria, porque hay gente, incluso del mismo pueblo que aún no identifica a este sitio como un centro cultural. Tal vez por carecer de los medios de comunicación adecuados debido al bajo presupuesto otorgado por la delegación; su único recurso gráfico es un rótulo en la entrada que dice "Centro cultural Casa de bombas

Sta. María Nativitas" en color negro, sobre un fondo en matices de color amarillo muy utilizados por la delegación y sin ningún elemento que llame la atención del receptor.

Los servicios para la formación educativa eran talleres de: pintura, grabado, dibujo, teatro, inglés y danza. Así mismo se montaron: la obra de teatro vaselina y algunas exposiciones que por motivos ajenos a la administración del lugar duraban corto tiempo.

El día 17 de septiembre de 1994 además de algunos de los talleres se instaló como biblioteca para obtener un máximo provecho; con un horario de 7 am. a 9 pm. de lunes a viernes. A pesar que el edificio no fue construido con el fin de albergar a una biblioteca, la distribución que se tiene es buena, ya que se puede aprovechar la luz natural durante todo el día; se divide en cuatro salas: general, de consulta, infantil y de procesos técnicos. El material es a nivel: primaria, secundaria, bachillerato y superior, haciendo un total aproximado de trece mil volúmenes, el acervo cultural pertenece a la Dirección General de Evaluación y de Incorporación y Revalidación (SEP) y se pretende que sea permanente el servicio. La sala de procesos técnicos realiza la actualización del material bibliográfico y se encarga del préstamo a domicilio que es hasta de tres libros simultáneamente durante una semana, con la posibilidad de renovar el préstamo siempre que otra persona no lo haya solicitado, pueden apartar libros que se encuentren prestados y cuenta con servicio de fotocopias.

Se organizan talleres de verano, de día de muertos y de diciembre. En los que se realizan actividades manuales como: dibujo, pintura, ofrendas de muertos, papel picado, piñatas y nacimientos. Los talleres son gratuitos, incluso se les proporciona material y se tiene contemplado realizar eventos mensuales: como exposiciones fotográficas, de pintura, películas (enfocadas principalmente a Xochimilco) y un rally cultural entre otros.



## 2.2 Restos arqueológicos en Xochimilco

Fue en el siglo pasado cuando se tuvieron noticias de la existencia de piezas prehispánicas localizadas en Xochimilco. Las primeras figuras encontradas fueron hechas por gente que poseía un gran talento artesanal. Santa Cruz Acalpíxca, Santa María Nativitas y San Luis Tlaxialtemalco entre otros, son de los lugares con precedentes culturales del asentamiento xochimilca.

Indudablemente algunos petroglifos eran venerados como deidades según sus atributos. Entre las piezas se encuentra una enorme piedra que por conclusiones de estudios arqueológicos realizados por el INAH, se dice es un mapa que señala todo lo que había en esa zona, desde grandes monumentos, canales y ojos de agua, éstos últimos de gran importancia por ser suministradores de agua para diferentes puntos de la ciudad.

Se tienen contemplados restos de un Mamut encontrados en Sta. Cruz, fragmentos de grafitos prehistóricos, un aro de Tlactli o juego de pelota, miniaturas en barro, vasos de barro muy primitivos, piezas tehotihuacanas-xochimilcas, una olla Tláloc de magnífico acabado (encontrada en el fondo del manantial de Nativitas Zacapa pueblo de Xochimilco), cerámica, instrumentos musicales, piedras, huesos, obsidiana, cobre, una hacha verde (encontrada en el manantial de Nativitas), figuras de piedra que representan sacerdotes, guerreros, prisioneros, animales (acuáticos y terrestres), flores, etcétera.\*

\* Las piezas mencionadas las podemos apreciar en el Museo arqueológico de Sta. Cruz Acalpíxca, Delg. Xochimilco, D.F. el cual quedó instalado en la que fuera la planta de bombas del manantial de Sta. Cruz Acalpíxca, en un edificio porfiriano para servicio de SARH al igual que el destinado para el Centro cultural de Nativitas.

Son conocidos en Xochimilco, también, los siguientes restos arqueológicos:

La cihuacóatl o el llamado ocelocóhuatl.

El sacerdote o Huetzalin (conductor de los xochimilcas hasta Cuahilama).

El cipactli (primer signo solar del calendario Azteca).

## 2.2 Restos arqueológicos en Xochimilco

Fue en el siglo pasado cuando se tuvieron noticias de la existencia de piezas prehispánicas localizadas en Xochimilco. Las primeras figuras encontradas fueron hechas por gente que poseía un gran talento artesanal. Santa Cruz Acalpíxca, Santa María Nativitas y San Luis Tlaxialtemalco entre otros, son de los lugares con precedentes culturales del asentamiento xochimilca.

Indudablemente algunos petroglifos eran venerados como deidades según sus atributos. Entre las piezas se encuentra una enorme piedra que por conclusiones de estudios arqueológicos realizados por el INAH, se dice es un mapa que señala todo lo que había en esa zona, desde grandes monumentos, canales y ojos de agua, éstos últimos de gran importancia por ser suministradores de agua para diferentes puntos de la ciudad.

Se tienen contemplados restos de un Mamut encontrados en Sta. Cruz, fragmentos de grafitos prehistóricos, un aro de Tlactli o juego de pelota, miniaturas en barro, vasos de barro muy primitivos, piezas tehotihuacanas-xochimilcas, una olla Tláloc de magnífico acabado (encontrada en el fondo del manantial de Nativitas Zacapa pueblo de Xochimilco), cerámica, instrumentos musicales, piedras, huesos, obsidiana, cobre, una hacha verde (encontrada en el manantial de Nativitas), figuras de piedra que representan sacerdotes, guerreros, prisioneros, animales (acuáticos y terrestres), flores, etcétera.\*

\* Las piezas mencionadas las podemos apreciar en el Museo arqueológico de Sta. Cruz Acalpíxca, Delg. Xochimilco, D.F. el cual quedó instalado en la que fuera la planta de bombas del manantial de Sta. Cruz Acalpíxca, en un edificio porfiriano para servicio de SARH al igual que el destinado para el Centra cultural de Nativitas.

Son conocidos en Xochimilco, también, los siguientes restos arqueológicos:

La cihuacóatl o el llamado ocelocóhuatl.

El sacerdote o Huetzalin (conductor de los xochimilcas hasta Cuahilama).

El cipactli (primer signo solar del calendario Azteca).

El xonecuilli o pie encorbado (bastón o símbolo de Quetzalcóatl).

El océlotl, jaguar mexicano (símbolo xochimilca de la guerra).

La Itzapapalotl y el Huacalxóchitl.

El guerrero o Yaoquizque (con su chimalli o tocado).

El nahui-ollin (cuatro movimientos), centro del calendario azteca.

El observatorio edificio circular.

El adoratorio.

El calmécac o centro militar.

Xunicuil (piedra de la vida y la muerte).

Quetzalcóatl Ehecatl (dios del viento) quien propicia lluvias, elemento primordial para las cosechas.

Sellos de piedra utilizados para estampar con color o imprimir en relieve.

Tochtli (conejo) animal asociado con el dios del pulque, signo de un año.

Coatl (serpiente) quinto signo de los veinte días del mes náhuatl, símbolo de la tierra fértil y del trueno.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> Delegación política de Xochimilco  
"Coordinación de comunicación social"



Nahui - ollin



Océlotl



Cipactli

### 2.3 Clasificación de las formas

Una clasificación de las formas se puede hacer por el análisis de sus rasgos o simplemente por su representación:

**1. Formas geométricas.** Son las más mencionadas, sobresalen en sus estilos escultóricos aunque muchas veces atenuadas y confusas. En ellas se pueden ver características de la geometría contemporánea, sobre todo la simetría. Un rasgo peculiar en sus distribuciones arquitectónicas. Los principios geométricos fueron usados en la plástica mexicana, tanto en la estructuración general de sus obras como en los detalles iconográficos y decorativos, logrados con síntesis sencillas que logran identificar su significado.

En nuestros días sabemos que algunos investigadores se esfuerzan por encontrar cánones matemáticos con respecto a la creación prehispánica. Lo cierto es que la ingeniería y proporción de cada detalle empleado son notable muestra de su conocimiento.

Las formas geométricas que sobresalen en la pintura son el cuadrado y el triángulo, al igual que en atuendos, armas, utensilios y símbolos por mencionar algunos objetos en los que eran plasmadas.

La greca es un elemento geométrico más que utilizaban en templos, edificios, vasijas y vestidos; la encontramos como imprescindible. Considerada como un elemento geométrico elemental del arte prehispánico; interesante por su dinamismo, asimetría, secuenciabilidad y repetición entre otras cualidades.



En la búsqueda de archivar las figuras es necesario decir que cada uno de estos motivos prehispánicos, sea grafismo, glifo, dibujo, escultura, símbolo, etcétera tenía un determinado uso y significado relacionándolo contextualmente según su cultura y lugar.

**2. Formas antropomorfas.** Se caracterizan por ser representaciones humanas tomadas como patrón de medida para una comparación con otras formas. Con ellas se representa la vida cotidiana, reflejando en su manera de vestir el nivel social al que pertenecían y por sus características físicas determinar el sexo y una edad aproximada. Las formas antropomorfas las podemos encontrar en los códices que fueron pintados por los tlacuilos de esa sociedad. Algunas de sus representaciones, distorsionadas o con movimientos en el cuerpo atributos plásticos del tlacuilo que expresa el mensaje.<sup>9</sup>



<sup>9</sup> Ayala Celia, Pertierra Maritsa "Formas prehispánicas del códice Nuttall aplicadas a portadas" tesis ENAP-UNAM, pp. 26-32

En varias de las representaciones de los diferentes dioses, encontramos apariencias antropomorfas recordando lo que Alfonso Caso dice en su libro "El pueblo del sol". " Los dioses han sido creados a imagen y semejanza del hombre, cada imperfección humana se proyecta en una divinidad en la cual adquiere proporciones sobrehumanas o ideales".

**3. Formas zoomorfas.** Son las configuraciones de animales, los cuales se creía tenían relación con fuerzas materiales, espirituales y cósmicas. Los animales dentro del pueblo mexicana al igual que en otros pueblos mesoamericanos integraban una unidad con los hombres, plantas, cuerpos celestes y fenómenos de la naturaleza formando un solo reino que giraba

en torno a este grupo. En el arte del México antiguo era muy común encontrar representaciones de animales ya que estaban muy ligados al pensamiento mágico religioso de estos pueblos; se tenían reproducciones en piedra, cerámica, cobre y obsidiana. Se consideraban en leyendas de la creación del mundo, en símbolos de los guerreros del grupo mexica (por su fuerza, presencia, impacto, violencia y destrucción), por sus atributos mitológicos que representaban y relacionaban con diferentes dioses.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> INAH "El animal en la vida prehispánica"  
INAH - SEP, México, D.F. 1980, pp. 7-21

**4. Formas fitomorfas.** Pertenecen al mundo vegetal tuvieron un significado esencial y divino en los pueblos prehispánicos; se usaban como adorno o representaciones simbólicas. La flora en la época prehispánica contaba con diferentes significados y un grado mayor de simbolismo, era relacionado con la poesía, el canto, el poder, la vida, la muerte, los dioses, la creación, el hombre, el lenguaje, el canto, el arte, la amistad, el señorío, el cautivo en guerra, la misma guerra, el cielo, la tierra, etcétera. Los motivos del cultivo de flores eran con fin de ofrecerlas a su dioses durante las fiestas, por ser expresión de grandeza al presentarse con ramilletes ante una autoridad. Todas las formas fitomorfas poseen colores característicos, para las plantas y árboles se usaba el café y el verde.

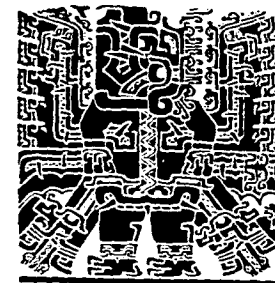


Dentro del arte mexicana en cerámica, escultura y sobre todo en la pintura mural encontramos estas manifestaciones que plasman el esplendor de la flor; en forma de relieve escultórico, decorada, sellada o pintada al fresco.

La pintura mural, al igual que los diseños textiles tenían un lugar muy importante; se encontraban detalles de flores y plantas en paredes, altares de los templos, decoraciones de construcciones, atavíos y vestimentas, incluso la de los dioses, ya que gran número de flores estuvieron reservadas para uso de ellos en sus prendas de vestir: predominando en adornos, escudos, narigueras y pintura facial. Muchas de las deidades tenían múltiples personalidades y entre ellas casi siempre había alguna representación fitomorfa por ejemplo: Mayahuel (el maguey), Xilonen (el joven maíz), o Nappatecutli (el tule).<sup>11</sup>

11 Heyden, Doris "Mitología y simbolismo de la flora en el México prehispánico" UNAM, 1985, p. 108

**5. Formas mitomorfas.** Son formaciones creadas de la imaginación, de la fantasía y se puede describir como combinaciones de los diferentes tipos de formas: antropomorfas, fitomorfas, zoomorfas y en algunas ocasiones geométricas; concretamente tienen: valores, poderes, características y actividades que integran un solo ser, generalmente enfocado a lo divino, a lo sobrenatural, a lo desconocido, a lo oculto, etcétera.



Las imágenes van desde las formas que podrían llamarse naturalistas, a la mezcla de diferentes especies constituyendo por ejemplo animales fantásticos, representaciones mítico-religiosas y hasta formas simbólicas que sólo remotamente se asocian con la realidad.

## 2.4 Expresión del color

El hombre primitivo conocía la potencia expresiva que le proporcionaba el color, y se valió de él, mediante tierras coloreadas obtenidas directamente de plantas y animales y utilizadas para destacar los grafismos de sus cuevas; en nuestro contexto lo utilizamos como un código identificador. Si se estudia a fondo la historia del arte se puede comprobar su utilización en casi todas las creaciones del hombre. La propia naturaleza hace uso del color para dar viveza a todo cuanto en ella se encuentra. El arte de todos los tiempos lo ha utilizado como complemento de vital expresividad, como factor de belleza o como protagonista o complemento de una creación.

Todas las civilizaciones han utilizado el color. Es importante en la vida de todos los pueblos porque no sólo se asocia con la belleza, sino que posee una fuerza psicológica. Los colores originan sensaciones que pueden ser de calor o de frío, de agitación o de descanso, de atracción o de rechazo, de alegría o de tristeza. Es un símbolo que expresa ideas, sentimientos, emociones y una relación definida con nuestras actividades y sentimientos.

El color como representación tenía en el México prehispánico su significado bien establecido, formaba un papel muy importante en los conceptos indígenas, sobre todo en lo relacionado con el círculo integrado por lo físico, mágico y religioso que constituían parte importante de las creencias y de la vida cotidiana del pueblo mexicana. Los colores tienen un significado y una función explícitamente precisas, cada uno de los detalles encontrados en los objetos que conservan aún el color original, tal vez deteriorados por el paso de los años y las inclemencias del medio ambiente, tienen su significado y razón de ser. Todos contribuyen a darle unidad, vitalidad y belleza al conjunto de la composición adicionándole la función armoniosa de la sensibilidad, el reflejo del hombre con la naturaleza que lo rodea formando la base de la integridad y de la fuerza del mundo indígena.



El simbolismo del color está basado en observaciones y conocimientos; el cual es parte esencial de los ritos, ceremonias y de todas sus expresiones como el canto, la música y la danza. Al referirnos a estas culturas es notorio que ni un detalle ha sido dejado a la casualidad, sus manifestaciones son principalmente basadas en las experiencias del mundo natural al igual que la obtención de pigmentos utilizados para la decoración de cerámica, códices, pintura mural, pintura facial, etcétera.

Así, el color tenía significado: el azul representaba el agua; el amarillo la luz de las estrellas; el sol y el fuego eran plasmados con el rojo al igual que la sangre; el negro simbolizaba la oscuridad, el silencio, la solemnidad, el café tenía asociación con la creación humana por la relación que existe entre el color del barro, material con el que se creía se había formado al hombre según antiguas leyendas.

De todos ellos, los tres colores básicos prehispánicos eran el carmín; que se obtenía de la cochinilla, el azul del añil y el púrpura del caracol; éste último tenía un significado mágico-religioso.

Alfonso Caso da una interpretación de los colores atribuidos a los cuatro hijos de la primera pareja divina Tonatecutli y Tonacacihuatl que tenían una representación con relación a los puntos cardinales y a cuatro colores diferentes: Tezcatlipoca rojo, negro y azul, que se asocian con el este, norte y sur, mientras que Quetzalcóatl corresponde a un Tezcatlipoca blanco, que correspondería al oeste.<sup>12</sup>

12 Caso Alfonso, "El pueblo del sol"  
ed. FCE. México, D.F. p.21

- Azul** } Sobresaliente en el arte mesoamericano, se trata de un color turquesa y un azul verdoso, asociado con el tono de las plumas de Xiutótl y color representativo del agua.
- Verde** } Se asociaba con el centro, arriba y abajo o sea el quinto punto cardinal, posiblemente relacionado con el color del jade o jadeita la cual era considerada su piedra sagrada o del verde dorado del Quetzal, a quien asociaban con el dios Quetzalcóatl.
- Negro** } Representaba las armas por ser el color de la obsidiana; además, se obtenía de otros elementos naturales; de gran importancia en sus diseños para delinear el contorno de la figura para que no se perdieran las diferentes áreas o planos; lo asociaban especialmente con lo oculto y lo desconocido.<sup>13</sup>
- Rojo** } El color reflejado por la sangre de los corazones extraídos durante los sacrificios realizados en honor a sus deidades, significado principal de su existencia, según Alfonso Caso en su libro "El pueblo del Sol" *op. cit.* el color clásico de la muerte en Mesoamérica es el rojo considerado el color de luto, relacionado con los colores rojizos de la muerte simbólica del sol durante el crepúsculo". Tono de los granates del cual era copiado para manifestarlo en su plástica.
- Café** } Su relación con el color de la tierra, sus personajes en códices aparecen pintados en este tono que significaba para los mexicas la fertilidad y el origen del hombre en la tierra; predominan estos tonos en su cerámica por ser el color del barro uno de los materiales utilizados para su elaboración.

13 *Cfr.* Martí Samuel "El simbolismo de los colores, deidades, números y rumbos" vol. # 2, ed. Estudios de cultura Nahuatl, México 1960.  
Martínez José Luis, "Pintura prehispánica mural" TV. UNAM, canal 7 México, D.F. 22 / 10 / 1993.

La reflexión sobre el simbolismo del color, su relación y sensación forma parte de una justificación para la aplicación en el diseño final de este trabajo.

# CAPÍTULO 3

## **PROCESO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

### 3.1 Enfoque semiótico

Es muy importante que el diseñador se comprometa en lo que su labor significa, teniendo bien claro lo que quiere o tiene que comunicar; esto se logrará reflexionando acerca del diseño hasta entenderlo como la comunicación de un proceso, tomando en cuenta que nuestro trabajo está formado por dos aspectos: uno práctico y el otro razonado. El primero abarca el manejo de las técnicas, de los materiales, la habilidad manual y de la tecnología; en el segundo participa el intelecto, con la capacidad para comunicar o difundir algo.

La superación del fenómeno físico y tecnológico es en bien de la naturaleza de un lenguaje visual, con el fin de esclarecer y aportar un contacto más directo con los individuos y el mensaje.

El tratamiento teórico de los mensajes visuales ha encontrado en la semiótica una forma de encaminarse a la constitución plena de un lenguaje. La importancia del análisis se razona en el orden y la claridad a la que se pretenda aspirar. Un conocimiento semiótico de la imagen se enfoca a un proceso de planeación previo a la realización, no sólo retomando el carácter significativo de la imagen, sino también del texto o de la palabra escrita. Además nos encamina a expresar cualquier clase de significación. En ella se aclara la personalidad del diseñador como una persona lógica y creativa, la cual no parte solamente de la inspiración sino del conocimiento de los mecanismos metodológicos que nos puedan llevar a una solución dentro de cualquier problema de expresión visual.

Cualquier sistema de signos tiene la posibilidad de ser analizado con un enfoque semiótico. Los soportes gráficos y productos de diseño constituyen un conjunto de datos portadores de signos (imagen gráfica, cartel, folleto, señalización, etcétera). Cada uno de ellos con sus propias características, pero todos utilizando los elementos básicos de la comunicación

visual, incluyendo las diversas estrategias y técnicas, cada uno con soluciones diferentes las cuales requieren de un método de proyección individual según sus necesidades y objetivos.

La comunicación tiene por objeto significar las relaciones entre los hombres, (por consecuencia entre un emisor y un receptor). La sociedad es un sistema de relaciones entre grupos e individuos que tienen por objeto la procreación, la defensa y la producción entre otras cosas; en una comunidad se lleva a cabo un rol de vida que hace distinciones que pueden desde determinar la existencia de categorías sociales (como la integración de un clan, una familia, asociación, profesión, etcétera) hasta la utilización de códigos para una organización dentro de un grupo con características comunes.<sup>14</sup>

14 Vid. Guiraud Pierre, "La semiología"  
Siglo veintiuno editores, México 1987  
pp.108-109

La forma de expresión visual que se hace evidente para este análisis es con base a la concepción de Peirce en la que plantea que el signo es un elemento originador de relaciones y no sólo el proceso de comunicación donde se pretende interpretar lo que un emisor quiere transmitir, es un estudio del signo en el cual intervienen tres sujetos un signo, su objeto y su interpretante.

Según Charles S. Peirce, la semiótica se constituye en tres niveles de interpretación distintos:

<b>Sintáctico</b>	} Signos y sus relaciones con otros signos
<b>Semántico</b>	} Signos y su relaciones con el mundo exterior (designación)
<b>Pragmático</b>	} signos y sus relaciones con quienes los utilizan. <sup>15</sup>

15 Cfr. Aicher Ott, Krampen Martin.  
"Sistema de signos en la comunicación  
visual" ed. Gustavo Gili, pp.11-12.  
Katz Chaim Samuel, Dorio A. Francisco  
"Diccionario Básico de comunicación"  
ed. Nuevo imagen 1989, p. 422

El análisis semiótico de los símbolos identificados con antecedentes prehispánicos se realiza con la justificación de los tres niveles de interpretación anteriores, contenidos en toda imagen gráfica siguiendo la propuesta de Peirce:

**1. Nivel sintáctico (formal).** Se realiza mediante la descripción física del elemento a estudiar, tomando en consideración: elementos básicos, técnicas visuales y nivel de interpretación.

**2. Nivel semántico (simbólico).** Se precisa el concepto de la forma en cuanto a su significado (lo que es en sí mismo) desde un punto de vista contextual, en éste caso, dentro de una cultura (Mexica) correspondiente al México prehispánico; considerando que para cada forma se pueden tener varios significados.

**3. Nivel pragmático (representación).** Su análisis se basa en la representación de la forma, su significado y en la relación con el usuario o consumidor.

Además de los niveles anteriores se utilizan características de configuración consideradas para un diseño y divididas según el diagrama de análisis propuesto en la tesis "El método del proyecto de identidad gráfica para la delegación Xochimilco" realizado por Claudia Fascinetta K. y Miguel Armenta O.

#### **1. Sintáctico:**

*Originalidad.* Características singulares en la imagen con el propósito de que sea innovador.

*Unidad.* Relación esencial entre sus partes.

*Modulable.* Peculiaridad física que permite realizar una agrupación coordinada para propósitos prácticos.

*Legible.* Particularidad que permite la visualización por su claridad y síntesis.

*Constructividad.* Posibilidad de ser trazado geoméricamente.

*Sintético.* Cuando es constituido por el menor número de elementos visuales.

## **2. Semántico:**

*Carácter.* Debe de conservar la relación con lo que representa.

*Comprensibilidad.* Cuando expresa su significado a través de un código común con el usuario.

*Memoria gráfica.* Es la posibilidad que la imagen tiene de ser recordada fácil y rápidamente por el observador.

## **3. Pragmático:**

*Impacto.* Es la influencia que tiene la imagen sobre un individuo para atraer su atención.

*Visible.* Corresponde a la excelente percepción de la imagen y depende de la proporción, ubicación, iluminación y ángulo de visión.

*Estable.* Que la imagen tenga la posibilidad de trascender.

*Reproducible.* Corresponde a las posibilidades de ser reproducido por las diferentes técnicas de impresión, soportes y tamaños.

### 3.2 Proceso de comunicación

El lenguaje sólo es comprendido en el marco de un proceso comunicacional; Manejaremos como lenguaje todo sistema de recursos verbales y no verbales utilizados por la gente con la finalidad de entablar una comunicación.

16 Guiraud, *op. cit.* p.112

"Los signos de identidad constituyen marcas de pertenencia a un grupo o a una función"<sup>16</sup> el signo es un estímulo de una imagen mental la cual llega a nosotros para asociarla con otro objeto y su finalidad es establecer una comunicación. En las antiguas culturas se basaban a la interpretación de los signos y la reproducción de ellos para un intercambio de ideas, lo que demuestra la existencia de un significado y un significante en todo proceso de comunicación.

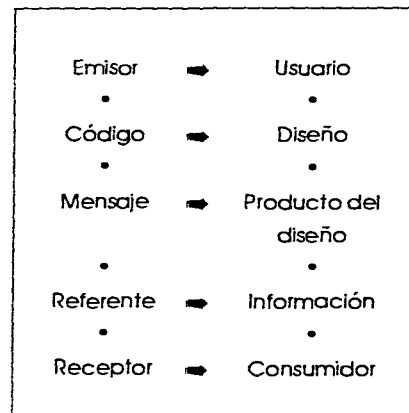
En todo proceso de comunicación debe existir la función referencial, que forma la relación del mensaje y el objeto al que esté representando; deberá transmitir información verdadera; ella nos servirá para identificar al objeto, lo que representa, su mensaje y lo que es representado. La comunicación se constituye a través de mensajes visuales utilizando un proceso de comunicación en el que intervienen los siguientes elementos:

1. Emisor ➡ 2. Código ➡ 3. Mensaje ➡ 4. Referente ➡ 5. Receptor

Estos elementos tienen como función la comunicación de ideas por medios gráficos. Para ello es necesario una cadena comunicacional; emplearé como referencia el esquema retomado de la teoría de las comunicaciones y expuesto en el libro "La semiología" de Pierre Guiraud en donde Roman Jakobson nos dice que es válido para todos los tipos de comunicación, aquí adecuado a una expresión para el área del diseño.



### Cadena comunicacional



**1. Emisor (usuario).** Es todo individuo, grupo o institución, que elabora un mensaje con una determinada intención; tratará de motivar al diseñador para transmitir sus objetivos. El usuario del diseño es quien toma las decisiones; es un emisor activo. A través de los medios audiovisuales se interrelaciona en el mercado e intercambia información con el receptor más conocido como consumidor.

**2. Código (trabajo del diseñador).** Son las reglas de elaboración y de combinación de los elementos de un mensaje. Dentro de la comunicación le corresponde al diseñador la transformación a un código, la formulación de mensajes de los productos que interpreta, crea, procesa y define, su trabajo es ser el vehículo del mensaje e intermediario de un resultado físico del diseño gráfico.

**3. Mensaje (producto del diseño).** Establece la comunicación visual con el público, es el contenido material del diseño gráfico, éste configura un grupo de signos que pueden ser códigos lingüísticos o icónicos que se combinan en un espacio bidimensional utilizando un soporte para su aplicación.

Es indispensable un razonamiento en la búsqueda de soluciones, en él se deben ordenar metódicamente el pensamiento lógico y los impulsos creativos, dando como resultado un conjunto de signos determinados por un código gráfico común para ambas partes.

**4. Referente (Información).** Es la base de toda comunicación. Define las relaciones entre el mensaje y el objeto al que hace referencia. Es la información verdadera del mensaje utilizando un código común y dentro de un contexto; tendrá como aliado a los medios para transmitir el mensaje gráfico, los cuales pueden ser directos o indirectos. Entre ellos se tienen presentes: la prensa escrita, libros, revistas, folletos, carteles, anuncios espectaculares, señalizaciones, etcétera.

**5. Receptor (consumidor).** Es el individuo, grupo o espectador que interpreta determinado mensaje desde su respectivo marco de referencia y mediante el conocimiento del código utilizado; será finalmente quien acepte el mensaje, resultado del proceso de comunicación y quien decide si es aceptado o no. Cada uno de nosotros somos receptores de imágenes que nos hacen llegar los más variados mensajes. Si recibo por correo un catálogo de artículos de las artes gráficas, quizás, sea evidente mi interés por el tema, lo cual indica que soy receptor de un elemento gráfico que intenta saciar mis necesidades.<sup>17</sup>

<sup>17</sup> Cfr. Costa, *op. cit.*, pp.10-14

### 3.3 Elementos básicos

El diseño gráfico es un proceso para manifestar un mensaje, una forma de representar ideas a través de imágenes concretas que hablen de objetos, productos, actividades, señalamientos, publicidad, etcétera. Este empieza desde la concepción del trabajo hasta llegar a su aplicación gráfica, el mensaje será el contenido de toda comunicación y considero necesaria una metodología además de la creatividad. A todos los objetos se les podrá distinguir por una representación semiótica. El diseñador debe estar consciente del proceso que va a seguir para realizar la comunicación de su trabajo; son parte de él: la entidad, la producción, la comunicación y el consumo, porque ellos forman el proceso comunicativo en el diseño.

Para lograr nuestro objetivo es necesario que al diseñar o proyectar algo, estemos haciendo uso del conjunto de elementos fundamentales de la comunicación visual ya que ellos constituyen la estructura básica de lo que queremos proyectar y son lo que, en último de los casos, percibe el receptor de la comunicación; al tomarlos por separados, pueden parecer bastante abstractos, pero reunidos determinan la apariencia definitiva y el contenido de nuestro diseño.<sup>18</sup>

18 Dondis Andrea 'La sintaxis de la imagen'  
ed. Gustavo Gili, México 1976, p. 53

*El punto, la línea, el color y la textura,* son algunos de los elementos a los que me refiero, y son necesarios para elaborar todos y cada uno de nuestros mensajes gráficos. Su uso puede ser por combinaciones, repeticiones o ausencias, por mencionar algunos. El fin siempre será lograr una comunicación visual más efectiva. Abordar el análisis de cualquier diseño implica, partir de la base de reconocerlo como un todo constituido por partes; es muy importante la participación de los distintos elementos de diseño, su uso adecuado y su manipulación para lograr el efecto determinado; el conocimiento de su estructura y el comportamiento de cada uno de ellos nos permiten una mayor creatividad.

### 3.4 Técnicas visuales

Las técnicas visuales también conocidas como categorías formales, son un gran apoyo al tomar decisiones de composición para lograr un impacto visual diferente sin alterar el contenido de nuestro trabajo de diseño. Estas técnicas son una manera de explorar y explotar la forma y su concepto para obtener más de donde seleccionar una mejor solución gráfica.

Para proyectar la imagen gráfica del centro cultural serán consideradas las técnicas y los enfoques visuales siguientes:

#### Técnica:

1. **Aro.** Se refiere solamente al perfil o contorno de la forma con un delineado muy delgado.
2. **Masa o plasta corrida.** Se cierran por completo los espacios de la figura.
3. **Aro - masa.** es cuando se utiliza el contorno con una línea de un grosor de 2 a 3 mm.
4. **Fuga de blancos.** es cuando aprovechamos el fondo y la figura se infiltra en él dando un aspecto diferente.
5. **Separación de elementos.** podemos dividir la figura en segmentos.
6. **Técnica en línea.** La utilización de la línea en diferentes tratamientos.
7. **Técnica mixta.** Surge de la combinación de dos o más técnicas.

#### Enfoque visual:

1. **Positivo.** figura oscura sobre un fondo blanco.
2. **Negativo.** figura blanca sobre un fondo oscuro.

De la gran cantidad de técnicas se considera la más importante dentro de un mensaje visual a "el contraste". En el libro "la sintaxis de la imagen" de Andrea Dondis divide las técnicas en parejas con sus conceptos opuestos con la finalidad de acentuar la importancia del contraste dentro del mensaje. Para realizar la comunicación y alcanzar la meta se necesita de elementos que fortalezcan en el momento de plasmar el contenido de expresión, es un proceso de experimentación y selección para lograr la mejor solución compositiva. "La composición es el medio interpretativo destinado a controlar la reinterpretación de un mensaje visual por sus receptores".<sup>19</sup>

19 Dondis Andrea. *op. cit.* p. 123

La forma de expresión, depende en gran parte de la manera de usar las técnicas visuales y en la manipulación de los elementos básicos. Nuestro diseño puede ser estructurado además de las posibilidades anteriores con equilibrio, simetría, simplicidad, fragmentación, sensación de profundidad o con sus técnicas opuestas. No todos los soportes gráficos aceptan las mismas posibilidades de composición.

Algunas de las técnicas son las siguientes:

Equilibrio - Inestabilidad.  
Simplicidad - Complejidad.  
Retención - Exageración.  
Sutileza - Audacia.  
Coherencia - Variación.  
Secuencialidad - Aleatoriedad.

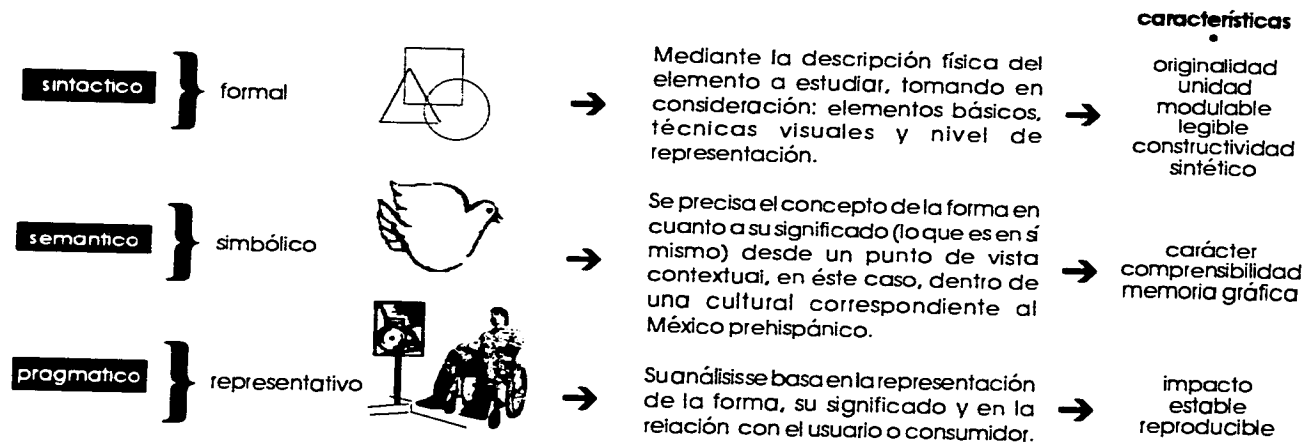
Simetría - Asimetría.  
Unidad - Fragmentación.  
Predictibilidad - Espontaneidad.  
Neutralidad - Acento.  
Realismo - Distorsión.  
Agudeza - Difusividad.

Regularidad - Irregularidad.  
Economía - Profusión.  
Actividad - Pasividad.  
Transparencia - Opacidad.  
Plana - Profunda.  
Continuidad - Episodicidad.

### 3.5 Análisis de símbolos

El análisis de los símbolos de entidades proyectados con elementos prehispánicos es muy importante como antecedente en la realización y planeación de imágenes gráficas análogas ya que forma parte en la recopilación de datos para el seguimiento de mi proyecto, además de ratificar si la utilización de las formas prehispánicas es utilizada razonablemente y justificada en su nivel de representación. Con un estudio comparativo de la forma original y la solución final podemos darnos cuenta si conserva el carácter después del proceso de diseño o sólo se utilizan como aparecen en las manifestaciones realizadas por nuestros antepasados.

El objetivo de esta técnica es analizar cada símbolo, utilizando los tres niveles de interpretación característicos de la imagen gráfica: sintáctico, semántico y pragmático.



cuadro de análisis para una imagen gráfica.

### Análisis del símbolo de Xochimilco

#### Nivel sintactico

La estructuración del símbolo que representa a la delegación de Xochimilco está básicamente constituido por formas creadas con líneas curvas en la parte superior, además de hacer presente una reflexión que logra dos formas iguales; la parte inferior está elaborada por líneas rectas que forman un contorno rectangular. Dentro de él se encuentran tres rectángulos de menor tamaño pero cada uno pintado de un color diferente, el del centro de gris, el de la izquierda de verde y de naranja el de la derecha.

#### Nivel semantico

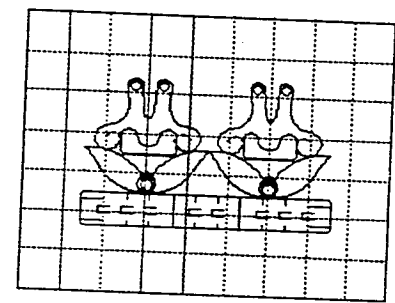
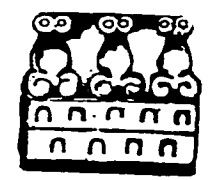
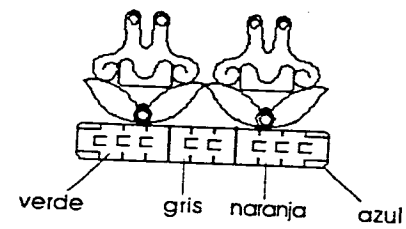
Las formas de la parte superior representan, a las linfas o plantas acuáticas que nacen en la laguna; el rectángulo mayor en color azul es el agua, los tres de menor tamaño y en colores diferentes corresponden a la representación de chinampas, que a su vez contienen parcelas, la de color gris nos connota una parcela que está preparada para la siembra, las laterales en color diferente simbolizan las parcelas que se encuentran en proceso de producción con la técnica de rotación de cultivo.

#### Nivel pragmatico

Este símbolo carece de memoria gráfica debido a que existen soportes en los que aparecen imágenes muy parecidas, pero con alteraciones, algunas se deben a la mala reproducción y otras a las diversas imágenes prehispánicas encontradas y con cambios que son muy significativos, motivo por el que no es identificado y confundido en ocasiones. Es muy importante tomar en cuenta lo anterior para no caer en difusiones equivocadas, además sería bueno utilizar, sobre todo para la reproducción manual, una red.

Imagen gráfica de la Delegación política "Xochimilco"

Grupa xochimilca "Piedra de Tizoc" procedente de lo C. de México. "México a través de los siglos" tomo II p.318



## Análisis del símbolo Cultura Sur

### Nivel sintáctico

Es un símbolo legible, su construcción formal, parte de un contorno básico el cual le da la propiedad de ser una figura modular; su excelente legibilidad es gracias a su síntesis y al apoyo de su tratamiento visual en masa con enfoque positivo. La estructura está proyectada con líneas rectas que forman un triángulo y siguen su camino hacia el interior en forma de líneas escaionadas que pasan a curvas provocando una direccionalidad y movimiento visual debido a que los contornos básicos que se perciben poseen éstas características.

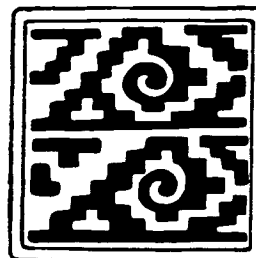


Imagen gráfica de la revista "Cultura Sur"

Forma geométrico, greca "Xicalcolihqui"  
procedente de la C. de México. Enciso, Jorge  
"Desing motifs anticient México" p.21

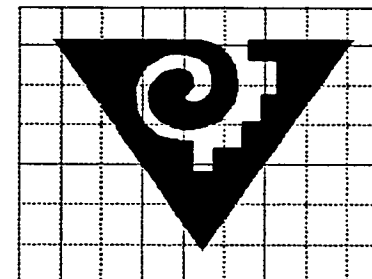
### Nivel semántico

El resultado del símbolo no pierde carácter en relación con el principio prehispánico, sigue conservando los atributos correspondientes a una figura de la clasificación de formas geométricas, la greca, que por sus líneas onduladas tenía relación con agua o con serpientes, el significado de la escalera puede venir de los escalones de templos, altares de sacrificios o de presas. Podemos comparar el símbolo final con un sello plano que representa a la greca llamada "Xicalcolihqui"



### Nivel pragmático

La greca en la antigüedad era uno de los elementos de más uso en la arquitectura y en la decoración de cerámica y vestidos. En la actualidad con la ayuda del trabajo de diseño forma parte de un símbolo, él utiliza como soporte gráfico un medio directo, la revista "Cultura sur" en ella el símbolo no tiene problema de lectura por su proporción y tratamiento visual que contiene un nivel perceptual óptimo para el receptor, la sencillez de su constructividad le permite ser fácil de recordar e interpretar.





## Análisis del símbolo Banamex

### Nivel sintactico

El orden de las formas nos muestra una reiteración de un módulo que contiene rotación y da como resultado una unidad conformada por líneas curvas, que crean la sensación de un contorno circular. Lo anterior es el resultado de un diseño proyectado de manera cuidadosa para dar una sensación armónica entre los elementos; los glifos están trabajados con la técnica de representación en masa con enfoque visual positivo. El color del símbolo es rojo, pero es importante consultar en el manual de identidad visual para tener presente, la trascendencia de aplicación según las políticas que en el área de color se hayan establecido.

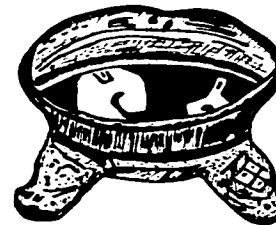


Imagen gráfica del "Banco Nacional de México"

Cerámica, cajete "Tolteca" Museo de Antropología. Eduardo Matos Moctezuma "The Aztecs" p.28

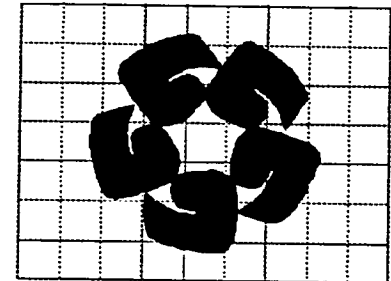
### Nivel semantico

Su comparación con formas utilizadas en representaciones del período prehispánico se relaciona con un glifo de una voluta; se dice que los glifos eran exclusivamente los dibujos que transcriben los nombres propios de personas, lugares y de las cuentas cronológicas, Joaquín Galarza en su libro "Códices y vivencias" p.116 considera como glifo a toda imagen rellizada por artistas y escritores indígenas. El conjunto de los cinco glifos nos representa como unidad: belleza, comunicación, movimiento y dirección pero principalmente a la flor, de gran importancia en la época debido a la asociación que tenía con los dioses.



### Nivel pragmatico

El nuevo símbolo de Banamex, gracias a su rediseño es parte de un proceso, que encontro un concepto moderno para vitalizar a la forma gráfica de la institución y que es acorde dentro de nuestro mundo contemporáneo. No se cambio totalmente con respecto a la imagen anterior, para no perjudicar la imagen visual con la que el receptor está acostumbrado a identificar a la institución. El cambio en el símbolo fue que desaparecio el marco que encerraba los glifos, pretendiendo transmitir que la institución es abierta y dinámica.



### Análisis del símbolo Fundación Cultural Televisa, A.C.

#### Nivel sintactico

La configuración de la forma del símbolo como unidad gráfica, dividida en las partes que la integran es interpretada como un elemento que se repite cinco veces y contiene movimiento constante de rotación al rededor de un eje para lograr la integración como una sola figura. Respecto a las líneas que integran el diseño son curvas, las cuales nos dan una sensación de direccionalidad y movimiento visual que además definen el contorno de la figura y permiten la percepción que se apoya con el tratamiento visual que en éste caso es en masa con enfoque positivo.

#### Nivel semantico

Por la relación de la institución, con la comunicación se puede decir que el glifo (voluta) utilizado para éste símbolo es el conocido en algunos códices cuando existe el diálogo. Pero en la asociación con la gran variedad de elementos prehispánicos se encontró una pieza que formalmente es parecida: es un sello plano que representa el corte de un caracol éste animal era relacionado con el agua, con la luna, símbolo de vida, sinónimo de fertilidad y nacimiento; las volutas por su representación formal se identifican con estos animales.

#### Nivel pragmatico

El símbolo carece de impacto visual, ya que tiene trazos complicados que lo hacen difícil de percibir a un primer contacto, no es fácil de recordar y sí de olvidar, es necesario profundizar para obtener una visión más clara. Para la reproducción se debe utilizar una red que sirva como guía para respaldar las proporciones correctas, sobre todo en los casos donde el trazo tenga que realizarse manualmente, debido a su grado de constructividad. Esta imagen gráfica es utilizada principalmente en proyectos culturales, editoriales y documentales.

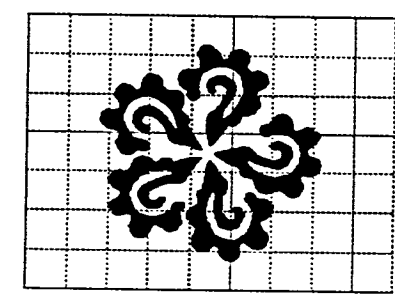
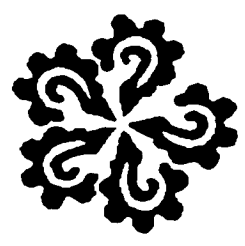


Imagen gráfica de 'Fundación Cultural Televisa'

Forma zoomórfica, caracol procedente de la C. de México. Enciso Jorge op. cit. p.62

## Análisis del símbolo INAH

### Nivel sintactico

El trazo de la imagen fue diseñado con un tratamiento visual en línea, el grosor de ésta es pesado; es una forma con simetría axial, si fuerá dividida imaginariamente por el centro, utilizando un eje vertical tendría los mismos elementos del lado derecho como del izquierdo. Su construcción es de líneas rectas y curvas algunas se unen completamente hasta formar contornos circulares, uno de ellos se encuentra al centro y es cortado por una línea Horizontal, el otro es más pequeño y aparece fuera de la composición como acentuando una sensación del movimiento visual.

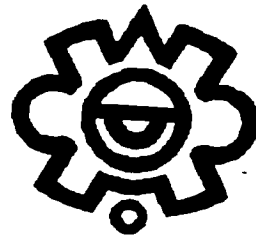


Imagen gráfica del "Instituto Nacional de Antropología e Historia"

Ollin-Tonatiuh, procedente de la C. de México. Hannerl Gossler "La ciencia celeste de los Aztecas" p.26

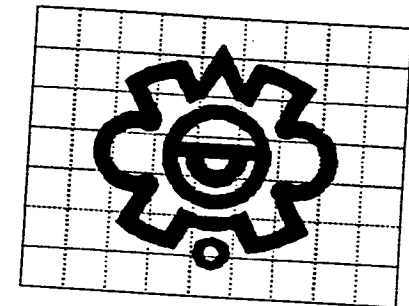
### Nivel semantico

Con relación al símbolo del INAH y su estudio comparativo con formas prehispánicas que se asemejan a él podemos darnos cuenta que era muy comun encontrar imágenes de características semejantes; podemos retomar un ejemplo, quizás, el más importante, la piedra del sol, que es una especie de compendio donde resume la historia de los antiguos mexicanos. El símbolo está en la parte central del calendario y su significado es Ollin-Tonatiuh o el quinto sol, edad en la que se suponía vivían los Aztecas cuando ocurrió la conquista.



### Nivel pragmatico

El símbolo que identifica al Instituto Nacional de Antropología e Historia es muy reconocido por el usuario, quizás por relacionarlo con la piedra del Sol, de ésta forma se logra una influencia asociativa además el impacto es reforzado por el grosor de línea y su construcción formal permitiendole tener una correcta visibilidad que depende en gran parte de un adecuado soporte visual sin olvidar proporción, escala, ubicación, colocación y nivel perceptual.



## Análisis del símbolo DIF

### Nivel sintáctico

Está formada por nueve módulos semejantes que rotan para delimitar un contorno circular; al centro una figura de líneas curvas en espiral que finalizan en rectas formando un módulo más en la rotación.

La unidad constituida por los elementos anteriores está reforzada con un tratamiento visual en masa con enfoque negativo el cual pasa a ser "figura" sobre una plasta en positivo formada por un contorno cuadrado que visualmente es el "fondo" de nuestra composición.

### Nivel semántico

Al efectuar la comparación visual del símbolo, se ha encontrado que el resultado conserva el carácter prehispánico en relación a su representación gráfica.

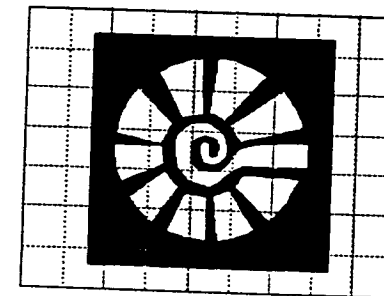
Con la comparación se puede observar que el elemento y el símbolo del DIF son muy parecidos: se identifica con una forma geométrica de un espiral y su interpretación está relacionada al igual que muchas otras representaciones con la vida en grupo y con el sol como centro de la creación Mexica.

### Nivel pragmático

Al igual que en los análisis realizados anteriormente considero necesario para la reproducción, sobre todo en la manual el uso de una red porque el impacto visual puede depender de la calidad de la reproducción. El nivel perceptual del símbolo con el receptor fue eficiente, respecto a tamaño y color; el símbolo representó a la institución que lleva el nombre "Desarrollo Integral para la Familia"; hoy es conocida sólo por su diseño tipográfico (logotipo).

Imagen gráfica que se utilizó para la institución "Desarrollo Integral para la Familia"

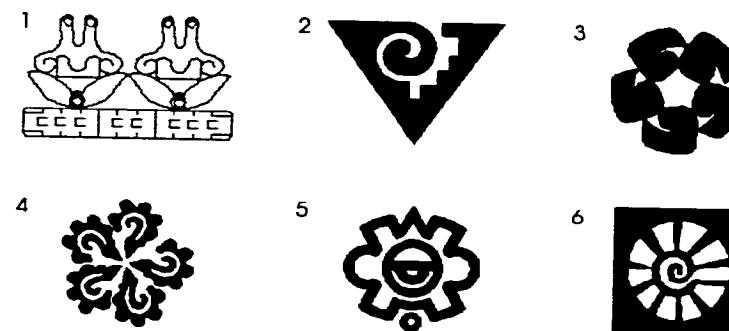
Sello plano de espiral y curvilínea  
procedente de la C. de México, Enciso, Jorge  
*op. cit.* p.15



características		símbolo No					
		1	2	3	4	5	6
originalidad		+	+	-	-	-	+
unidad		+	+	+	+	+	+
modular		-	+	+	+	+	+
legible		+	+	+	+	+	+
constructividad		+	+	+	-	+	-
sintético		-	+	+	-	+	+
		1	2	3	4	5	6
		relacion semantica					
carácter		+	+	+	+	+	+
comprensible		-	+	+	+	+	-
memoria gráfica		-	+	+	-	+	-
		1	2	3	4	5	6
		relacion pragmatica					
impacto		-	+	+	-	+	-
estable		-	+	+	+	+	-
reproducibile		+	+	+	+	+	+

Diagrama de análisis

Fascineto K. Claudia, Armenta O. Miguel  
 \* El método del proyecto de identidad  
 gráfica para la delegación Xochimilco \* Tesis  
 ENAP-UNAM, p.62

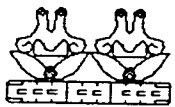
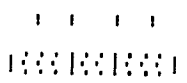
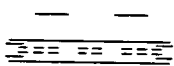





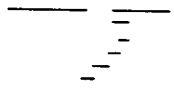





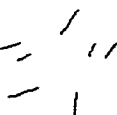





**Observación general:**

Se puede observar una característica en común de gran importancia "el movimiento", el cual está representado por líneas curvas y la rotación de elementos.

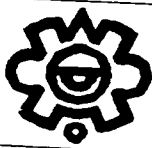

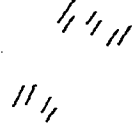


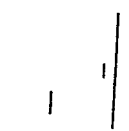
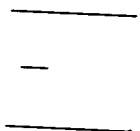



El impacto y la memoria gráfica son débiles en algunos y por lo tanto carecen de fuerza para ser recordados. Es el caso del símbolo de la delegación Xochimilco no siempre es utilizado el mismo original de la imagen gráfica, ya que existen variantes y en ocasiones son ocupadas sin comprobar si es la correcta, tal vez otra de las causas es que al momento de la reproducción no se realiza con el debido cuidado y olvidando las proporciones.

Objetivo : La finalidad es analizar las posibilidades básicas de los trazos de líneas e identificar cuáles son los que predominan en la construcción de los símbolos y determinar los trazos más constantes para contemplarlos en un proyecto análogo.

simbolo	lineas verticales	horizontales	inclinadas descendentes	inclinadas ascendentes	curvas
					
					
					
					

análisis de expresividad lineal de la imagen

Fascineto K. Claudia, Armenta O. Miguel  
*op. cit.* p.56

simbolo	lineas verticales	horizontales	inclinadas descendentes	inclinadas ascendentes	curvas
		==			
					

### Observación general:

Se llegó a la conclusión de que las líneas que predominan para la realización de la mayoría de los símbolos son curvas, pero sin descartar la posibilidad del uso de las rectas; pero sí tomando muy en cuenta la alternativa de atenuar los ángulos para no hacer una imagen rígida y agresiva, se trata de no perder ese carácter tradicional que reflejan las piezas prehispánicas.

# CAPÍTULO 4

## PROYECCIÓN Y APLICACIÓN



## 4.1 Método de proyección

Con el método de diseño (metodología) se especifica el conjunto de reglas para la acción y el procedimiento en la proyección del símbolo gráfico, para llegar a nuestro fin, se utiliza el método deductivo, el cual propone, la investigación de campo y una complementación bibliográfica que nos permite pasar de la información a la forma; es una respuesta integrada formalmente a una comunidad con características particulares.

Para la realización del símbolo se consideran tres fases; la propuesta parte de la metodología general del diseño (plan de estudios de diseño gráfico de la ENAP, México, D.F. 1974) :

### 1 Fase de estudio

* Fascineto K. Claudia, Armenta O. Miguel * El método del proyecto de identidad gráfica para la delg. Xochimilco* Tesis ENAP-UNAM, p.20	Investigación:	a) ubicación del problema			
		• necesidades		características *	} físicas humanísticas contextuales
		• objetivos			
		b) recopilación de datos		actividades	} medios recursos usuarios
		• fuentes directas			
		• fuentes complementarias			
	Análisis:	} • se razona y detecta lo más importante de la información anterior.			
	Evaluación:		} • se ordenan y jerarquizan los datos.		
	Síntesis:	} • síntesis conceptual		contenido	} forma color significado
** Apuntes de la materia "Diseño 7" Prof. Joaquín Rodríguez 1989			• síntesis formal **		

**2 Fase de proyección**

- Primeras Imágenes: } • transformación de conceptos a imágenes
- Anteproyecto: } • alternativas de solución y decisión de la más funcional.
- Proyecto: } • forma gráfica alternativa óptima

**3 Fase de realización**

- \*\*Programación } Manejo de las técnicas, materiales, habilidad manual y tecnología en general, originales: blco./negro y color. } •soportes } geométrico } → estructuración
- Presentación } } } gráfico } → area del diseño
- } } } físico } → materiales
- } } } visual } → aplicación<sup>19</sup>

<sup>19</sup> Metodología proyectual basada en el plan de estudios de diseño gráfico ENAP-UNAM, México, 1974

## 4.2 fase de estudio

**a) Investigación.** La ubicación del problema es de gran importancia, además de las necesidades y las características que determinan el lugar, se parte con el proyecto y el desarrollo del símbolo manifestándose por la necesidad de una comunicación social y cultural dentro del área delegacional de Xochimilco. El problema es que el Centro cultural no tiene la difusión para ser identificado como tal; el símbolo propuesto pretende dirigirse a un público en general haciendo uso de un código común, es fundamental que sea ampliamente legible y sencillo para que pueda ser percibido y recordado con facilidad.

**b) Recopilación de datos.** Este es un paso muy importante, nunca debemos empezar a diseñar sin antes empaparnos de datos que nos permitan enriquecer los conocimientos de la institución y del grupo de personas a quien va dirigido nuestro proyecto.

El objetivo del Centro cultural es esparcir la cultura ofreciendo servicios a la comunidad, siendo un apoyo más en la educación para un público general que se informa, aprende a crear y tener nuevas inquietudes haciendo uso de su instalación, materiales y la participación en los diferentes talleres que se imparten.

Para determinar los datos fue indispensable la consulta de fuentes directas e indirectas; haciendo necesaria la relación con gente de la delegación, del pueblo de Nativitas, de la coordinación y de la institución los cuales complementan la consulta bibliográfica, la obtenida en el museo y en la zona arqueológica de Sta. Cruz Acalpixca.

**c) Análisis.** La información obtenida de las fuentes anteriores se encuentra organizada considerando: aspectos, características, necesidades, limitaciones de la institución y el estudio del receptor a quien va dirigido, sin olvidar su nivel social, cultural, costumbres y

sobre todo sus antecedentes históricos que integran a esta sociedad y que siguen muy arraigados. Se recopilaron datos del contexto a partir de la época prehispánica hasta el contexto actual de los habitantes de Xochimilco y en particular del pueblo de Sta. María Nativitas Zacapa. Otros datos de importancia se describen con más detalles en el capítulo 2 correspondiente a la historia y costumbres de los xochimilcas.

**d) Evaluación.** Para la proyección del símbolo se seleccionó sólo la información que es de utilidad, datos que dan carácter a nuestro objetivo.

**e) Síntesis.** Es necesario que se resuma toda la información obtenida para determinar las funciones y los componentes: físicos y psicológicos de la identidad gráfica. Se deben de establecer las ideas que cumplan y contengan más carácter (conceptual) ya que posteriormente se convertirán en las imágenes que conducirán a una solución óptima.

La síntesis conceptual del Centro cultural casa de bombas se basa en los conceptos: cultura, manantiales, ojo de agua, casa, agua y emanar.

Así mismo, la síntesis formal se apoya en los elementos y figuras básicas: líneas: rectas, horizontales, verticales y curvas; además, de los contornos: círculo y cuadrado, elementos que por su semántica corresponden a los conceptos: agua, casa y emanar que resultarán los más representativos según el análisis.

El signo de agua aparece representado en los códices mediante una corriente pintada en color azul, por vasijas con agua, líneas onduladas, ascendentes y descendentes que denotan el movimiento también podemos identificar claramente salientes o recodos con

conchas y caracoles elementos identificadores de agua. Las conchas son representadas como figuras redondas mientras que los caracoles como elementos alargados. Según el Náhuatl su nombre es "atl" y es el signo del noveno día en el calendario mexica.

La representación de casa se manifiesta generalmente por un templo indígena o en ocasiones por una pequeña casa de techo pajizo o color terrado, estas imágenes se observan plasmadas lateralmente y sin profundidad; aún en las pinturas más sencillas podemos encontrar síntesis que se identifican como viviendas o nichos prehispánicos. Su nombre en Náhuatl es "calli" y corresponde al signo del tercer día del calendario.

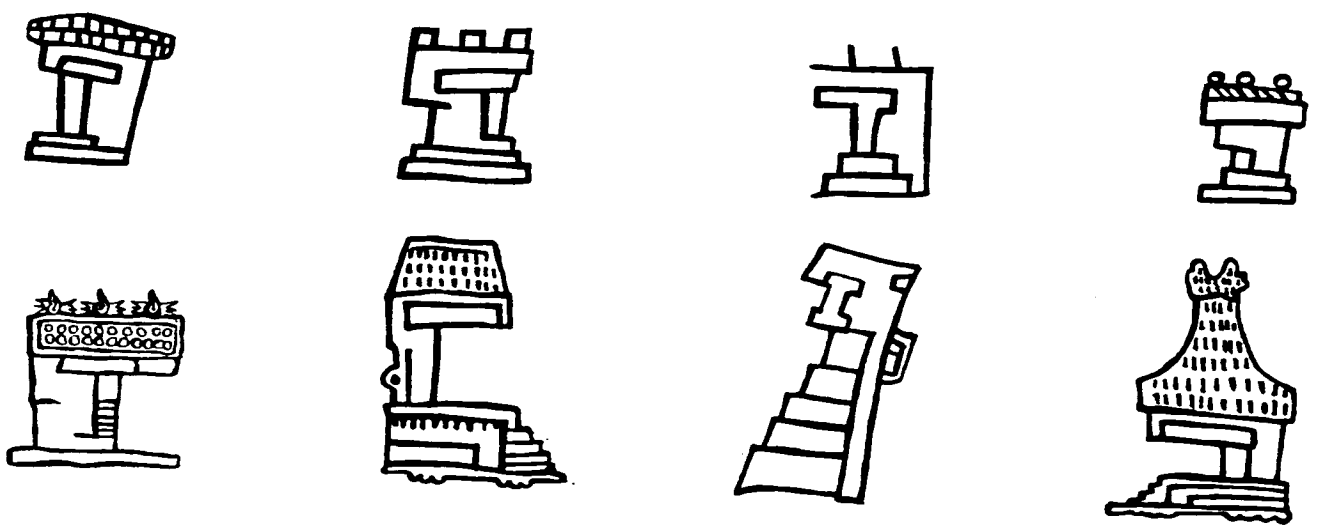
Emanar o brotar se representaba con el glifo del agua saliendo de un círculo según la escritura mexica.

Los colores a utilizar son: azul y café por la connotación que tienen con los elementos seleccionados para el proceso gráfico.

### 4.3 fase de proyección

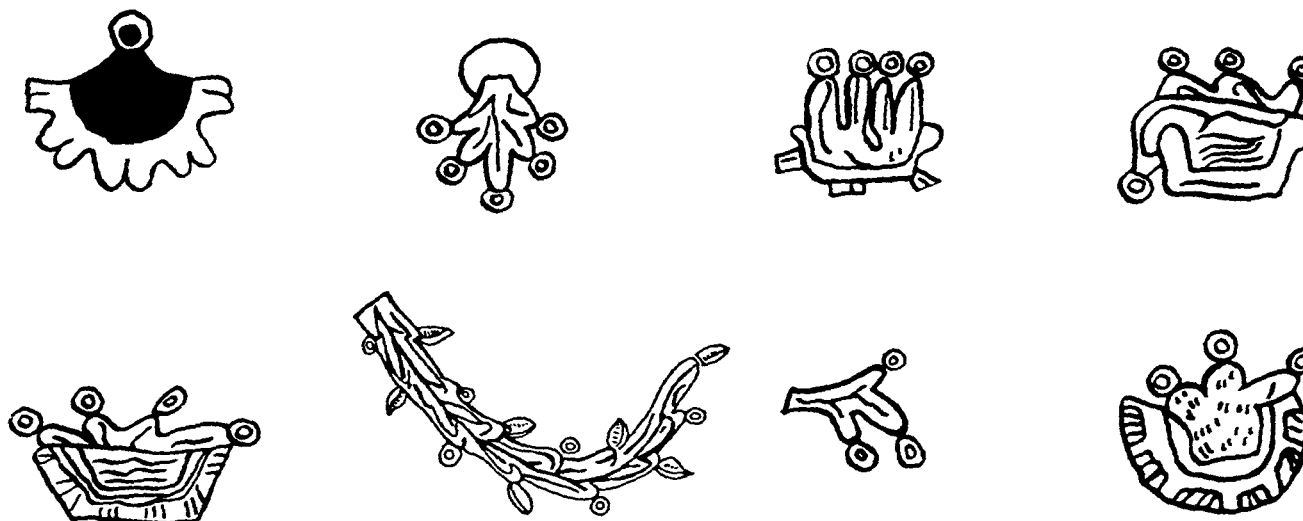
Todos los problemas de diseño deben de ser seguidos con un orden lógico que permita llegar a una solución de calidad gráfica y de contenido (técnico y conceptual) para iniciar el proceso gráfico empezaremos nuestro desarrollo de diseño con las primeras imágenes que surgen como resultado de transformar los datos proporcionados en la síntesis, el proceso de la transformación es de conceptos a imágenes, los más convenientes en éste caso son casa y agua, para ello se emplean glifos correspondientes a cada uno de los conceptos anteriores(representaciones del arte mexicana).

Primer elemento, símbolo de casa "calli" de estas representaciones se selecciona la más representativa.



Primeras imágenes de las diferentes representaciones de "Calli" (casa).

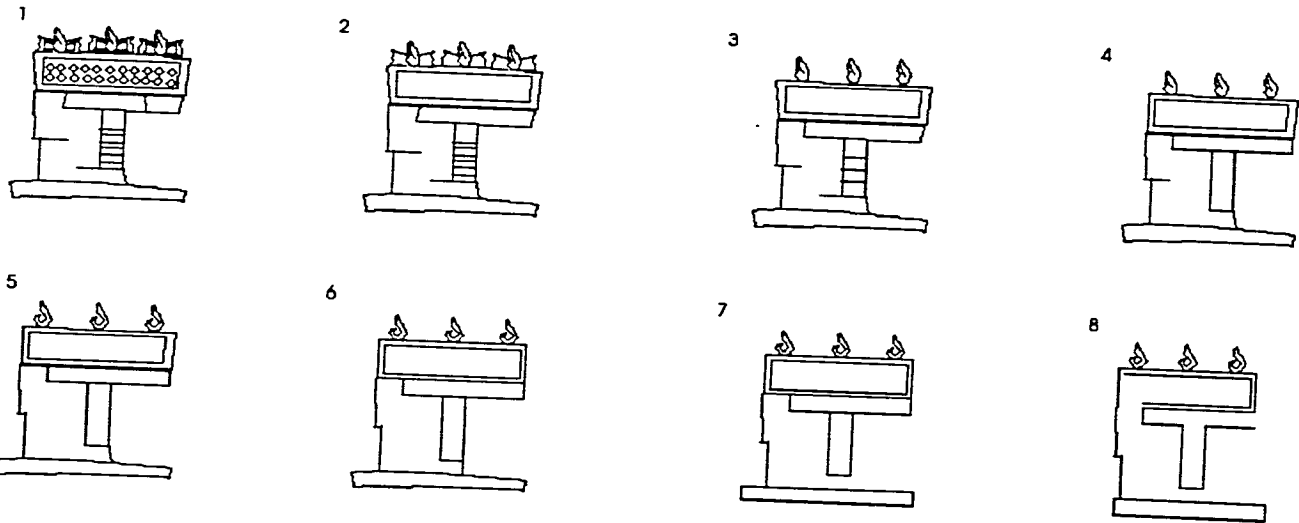
El segundo elemento a trabajar es el símbolo que representa agua "atí" se selecciona al igual que el primer elemento el de mayor representación.



Primeras imágenes de las diferentes representaciones de 'Atí' (agua).

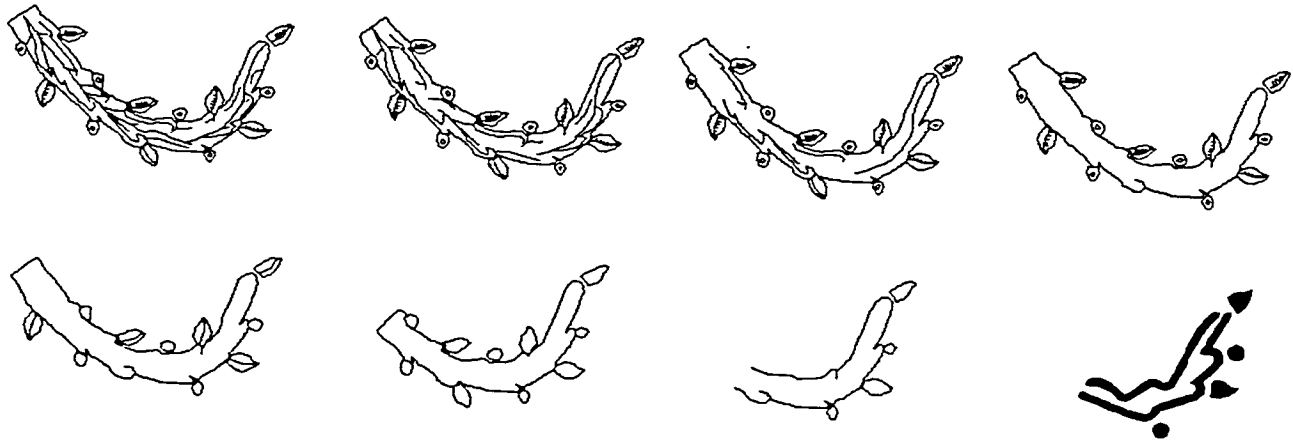
La imagen seleccionada de casa se conocia como "Calmecac" que en la época prehispánica era la más importante escuela sacerdotal de Tenochtitlan. En ella se educaban a los niños de las familias nobles destinados a ser jefes y se localizaba en el recinto del templo mayor de la ciudad. Es inconfundible por los elementos de agua en la parte superior.

El siguiente paso es lograr el nivel de representación de la imagen seleccionada como la más representativa y de mayor carácter, trabajando una síntesis de la forma para llegar una sola imagen que sirva para crear el mayor número de propuestas que conduzcan a la alternativa final.



Síntesis gráfica apartir del glifo más representativo para casa "calli".

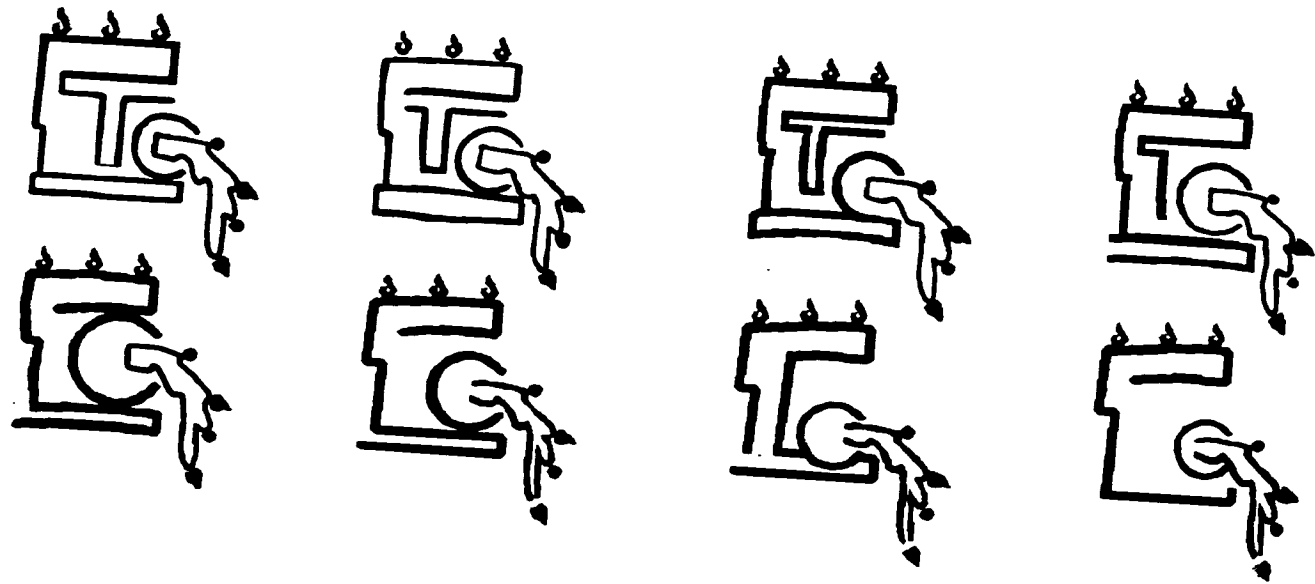




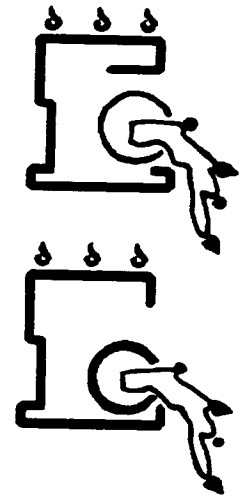
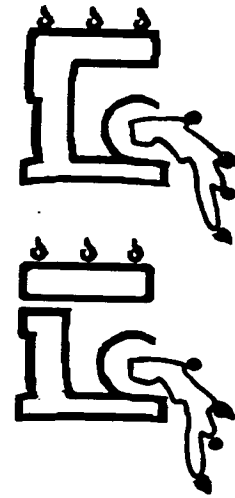
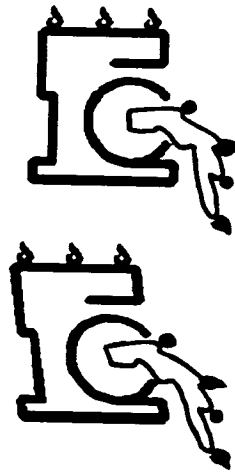
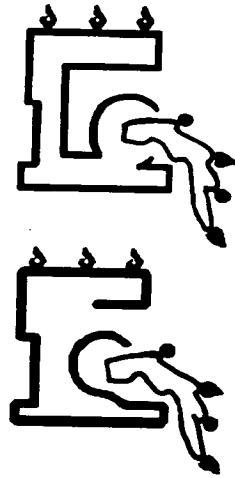
Síntesis gráfica a partir del glifo más representativo para agua "atl".

### 1ª Proposición:

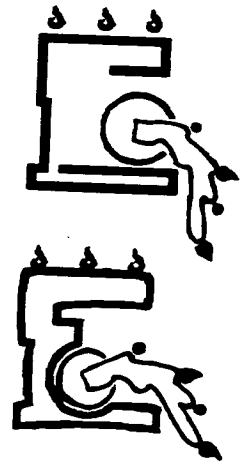
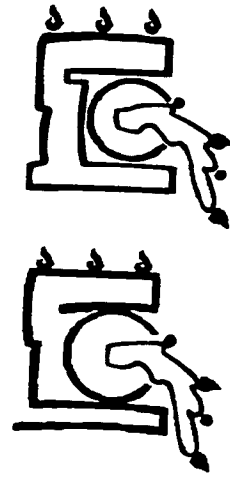
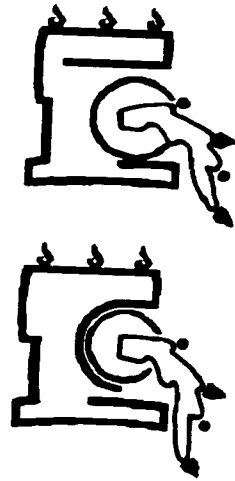
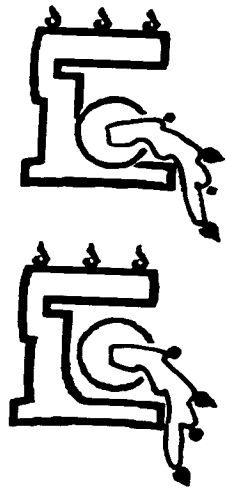
Una vez realizadas las síntesis formal, se trabajan los primeros bocetos donde se contemplan las dos formas para llegar a una sola idea gráfica. Es necesario realizar el mayor número de propuestas para llegar finalmente al diseño del símbolo gráfico. En este paso los resultados se consideran como variantes de posibilidad, la finalidad es obtener nuevas alternativas.



2º Proposición:

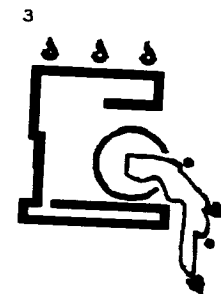
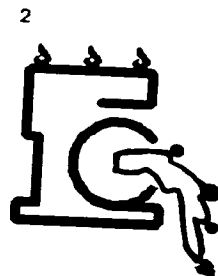


3º Proposición:



### Alternativas.

La realización de las propuestas está lista. Su división fue en tres grupos de alternativas de solución para posteriormente continuar con la selección de las más funcionales. De cada grupo se seleccionó una considerando el mismo criterio; finalmente se tienen tres alternativas. En cada caso resulta la más funcional y una de ellas será la proposición para el anteproyecto.



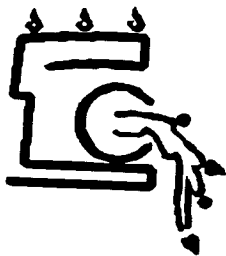
### Anteproyecto.

De las alternativas anteriores se determinó la número 1 como anteproyecto; en ésta etapa se perfecciona la alternativa escogida por contar con las características deseadas para la identificación de la casa de cultura, se tomaron en consideración para llegar a la alternativa de solución los elementos y las características obtenidas del análisis de los símbolos ya existentes, además de los datos que dan carácter e individualidad al símbolo del Centro Cultural Casa de Bombas Sta. María Nativitas, conservando el carácter aún después del manejo de la síntesis.

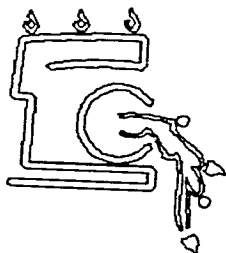
### Variantes de posibilidad.

A la alternativa de solución se suma otra tipo de variantes, éstas dependen de la aplicación de algunas de las técnicas de representación y su enfoque visual. Es importante señalar que no todas las técnicas se prestan para ser utilizadas como variantes en un símbolo. Consideremos solamente las siguientes: masa, aro-masa, aro (línea), separación de elementos y outline con enfoque visual en negativo o positivo.

1



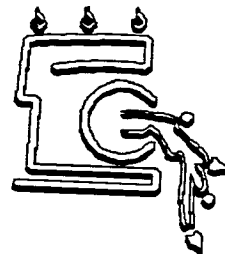
2



3



4



### Evaluación:

Se descarta la posibilidad de las alternativas de línea ( aro y outline) porque al hacer uso de ellas en aplicaciones donde el símbolo tengan que ser utilizado en una escala de menor tamaño, se corre el riesgo de que se corte la línea, se emplaste y pierda la calidad. La solución para una buena aplicación se considerará la alternativa número 3 que contiene la técnica de aro-masa con enfoque visual positivo.

## Proyecto.

Se determina la alternativa de solución que de acuerdo a la síntesis conceptual, al desarrollo y al criterio personal será la que represente a la institución. Se analiza el resultado obtenido durante las etapas secuenciales del diseño, el por qué se escogió esa alternativa, su finalidad, además de verificar si cumple la imagen con las características de configuración más sobresalientes para un diseño.

## Análisis del símbolo

### Nivel sintáctico

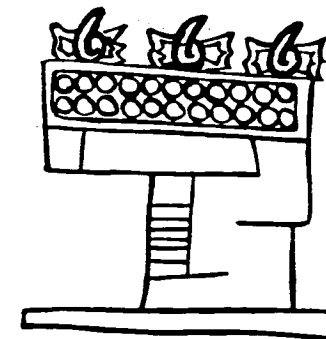
La propuesta para representar al Centro cultural, se logra con un diseño que combina los elementos básicos: punto, línea (rectas y curvas) y contorno. En la parte superior aparece una forma compuesta por curvas que se repite tres veces; las curvas se utilizan en toda la construcción para evitar la agudeza visual; las líneas forman el contorno y la continuidad en la composición, al centro se puede observar un contorno circular del cual parten dos líneas formadas por curvas, a su alrededor se tienen dos círculos pequeños y dos elementos más trabajados igualmente con líneas curvas; la técnica visual más adecuada es en aro-masa y con separación de elementos con un enfoque visual positivo.



Imagen gráfica "Centro cultural Casa de bombas Sta. María Nativitas".

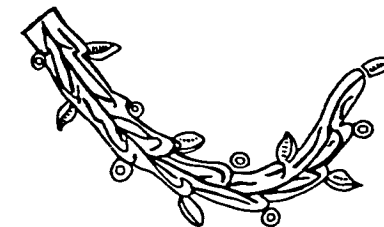
### Nivel semántico

Parte de dos formas prehispánicas relacionadas con los antecedentes de la Casa de bombas, uno es la representación de una casa, el "Calmecac" que era una de las más importantes (escuela sacerdotal y administrativa) es inconfundible por los elementos de agua en el techo (caracoles símbolo de vida y fertilidad además de ser un representante del agua) el otro glifo es una de las formas que tenían los tlacuilos y escritores de manifestar la palabra agua y podemos encontrarla en los diferentes códices; la falda de Chalchiuhtlicue diosa del agua es un glifo representativo de éste elemento natural; el círculo tiene como significado "emanar" por lo que se puede interpretar como lugar donde emana el agua (significado Náhuatl).



### Nivel pragmático

La representación con el usuario es por la relación que existe con el lugar donde se encuentra el Centro cultural, sus antecedentes y su utilización actual. El agua ha sido trascendental para el pueblo de Nativitas pero de mayor significado para la centro cultural; esto se puede ver reflejado en sus antecedentes. La facilidad de interpretar el símbolo será de gran importancia para iniciar una identificación del lugar. La gente de Nativitas tiene los conceptos: agua y casa de bambo que muy identificados con el predio que ocupa la casa de cultura, lo cual es un punto muy importante a favor del símbolo.



Símbolo de Calli "Calmecac"  
Riva Vicente "México a través de los siglos"  
ed. Cumbre, S.A. tomo II p.124

Símbolo de Atl, representación de agua.  
Séjourné Lurette "Pensamiento Náhuatl  
cifrado por los calendarios" ed. Siglo veintiuno,  
p.208



### Características de configuración.

características	
originalidad	+
unidad	+
modular	-
legible	+
constructividad	+
sinfético	+
carácter	+
comprensible	+
memoria gráfica	-
impacto	-
estable	+
reproducibile	+

### Evaluación:

Contiene los elementos característicos obtenidos de los análisis de los símbolos análogos, pero no cae en lo común que es la rotación de elementos por lo que tiene la presencia de original. Podemos notar que los elementos se integran logrando unificarse para dar un solo sentido; por sus trazos sencillos y su geometrización podemos notar que es fácil su constructividad y reproducción; lo que a carácter se refiere conserva la relación con los elementos prehispánicos de los cuales se partió para la obtención de las síntesis que integran el símbolo gráfico del centro cultural. Es una imagen que refleja sin problema lo que representa y puede llegar a ser fácil de recordar; la separación de elementos es una de las técnicas de representación y se considerará para dar un nivel de mayor impacto. Algunas de las características (-) pueden ser consideradas con la respuesta del receptor.

Algo de gran importancia es que el carácter prehispánico de las formas se encuentra presente en el resultado final.

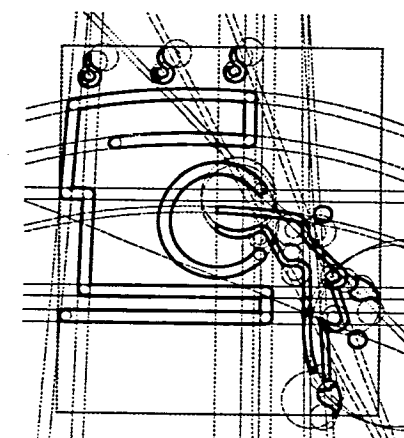
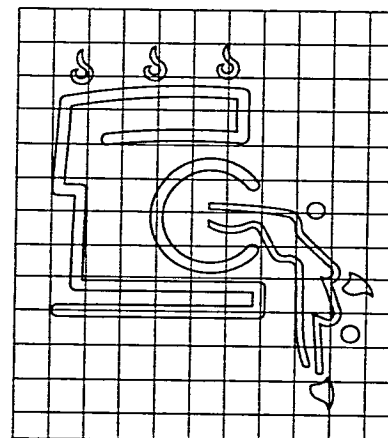
#### 4.4 fase de realización

Es la fase final; en ella se determinan los parámetros que se utilizarán para la realización de originales en blanco y negro o color; intervienen la programación y la presentación, es el resultado del seguimiento de las etapas anteriores, se realiza aquí el trabajo de elaboración de los originales que servirán para la reproducción en diferentes soportes gráficos, es importante contemplar el manejo de las técnicas, los materiales, la habilidad manual y la tecnología en general para obtener una mejor calidad.

##### Construcción gráfica.

La construcción gráfica se ha determinado sobre una red de cuadrados para facilitar de una forma más clara las dimensiones y pueda ser utilizada como guía para la realización del símbolo a tamaños superiores a los obtenidos por ampliación fotográfica, los trazos auxiliares también pueden ser indispensables si se requiere de una reproducción manual.

Derecha red de cuadrados e izquierda trazos geométricos del símbolo.



**Adecuación tipográfica.**

Contando con la propuesta final se procede a desarrollar la adecuación tipográfica, donde se seleccionará el logotipo que acompañe al símbolo para dar una mayor identificación a la Institución. Las fuentes tipográficas seleccionadas son de catálogo y se recomienda sean sin patines, para que tengan mayor relación con el símbolo.



Centro cultural  
Sta. María Nativitas

Avant Garde



CENTRO CULTURAL  
Sta. María Nativitas



Centro cultural  
**Sta. María Nativitas**

Chicago



Centro cultural  
**Sta. María Nativitas**

Helvética Medium



Centro cultural  
**Sta. María Nativitas**

Helvética Narrow



Centro cultural  
Sta. María Nativitas

Geneva



CENTRO CULTURAL  
Sta. María Nativitas

**Evaluación:**

La adecuación tipográfica que mejor se integra es la propuesta en las pruebas anteriores. Es parte importante la selección tipográfica, refuerza al símbolo y se complementan para obtener una mayor retención de la personalidad de la institución y da un equilibrio visual a la imagen gráfica, que deberá presentarse siempre acompañando al símbolo. En éste caso se seleccionó la tipografía Avant Garde Medium que es una fuente comercial, posee características y rasgos que se adaptan al diseño del símbolo; se utilizará en altas para la palabra Centro cultural en tamaño pequeño con el propósito de jerarquizar la importancia del nombre de la casa de cultura que aparecerá en altas y bajas y en mayor tamaño.



CENTRO CULTURAL  
Sta. María Nativitas

**Tipografía.**

Como tipografía primaria tenemos la fuente "Avant garde" que es clara y sobria, ésta será la tipografía institucional que deberá ser utilizada únicamente con el símbolo y cuando se use como logotipo; permite con facilidad su reducción o ampliación sin perder claridad de lectura, además que es un tipo que armoniza con el símbolo.

La "Helvética medium" se utilizará como tipografía secundaria por ser al igual que la anterior un tipo visible y claro que se usará en todas las comunicaciones de la institución.

Avant Garde

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 / ¿ ? ¡ ! ; : , . \$ & ( ) %

Helvética medium

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 / ¿ ? ¡ ! ; : , . \$ & ( ) %

### Pruebas de color.

Es conveniente tener presente la trascendencia de la aplicación del color porque será un elemento que se sume a la identidad gráfica como identificador institucional para adquirir una imagen visual que depende del símbolo, logotipo y color, elementos que forman la imagen gráfica en toda entidad.

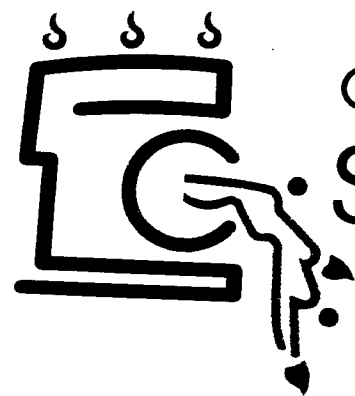
Las pruebas de color se proponen tomando en cuenta la sensación y la fuerza simbólica relacionando el color actual y el significado que tenía en el México prehispánico.





ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA





# CENTRO CULTURAL Sta. María Nativitas

## Color (pantone).

El color es el elemento que intensifica los aspectos de percepción de los signos visuales de la institución y contribuye a crear una personalidad representativa; establece una relación entre la imagen gráfica y el mensaje a transmitir. Los colores seleccionados como corporativos para el símbolo gráfico del Centro Cultural Casa de Bombas Sta. María Nativitas fueron considerados por la asociación y percepción que se tiene de ellos. Los colores propuesto corresponden al sistema pantone y son el café pantone 483 U y el azul pantone 320 U.

café pantone  
483 U



azul pantone  
320 U



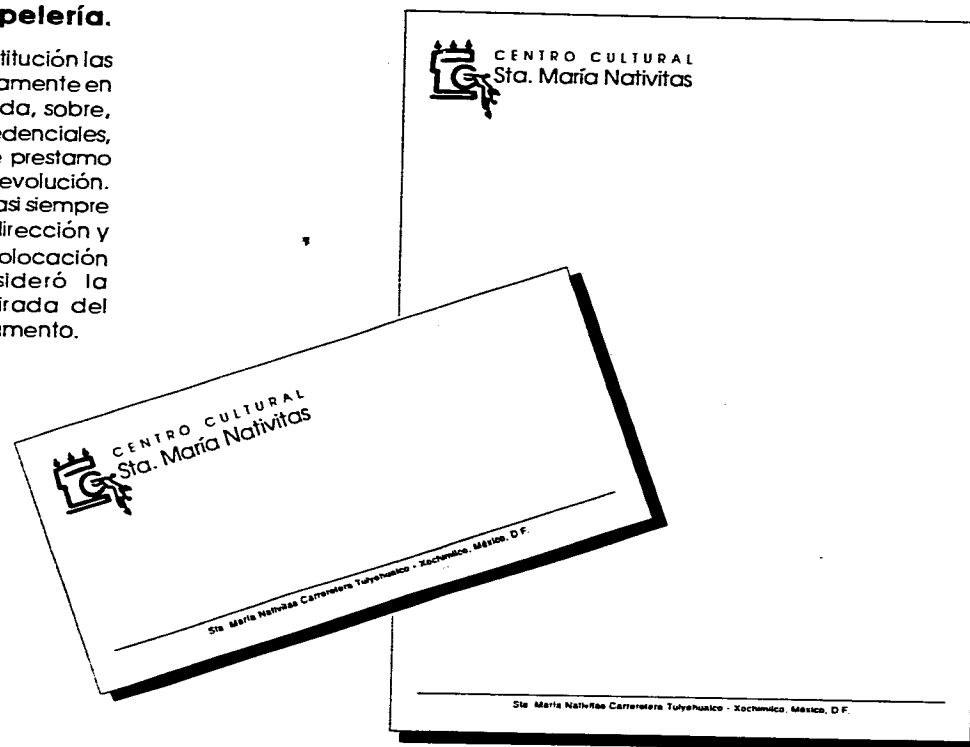
### Aplicación en la fachada.

El uso del símbolo y logotipo es un fuerte apoyo por lo que es importante considerar que su colocación deberá ser en el lugar más visible de la construcción, reservando además un margen proporcional al rótulo de muestra con el fin de mantener una excelente presencia y visibilidad. Debemos cuidar de su mantenimiento y no colocar otros elementos dentro de él, que por su proximidad, dañen visualmente nuestra imagen.



### Aplicación en papelería.

Por las actividades de la institución las aplicaciones se reducen solamente en papelería: hoja membretada, sobre, tarjeta de presentación, credenciales, tarjeta de alta de servicio de préstamo a domicilio y papeleta de devolución. Los elementos constantes casi siempre son: la imagen gráfica, la dirección y datos telefónicos. Para la colocación de la imagen se consideró la direccionalidad de la mirada del receptor a lo largo del documento.



Juego de membrete y sobre:

- Tamaño carta.
- Papel bond (blanco).
- Impresión en serigrafía.
- Tres tintas.

Tarjeta de presentación:

- Tamaño estandar (5 X 9 cm).
- Opalina holandesa.
- Impresión en serigrafía.
- Tres tintas.

**Sergio Marínez Galindo**  
Administrador



Sta. María Nativitas Carretera Tulyehualco - Xochimilco, México, D.F.

 <p>CENTRO CULTURAL Sta. María Nativitas</p>		
NOMBRE		
DOMICILIO		FOLIO 000
AUTORIZACIÓN		FIRMA

Credencial interna:

- Tamaño (5.4 X 8 cm).
- Opalina holandesa.
- Impresión en serigrafía.
- una tinta (frente).

Credencial para préstamo  
a domicilio:

- Tamaño (5.4 X 8 cm).
- Opalina holandesa.
- Impresión en serigrafía.
- una tinta (frente y vuelta).

Se acredita al lector para:

95					
----	--	--	--	--	--

- Obtener en préstamo a domicilio hasta tres libros simultáneamente durante una semana.
- Renovar el préstamo siempre que otra persona no lo haya solicitado.
- Apartar libros que se encuentren prestados.

El lector se obliga a:

- Conservar en buen estado los materiales de la biblioteca.
- Devolver los libros prestados a domicilio en la fecha indicada.

\_\_\_\_\_  
FIRMA DEL LECTOR

\_\_\_\_\_  
FIRMA DE AUTORIZACIÓN

RED NACIONAL DE BIBLIOTECAS PUBLICAS  
SERVICIO DE PRESTAMO A DOMICILIO

 CENTRO CULTURAL  
Sta. María Nativitas

LECTOR SEP

DOMICILIO

\_\_\_\_\_  
FOLIO 000



## CONCLUSIONES

Para llegar a la solución del trabajo de diseño, se realizó una investigación de datos referentes a la institución, al usuario y al contexto histórico. Información que al ser analizada, sintetizada y ordenada llegó a convertirse en las primeras imágenes que fueron el punto de partida para la elaboración del símbolo. En este caso se diseñó la imagen gráfica (símbolo y logotipo) para identificar a una institución el Centro Cultural Casa de Bombas Sta. María Nativitas.

La proyección de la imagen se realizó tomando en consideración las necesidades y características que posee la institución, para ello fue necesario tener el conocimiento de los antecedentes históricos de Xochimilco, del Pueblo de Nativitas y del predio que ocupa lo que en un tiempo fue la planta de rebomdeo.

El símbolo propuesto refleja el carácter de la educación en la época prehispánica a través de un calmecac (templo indígena) y la representación sintetizada de una corriente de agua que brota de un círculo y hace referencia al uso que tenía lo que hoy es el Centro cultural; además también podría interpretarse como casa de donde emana agua. Los conceptos anteriores son el punto de partida para la síntesis gráfica que logra con un mínimo de elementos cubrir los niveles de interpretación necesarios (formal, significativo y funcional).

El símbolo se apoya con el logotipo haciendo redundancia, a ellos se suma el color como identificador determinante para la institución, de esta manera puede ser recordada y memorizada con mayor facilidad. Los colores empleados son el café y el azul por su asociación con los elementos que representan y por la percepción, tomando en cuenta la distancia entre el individuo y el soporte gráfico (proxémica).

El símbolo tiene coherencia y continuidad con las imágenes que representan a diferentes instituciones del lugar incluso a la misma delegación de Xochimilco, ya que los elementos que utilizan tienen relación entre sí. Todos ellos parten de formas prehispánicas.

Una de las perspectivas fue el uso de un seguimiento lógico y su aplicación al símbolo de la casa de cultura del pueblo de Sta. María Nativitas; el utilizar elementos prehispánicos es una experiencia y una posibilidad para crear un diseño con carácter nacional. Al concluir el proyecto, se comprobó que el uso de las formas prehispánicas en la actualidad es más común y se ha avanzado en cuanto a diseño y creatividad; aunque se pueden encontrar varios casos de imágenes que representan a entidades donde el uso de las formas solamente fue retomarlas tal cual aparecen en las manifestaciones realizadas por nuestros antepasados y el trabajo gráfico que se posee es el diseño del logotipo o una simple adecuación tipográfica que acompaña al símbolo.

No pretendo crear un diseño mexicano, pero sí encaminar a mis compañeros a realizar propuestas con base en la cantidad de conceptos e imágenes que se han encontrado y que forman parte de nuestra cultura. La utilización de estas imágenes como un recurso para el diseño gráfico debe ser una propuesta que no deforme el carácter nacional, es necesario que al retomar y modificar éste tipo de elementos lo realicemos a conciencia, con una lógica y una metodología, con el fin de que no pierdan su esencia y carácter original.



## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera Carmen, "Flore y fauna mexicana", editorial Everest Mexicana, S.A. México 1985.
- Aguilera Carmen, "El códice Cospi", editado por INAH - SEP. México 1980.
- Aicher Otl, Krampen Martin, "Sistemas de signos en la comunicación visual", Gustavo Gili, S.A. 1979.
- Alva Ixtlixóchitl Fernando de, "Historia Chichimeca". México, D.F. 1957.
- Alvares José Rogelio, "Enciclopedia de México", tomos 8 y 11, ed. Enciclopedia de México, S.A. México D.F. 1987.
- Archivo General de la Nación, "Animales prehispánicos", ed. AGN. México 1980.
- Archivo General de la Nación, "Flores, plantas y motivos prehispánicos", ed. AGN. México 1979.
- Archivo General de la Nación, "Peces, moluscos y crustáceos en los códices mexicanos", ed. AGN. México 1980.
- Archivo General de la Nación, "Orlas, cenefas y motivos prehispánicos", ed. AGN, México 1989.
- Arnheim Rudolf, "Arte y percepción visual", Alianza forma, México 1989.
- Ayala Celia, Pertierra Maritsa, "Formas prehispánicas del códice Nuttall aplicadas a portadas", tesis ENAP - UNAM, México 1984.
- Barthes Roland, "Elementos de semiología", ed. Corazón, Madrid 1971.
- Beyer Hermann, "El México antiguo", Revista internacional de arqueología, número 40 vol.7, artículo: Génesis y función de la greca escalonada, ed. Hermann Beyer, Buenos Aires 1924.
- Caso Alfonso, "El pueblo del Sol", Ed. Fondo de cultura económica, México, D.F. 1983.
- Costa Joan, "Identidad corporativa y estrategia de empresa", Biblioteca CEAC, enciclopedia, Barcelona España. 1992.

Costa Joan, "Imagen global", ed. CEAC, enciclopedia, Barcelona 1987.

Chaim S. Katz, Doris A. Francisco, "Diccionario básico de comunicación", ed. Nueva imagen, 1989.

Chapa H. Sóstenes, "La fundación de la ciudad de Xochimilco", México 1967.

Chavez Norberto, "La imagen corporativa", ed. Gustavo Gili, S.A. Barcelona 1989.

Dondis Andrea, "La sintaxis de la imagen", ed. Gustavo Gili, S.A. México 1976.

ENAP-UNAM, "Plan de estudios y programas de materias", (Diseño gráfico) México, D.F. 1978.

Enciso Jorge, "Design motifs anticient Mexico", New York; Dover, New York 1953.

Fascineto K. Claudia, Armenta O. Miguel "El método del proyecto de identidad gráfica para la delegación Xochimilco", Tesis ENAP-UNAM 1987.

Guiraud Pierre, "La semiología", Siglo veintiuno editores, México 1987.

Galarza Joaquín, "Códices y vivencias", Tava editorial, S. A. México 1992.

Hanner Gossler, "La ciencia celeste de los Aztecas", editorial Posada, S.A. México 1974.

Heyden Doris, "Mitología y simbolismo de la flora en el México prehispánico", UNAM, México 1983.

León Portilla Miguel, "De Teotihuacán a los Aztecas", ed. UNAM, México 1972.

Martí Samuel, "Simbolismo de los colores, deidades, números y rumbos", vol.2 sobretiro de estudios de cultura Nahuatl, México 1960.

Matos Moctezuma Eduardo, "The Aztecs", Barcelona Lunweg, 1989.

Navarrete Apolonio, "Elementos de comunicación visual en el México prehispánico", tesis ENAP - UNAM, México 1985.

Rodríguez Morales Luis, "Para una teoría del diseño", Tilde UAM unidad Azcapotzalco, 1989.

Séjourné Laurette "Pensamiento Náhuatl cifrado por los calendarios" ed. Siglo veintiuno.

Wong Wucius, "Fundamentos del diseño bi y tri dimensional", ed. Gustavo Gili, S.A. Barcelona 1988.

Wong Wucius, "Principios del diseño en color", ed. Gustavo Gili, S.A. Barcelona 1988.