



1999
2000

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS

"Identidad Gráfica del Museo Comunitario de Pañhú."
(localizado en el Valle del Mezquital, Edo. de Hidalgo)

Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciada en Diseño Gráfico

Presenta:

Edith Chávez Lara

Director de Tesis: Mtro. Marco Antonio Albarrán Chávez.



ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLASTICAS
XOCHIMILCO D.F.

284079

México, D.F. 2000



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Agradesco la ayuda de los arqueólogos
del proyecto "El Valle del Mezquital"

Doc. Fernando López Aguilar

Director del proyecto

y

Mtro. Luis Morett Alatorre

Coordinador del proyecto

Por haberme facilitado la mayor parte
del material arqueológico requerido
para este trabajo, etc.

A mi novio por su gran ayuda
y apoyo en todo lo que hago

Sergio Ruiz Berganza

Gracias mi amor.

A mis padres,

Ma. Ricarda Lara Muñoz

José Luis R. Chávez Pérez

Mil gracias por su gran apoyo
durante toda mi vida.

Muchas Gracias a los profesores:

Marco Antonio Albarrán Ch.

Francisco Villaseñor y

Adrián Flores

Por su enorme paciencia y labor
académica
al revisar esta tesis.

Y un agradecimiento muy
especial a mi gran amiga

Georgina Vera C.

Por estar siempre conmigo,
en todo momento.

INDICE

INTRODUCCIÓN:

CAPITULO 1 Antecedentes Generales de la Cultura Otomí

1.1 Antecedentes históricos.....	10
1.2 Descripción de la zona arqueológica Pañhú.....	15
1.2.1 Ubicación y extensión.....	16
1.2.2 Clima y vegetación.....	17
1.2.3 Artesanías y folklore.....	19
1.2.4 Colores otomíes.....	22

CAPITULO 2 Museo

2.1 Definición de museo.....	25
2.2 Función.....	26
2.3 Clasificación.....	27
2.3.1 Museo local.....	29



CAPITULO 3 Metodología de Diseño

3.1 Definición de metodología y método.....	32
3.2 Metodología en el diseño gráfico.....	33
3.3 Metodología de Joan Costa.....	35
3.4 Propuesta del Método de diseño para la resolución de la Imagen Gráfica.....	38

CAPITULO 4 Identidad Gráfica

4.1 Identidad	41
4.1.1 Definición.....	42
4.1.2 Clasificación.....	43
4.1.3 Características.....	43
4.1.4 Objetivos.....	45
4.1.5 Elementos que la conforman.....	46
Símbolo.....	46
Tipografía.....	48
Color.....	53



4.2 Resolución de un problema de diseño gráfico:	
4.2.1 Planteamiento del problema.....	58
4.2.2 Fase de Investigación	59
4.2.2.1 Estudio del Museo.....	59
4.2.3 Fase de Análisis.....	64
4.2.3.1 Extraer y organizar los datos en la fase de investigación.....	64
4.2.3.2 Planteamiento de la hipótesis conceptual.....	64
4.2.3.3 Planteamiento de la hipótesis formal.....	65
4.2.4 Fase de Proyección.....	65
4.2.4.1 Aspecto formal.....	81
4.2.4.2 Aspecto cromático.....	82
4.2.4.3 Tipografía corporativa.....	85
4.2.4.4 Trazo y Construcción de la Identidad.....	86
4.2.4.5 Aspectos normativos de la identidad.....	87
4.2.4.6 Aplicaciones no autorizadas.....	88

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA



INTRODUCCIÓN

Este proyecto surgió a partir de las investigaciones arqueológicas que realizó la Escuela Nacional de Antropología e Historia, representada por el Mtro. Fernando López Aguilar, apoyada por el Instituto Nacional de Antropología e Historia durante 1989 en lo que hoy son los municipios de Tecozautla y Huichapan, ubicados en el estado de Hidalgo, donde se registró un desarrollo regional comprendido entre los Siglos IV y X dC., denominado Desarrollo Regional Xajay, cuyo nombre procede del cerro Xajay que predomina en el área, al parecer estos habitantes fueron antepasados de los Otomies.

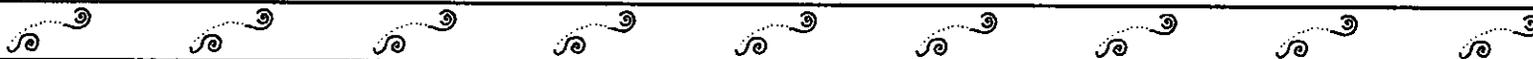
La dispersión de la cerámica Xajay encontrada permitió advertir una distribución muy amplia, lo cual implica varios miles de km², el recorrido de esta superficie sirvió para darse cuenta de la distribución, dimensión, características y del orden jerárquico de los asentamientos.

Se localizaron cinco zonas arqueológicas, que cuentan con sus centros ceremoniales y conjuntos arquitectónicos, construidos en la parte alta de las mesas, los cuales se encontraban rodeados de la población campesina.

Mas tarde en las excavaciones realizadas durante 1991 y 1995, donde además de realizarse estudios arqueológicos, se llevaron a cabo trabajos arqueobotánicos, etnográficos y etnobotánicos, los cuales dieron a conocer las estrategias subsistenciales de aquella época. Al final de estas investigaciones se integró al proyecto el Museo Nacional de Agricultura, representado por el Mtro. Luis Morett Alatorre, para colaborar tanto en arqueología, como en las otras disciplinas.

Los dos maestros han trabajado conjuntamente con la comunidad otomi que aun vive en ésta y otras comunidades cercanas, las cuales siempre han estado al pendiente de los estudios que se siguen realizando.

Después de haber encontrado tan importantes hallazgos surge de la comunidad la idea de construir un museo y apoyados por el INAH, la ENAH, el Museo Nacional de Agricultura, y los municipios de Tecozautla y Huichapan, es aceptada.



Como podemos ver es un proyecto donde ha intervenido mucha gente, principalmente los arqueólogos, botánicos ,etnólogos, etc y para sumarnos a este tipo de proyectos interdisciplinarios, los maestros me invitaron a participar como diseñadora de la Imagen Gráfica puesto que como cualquier museo necesitaba una identidad.

El objetivo de esta tesis es crear una imagen que identifique a la cultura otomi y así poder darse a conocer al resto del mundo. Primero que nada fué necesaria una extensa investigación de la cultura , junto con sus antepasados, sus costumbres, etc.

Para después enfocarnos en su aspecto formal, y así llegar a algunas constantes que nos dieran la pauta a trabajar con elementos perfectamente justificados y de ahí cumplir con el objetivo.

Es un proyecto totalmente real, se a trabajado conjuntamente con los dos maestros, los cuales participaron tanto en la revisión de la investigación, como en el proceso de bocetaje, hasta llegar a la propuesta final.

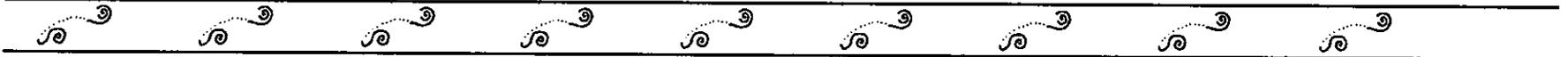
La tesis cuenta con cuatro capítulos:

El primero conformado por la investigación de antecedentes históricos de la cultura otomi, donde se plantea un panorama general de sus costumbres, alimentación, vegetación, su modo de vida, etc.

El segundo capítulo se concentra en la definición de los museo, clasificación y función, hasta llegar al tipo de museo que nos atañe, el museo comunitario.

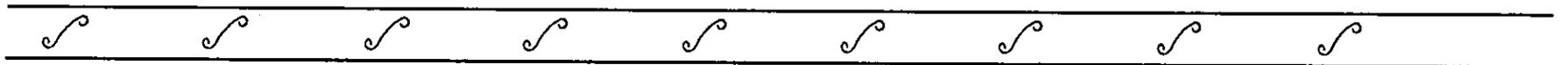
El tercero cuenta con la importancia de una metodología en un proceso de diseño y el método que se utilizó a lo largo del trabajo.

En el cuarto y último capítulo, encontramos siguiendo paso a paso el planteamiento de un problema de diseño, donde de acuerdo a importantes aspectos se hace la selección de las propuestas formales, se llega al proceso de bocetaje, hasta llegar a una propuesta final.



CAPITULO I

Antecedentes Generales



En algunos asentamientos del Valle del Mezquital se han encontrado restos de cerámica tolteca que "muestran características semejantes: se localizan en laderas de pendiente suave, adaptadas para la ocupación por medio de extensas terrazas; se trata de sitios concentrados, mayores a las cinco hectáreas,"³ estas evidencias han hecho suponer a los arqueólogos que se trata de una integración de dos grupos.

Así mismo es presumible que en éstos sitios las ocupaciones hayan sido únicas y de corta duración, pertenecientes al Postclásico temprano (650-950).

Los sitios con cerámica Xajay que se han localizado en el Mezquital son Zidada, Pañhú, El Cerrito, Zethé y Taxangú.

Estos asentamientos configuran un patrón homogéneo que coinciden. Pañhú y el Cerrito, por su cercanía podrían considerarse como partes del mismo asentamiento. Este conjunto de sitios se ubican en las partes altas, de las mesas, cerca de las riberas de la prolongación del Río San Juan-Moctezuma o en algunos de sus afluentes, como el San Francisco ó el Huichapan.

Los sitios Xajay, que se ubican como sitios fortificados y obedeciendo a estrategias defensivas a raíz de conflictos regionales, pueden ser vistos de una manera distinta con base a las consideraciones anteriores. La perspectiva que Luis Morett tiene como uno de los arqueólogos que participan en la investigación del proyecto, es que "la selección de las mesas para la construcción arquitectónica obedeció más a una estrategia de sacralización del espacio, que a un propósito militar y de defensa."⁴ Ese patrón de asentamiento, que parece en la región desde el formativo, permanece y se desarrolla como una tendencia que habrá de alcanzar su máxima expresión durante la fase Xajay, que es al mismo tiempo el período de mayor complejidad social y política al que llegaron las sociedades de aquella región durante la época prehispánica.

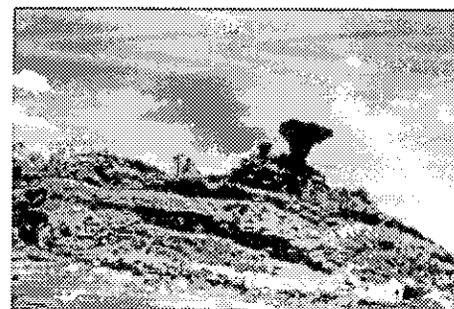
Las "casas campesinas o unidades domésticas se ubicaron asociadas a las terrazas que adecuaron para la actividad agrícola como una estrategia para la retención de humedad y cualificación del suelo, transformando el paisaje."⁵

De acuerdo a las investigaciones, el "material cerámico que ha sido caracterizado como material Xajay ha sido registrado desde asentamientos cercanos a Querétaro en lo que sería el extremo oeste del área de dispersión, hasta el norte de Zumpango el este. Destaca la presencia de estos materiales cerámicos en los

3. Fernando López Aguilar

4. Luis MORETT A.

5. Luis MORETT pp 4.



asentamientos sobre mesetas en torno al Valle de Tula y que proceden del surgimiento de esa ciudad..."⁶

Con estas evidencias arqueológicas disponibles hasta ahora, sugieren que los antiguos habitantes del Pañhú/Huesamenta debieron ser los ancestros otomíes de la actual población indígena de la región.

En su historia religiosa, se habla del anciano Iztanmixcótl y la esposa Liancuey, su último hijo fué llamado Otómitl, de aquí se deduce el origen de los otomíes.

" El vocablo Otómitl, que es el nombre de los otomíes, tomándolo de su caudillo, el cual se llama Otón, y así sus hijos y sus descendientes y vastagos, todos se llamaron otomiles y cada uno se decía otómitl, y en este lugar tenía su vigilancia y su república."⁷

La comunidad otomi adoraba a dos dioses importantes, uno era Otonteuctli (señor de los otomíes), dios del fuego y de los muertos: "El dios más importante y más característico de los otomianos es Otonteuctli, dios y primer caudillo de los otomíes."⁸ Después surgió Yocippa que le celebraban en grande, comiendo y durmiendo en el campo durante cuatro días, a los cuales les llamaban totopaina y yocippa totoca, después apareció otro llamado Atetein para el cual oraban y hacían penitencias en las alturas de las sierras.

Veneraban dioses aztecas, aunque tenían los propios entre ellos el Padre Viejo y la Madre Vieja, de los cuales procedían todos los humanos. "La diosa mexicana a la cual pensamos que se identifica la Madre Vieja es, a la vez diosa de la tierra, diosa de la luna. Si la identificación propuesta es correcta debemos encontrar el culto a la luna entre los otomíes. Según la Histoyre du Meahique, la luna era la deidad principal de los otomíes." ⁹ Creían en la inmortalidad del alma por lo que cuando alguien fallecía, lo enterraban con todas sus penitencias. También "reverenciaban en gran manera un ídolo de piedra de la figura de hombre al cual llamaban *Eday*, que quiere decir dios los vientos, el cual creía que había creado del universo. Tenía dos bocas una encima de la otra."¹⁰

En los autosacrificios la gente acostumbraba purificarse extrayendo sangre de las orejas, brazos y piernas. En cada pueblo eran diferentes las penitencias y para tal efecto construían unas casas apartadas del pueblo, utilizadas solo por los varones, ya que las mujeres hacían penitencia en su casa.

6. Idem.

7. Fray Bernardino Sahagun

8. Idem.

9. Pedro Carrasco pp 137.

10. Relación de Querétaro pp 34.



Existía otro tipo de sacrificios; cuando había guerras, destazaban a los prisioneros y los intercambiaban en los mercados por chile, maíz, o alguna otra cosa que necesitaran, era algo muy cotizado.

Acostumbraban casarse muy jóvenes, los matrimonios eran a voluntad de los padres, se pedía a la muchacha y ellos decidían donde vivirían, se organizaba una gran fiesta, y al término de ésta, se entregaba a la esposa.

La gente del pueblo solo podía tener una esposa, y los señores principales hasta cuatro o cinco. Si el hombre no le cumplía diez veces a la mujer se molestaba y se apartaban, su divorcio era recoger sus penitencias del esposo y correrlo. Y si era al revés, si era la mujer delgada y no aguantaba, se molestaba el hombre.- "Si cuando dormía el hombre con la mujer no tenía cuenta con ella diez veces, descontentábase la mujer y apartábase el uno del otro; y si la mujer era flaca para sufrir hasta ocho o diez veces, también se descontentaba de ella y la dejaba en breve".¹¹

11. Ibid. pp 126.

12. David Wright pp. 172

"En la lujuria son muy cálidos, así mujeres como hombres, dándose las mujeres muy fácilmente. Son amiguísimas de negros y mulatos y de los de su generación y cuando alguno de éstos le pide su cuerpo responden (tu lo sabes). Son enemigas de los españoles. Es generación que multiplica mucho y benignamente se cree ser muy pocas o ningunas las mujeres que llegan entre ellas al tálamo, porque de menos que diez años se ejercitan en este vicio..."¹²

En la cultura otomí había gente conocida a los que llamaban Calpixque, los que mandaban a los demás, otros eran los Otontlamacazque y el sacerdote supremo llamado Teculato. A los adivinos se les conocía como Tlaciuhque que significa allegados y semejantes a dios a los cuales les preguntaban cuando debían ir a las batallas y cual sería el resultado, si sería un buen año en cuanto a lluvias, si habría hambre, enfermedad o decesos y si acertaban en sus predicciones; los adoraban como dioses, eran muy conocidos, los venían a ver desde lugares lejanos.

A los demás sacerdotes se les llamaba Tlamacazque los cuales educaban a los muchachos y les enseñaban la doctrina. Estos jóvenes sufrían la penitencia por todos los demás, se autosacrificaban encajándose las espinas de los magueyes en los labios, orejas, muslos o sangrándose los brazos, antebrazos, piernas, lengua y pene, ésta sangre era ofrecida a los dioses como alimento divino; se rapaban la cabeza, solo dejándose unos cuantos cabellos en la parte superior. En los orificios de los labios se

ponían un adorno, llamado 'bezote' que dependiendo de la importancia de la persona era el material del adorno, podían ser de esmeralda, caracol, oro y cobre, eran los materiales caros, y el resto de personas usaban piedra, cristal y obsidiana. Acostumbraban usar orejeras, las que usaban también con jerarquía.

"Los hombres de edad traían el cerebro atusado, como a sobre peine, hasta la media cabeza, y el resto lo dejaban con cabellos largos, y los llamaban Piocheque."¹³

Las niñas se rapaban la cabeza, y al llegar a la adolescencia se dejaban crecer el cabello pero no lo podían tocar, solo las mujeres que tenían hijos se podían tocar el cabello. Se pintaban los senos y brazos con algún adorno, dándole color azul y cortando la piel con una navajuela, por galanía, llenaban sus piernas, pies y brazos con plumas rojas, en la cara se afeitaban con tecozáhuil, que era un befún amarillo y sobre el cual se pintaban, coloreaban sus dientes de negro.

13. Op. cit. Raúl Guerrero G.

Era considerada una cultura muy floja y se decía que preferían la recolección de animales y plantas que la cosecha. Pero cuando se recogían dichas cosechas organizaban grandes banquetes e invitaban a los demás, aprovechando su abundancia, aunque el resto del año solo vivieran de lo que la naturaleza les brindaba. Lo que si ha sido muy constante es el cuidado de los magueyes para extraer el agua miel y de ahí sacar el pulque, con el que se emborrachaban. El dios del pulque era Ometochtli representado con un conejo y su mujer llamada Mayahuel.

Su gobierno estaba formado por un cacique o principal, donde duraba cuatro años su mandato.

- Al primer año, lo llamaban conejo
- al segundo caña
- al tercero pedernal
- y al cuarto casa.

No consideraban buenos años al de caña ni el pedernal, así que recurrían al campo en esos años.

Después del cacique seguían los pequeños caciques que tenían a su servicio a 20 o 25 hombres, que se dedicaban a cobrar los tributos y hacer justicia, a los ladrones los azotaban, a los violadores los ataban y los mataban a pedradas, pero a los homicidas no se les castigaba.

1.2 Descripción de la Zona Pañhú.

El *Pañhú* se localiza en terrenos ejidales de La Mesilla y comprenden una extensión ligeramente menor a las 4 hectáreas. Esta dentro del Municipio de Tecozautla, en el extremo poniente del Estado de Hidalgo, que pertenece al Valle del Mezquital. Al sitio se puede llegar indistintamente desde Tecozautla o desde Huichapan, cabecera distrital y municipal contigua. Desde ambas ciudades la distancia es semejante, aproximadamente 20 km., de los cuales los primeros 12 corresponden a carreteras estatales y el resto son terracerías o empedrados vecinales. Los trabajos de superficie han permitido diferenciar y delimitar el área de estructuras, de las del asentamiento rural. Por acuerdo de la Asamblea Ejidal, ha quedado un área restringida totalmente al tránsito de personas, con el cierre de veredas al Pañhú y a Bomaxothá, comunidades vecinas.

Esta área ha quedado vetada para la tala, pastoreo y actividades agrícolas o cualquier otra que pueda afectar la preservación de los depósitos arqueológicos.

Las medidas de preservación y vigilancia que han asumido el Ejido de La Mesilla, a través de acuerdos de asamblea Ejidal y que en su contexto prácticamente tienen efecto de ley, demuestran el interés e incuestionable disposición del Ejido por conservar el patrimonio cultural y expresan así mismo su apoyo a los trabajos arqueológicos en el sitio.

La Comunidad de La Mesilla la forman aproximadamente 800 habitantes de origen otomí, aunque las generaciones jóvenes no hablan ya el hñahñú, sus tradiciones y formas de organización deben mucho todavía a las viejas costumbres étnico culturales, muchas de las cuales están ligeramente más vinculadas con la población otomí de Querétaro, que con la de Ixmiquilpan, en el centro del Valle del Mezquital.

La economía tiene su base en la actividad temporalera de una agricultura subsistencial de maíz y frijol, generalmente insuficiente, soporte alimenticio que complementan de manera sustantiva con los productos de la recolección y la caza. Las actividades de ganadería y venta de fuerza de trabajo que se insertan en el estrecho mercado regional, se conciben sólo como refuerzo a la economía en situaciones en las que es inevitable acudir al mercado para adquirir algunos productos y sólo cuando no es posible resolverlo a través del trueque directo.



Este proyecto de servicio ha sido concebido desde un principio como una respuesta interdisciplinaria a la realidad social que vive la Comunidad de la Mesilla, en donde en primer término se busca incidir en la actividad productiva, bajo formas de producción y organización colectivas autogestivas y extramercantiles, con el objetivo básico de que estas acciones impacten en los niveles de consumo doméstico y se fortalezcan los vínculos de organización y tradiciones culturales comunitarios.

1.2.1 Ubicación y extensión

El estado de Hidalgo se divide en 5 regiones.

- a) La sierra: parte de la sierra Madre Oriental, que colinda al norte con el estado de San Luis, al oeste con Querétaro y al sureste con Veracruz y Puebla.
- b) La Huasteca: limitada al norte con San Luis y al oriente con Veracruz.
- c) La región de los llanos de Apan.
- d) El valle de Tulancingo.
- e) El valle del Mezquital.

Existen diferencias ecológicas entre una región y otra, por el relieve y clima de cada zona. En el valle del Mezquital, que es el que nos atañe, como lo podemos ver en su nombre lleva implícito el vegetal que abunda en la región, es un lugar muy árido, con una gran erosión de tierra que ha producido grandes barrancas, que se localizan en la parte occidental del estado de Hidalgo.

El valle del Mezquital colinda al norte con los llanos de Apan y de sur a norte llega a la serranía de Pachuca. Sus límites son: Al norte y noreste por los cerros de Juárez; la Muñeca, el Santuario y Picacho, por el este con la sierra Madre oriental, el cerro de Cuxmayé, el cerro de Hundri. Por el sur, los montes de la Sierra de Tolcayoca y el macizo montañoso de Telepango-Ajacuba, al sureste, los cerros La Joya-Tula-Copal; por el noreste, el río Moctezuma que indica los límites de Hidalgo y Querétaro.

Se dividen en 3 distritos el 1o. el Distrito Político de Actopan el 2o. el distrito político de Itmiquilpan que lo forman.

- a) Itmiquilpan
- b) Alfajayucan
- c) Cardonal
- d) Chilcuauhtla

y el 3o. que es el distrito político de Tula.



El valle del Mezquital esta formado por 29 municipios que son: Actopan, Alfajayucan, El Arenal, Cardonal, Chapantongo, Chilcuautla, Huichapan, Ixmiquilpan, Nicolás Flores, Nopala, Santiago de Anaya, Tasquillo, Tecozautla y Zimapán en la región árida. Ajacuba, Atitalaquia, Atotonilco Tula, Francisco I. Madero, Mixquiahuala, San Agustín Tlaxiaca, San Salvador, Tepeji del Rio, Tepetitlán, Tetepango, Tezontepec, Tlaxcoapan y Tula en la región irrigada.

En este extenso territorio encontramos el cerro de San Clemente, del Mineral, la Muñeca, el cerro de Juárez, las tierras de Tula están en los cerros de la Malinche y el Tesoro.

Se dice que Ixmiquilpan esta asentado sobre el fondo de un antiguo lago, que las aguas abrieron formando un canal de más de 200 varas de altura vertical. Esta información no deja de formar parte de leyendas populares, puede ser cierto ya que llegaron a encontrar partículas de conchas de animales acuáticos y restos de vasijas de barro, además en las colinas se dejan ver diferentes niveles, como si el nivel del agua hubiese descendido poco a poco, también se encuentran grandes huecos en las colinas como agujeros de panal llamados en otomi "Tsefi" que significa panal, los cuales se han hecho por la porosidad de la tierra.

14. Lauro González Quintero, p 16.

1.2.2 Clima y vegetación

El Rio Tula atraviesa de sur a norte el Valle del Mezquital, que viene del estado de México. "Un caso especial es la vegetación a lo largo del cañon del Rio Tula, donde se presentan árboles de hasta 12 m de altura, entre los que destaca por su tamaño y presencia el ahuehuete, asociado mezquite y matorral ...y otras especies,"¹⁴ como afluente encontramos el río de San Juan.

El valle de Tula, Mixquihuala y Actopan se riegan con agua proveniente del D.F., aguas negras que después de llegar a una presa, se distribuyen por el Sistema de riego número 3, que es el más importante de Hidalgo.

El Valle del Mezquital es considerado un lugar semidesértico, con pocas hierbas y cactáceas, pero es posible encontrar balnearios con aguas termales y sulfurosas, con diferentes temperaturas y rodeados de plantas frutales, propias de un clima subtropical, estos balnearios los podemos encontrar en: Ajacuba, en tierras de Huichapan y Tecozautla.

En cuanto agricultura se trata, la mayoría son tierras de temporal, solo algunas personas tienen la posibilidad de pagar la tubería para conectarse al desagüe y con éste regar sus tierras, dejando atrás las técnicas rudimentarias. La irrigación es un problema para los terrenos de Itzmiquilpan, puesto que son los más arcillosos; las escasas lluvias no son suficientes y ocasionan pérdidas a los campesinos y por la altitud de las tierras, solo se podría regar con bombeo, pero tiene un alto costo.

En el Valle del Mezquital encontramos una altitud de 2,500 m sobre el nivel del mar, con una temperatura media en verano de 18 grados centígrados y en el invierno de 13 grados centígrados, un clima muy seco y 350 mm de precipitación pluvial, lo que ocasiona que las siembras se pierdan.

Se registra apenas de 250 a 350 mm de precipitación anual, por ser poco húmedo provoca que aumente la temperatura, aunque es un clima soportable.

"El clima en la época prehispánica era en toda la región templado-seco, un poco más subtropical; hacia la zona de Itzmiquilpan y templado frío hacia la zona de Hueyoxtlá-Tezontepec"¹⁵

En las zonas de riego cultivan calabaza, haba, diferentes tipos de frijol, maíz criollo en pocas cantidades, chile ancho, serrano, jitomate y frutas como la sandía, melón, durazno, aguacate, uva, granada, papaya y mango.

La flora silvestre, que es tan importante en esta cultura, encontramos diferentes clases de maguey; la lechuguilla, nopales, órganos, garambullo, el cardón, biznaga y en temporada de lluvias, los quelites y verdolagas. Es importante mencionar algunos de los usos que le daban a las plantas silvestres como:

La flor del maguey para comerla en diferentes guisos, el corazón lo comen como dulce; el agua miel de la cual se saca el pulque dejándola fermentar, contiene levaduras y microorganismos que utilizan para hacer pan." Algunos autores han dicho que los otomíes fueron los que descubrieron del pulque, lo cual no puede asegurarse, puesto que esta bebida se conoce desde la antigüedad en varios lugares del país. Pero lo que sí puede acercarse es que en la actualidad, gran parte de la economía del otomí de la zona

15. Manuel Arellano Z. pp 51.

árida, depende del maguey y particularmente del pulque..."¹⁶

Las pencas tiernas las usan para alimentar al ganado, como material de construcción, como vasijas para beber el pulque, cuyo nombre es "xoma" y para colocar la carne de la barbacoa; la piel de dichas pencas, en la época prehispánica, fué usada para códices y actualmente para los mixiotes o como gasa para cubrir alguna herida, se le atribuyen dotes medicinales para prevenir la poliomeilitis y cáncer.

En las pencas del mismo maguey la cigarra desova, después de haber hecho la herida en la penca, donde introduce sus huevecillos ya fecundados, las cuales después de orugas, se convierten en los famosos gusanos blancos de maguey, que dentro del arte culinario se encuentra muy cotizado. Encontramos en el tronco el gusano rojo llamado chinicuil, que se come tostado, crudo o en salsa.

En la fauna doméstica, podemos ver ganado vacuno, ovino, porcino, caprino, caballar, asnal, aves de corral, perros, gatos; y en la silvestre ardillas, armadillos, conejos, liebres, coyotes, murciélagos, onzas, rata de campo, tejón, tuzas, tlacuaches, zorrillos y zorras. De las aves existe gran variedad. Además reptiles como víboras de cascabel, la casera llamada "chincuate", camaleones y lagartijas.

En cuanto a minerales, existen importantes yacimientos de mármol, arena, grava, pizarra, piedra caliza, arcilla para alfarería, tepetate y cantera. También cuentan con pequeñas betas de plata, oro, mercurio, plomo y zinc. La mayoría de estos materiales son explotados en pequeñas cantidades.

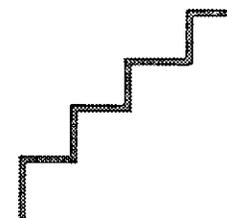
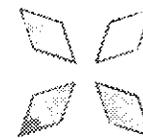
1.2.3 Artesanías y folklóre

Artesanías

Específicamente en el estado de Hidalgo existen dos importantes símbolos en la artesanía encontrada en Meztlán, en " la decoración negra sobre barro blanco hay un dibujo consistente en línea ondulada pequeña o mediana, con forma de S itálica el cuál probablemente significa la constelación del Xinicuilli ." ¹⁷ Este símbolo se sigue utilizando en artesanías, bordados, tejidos para blusas, servilletas, bolsas, ceñidores, costales, rebosos, etc. A pesar de no saber exactamente lo que significa, es una tradición oral transmitida de generación en generación. El otro símbolo es el que

16. Raúl Guerrero G., pp 215.

17. Idem. pp 326.



a veces se ve como flor y otras como estrella de 6 u 8 puntas, se dice que parece una flor de granada. Es frecuente ver la misma flor estilizada, formada por cuatro romboides como pétalos de flor y en el extremo inferior aparece una rama con hojas que se conecta con otra flor.

Encontramos en el *doble bule de agua*, que es el agua que fecunda los campos; la evolución de la *flor de totó*, símbolo del maíz; *el eslabón*, representación del fuego, el *zig-zag* que parecen relámpagos o grecas, significan las guías de calabaza que a pesar de ser símbolos huicholes, los encontramos en bordados y tejidos otomíes, pero con forma más o menos estilizadas. En menor importancia vemos rosas, animalitos como: perros, pájaros, un águila con las alas extendidas devorando una serpiente o un venado.

Cestería

Los indígenas casi no utilizaban cestos, por lo general transportaban sus cosas en ayates, los objetos que provienen de cestería solo son sombreros, esteras y cestos. Se sirven de cañas aplastadas y partidas. La forma de esteras son cuadradas o rectangulares, y los cestos redondos solo con una asa. Este tipo de material no permite gran finura de trabajo. Y no se considera un trabajo original de la región, se dice que es copia de los europeos. Pero el que sí es considerado de la región, es la cestería enrollada o en espiral que utilizan para los sombreros. Aunque el uso del sombrero es poscortesiano, los otomíes tienen una forma muy particular de hacerlo.

Particularmente en barrios de Itzmiquilpan y Tasquillo se dedican a la cestería y en especial en Tecozautla donde podemos encontrar unas bellas canastas.

Los materiales son varas silvestres delgadas, cortadas y remojadas para que adquieran flexibilidad, carrizos cortados a los largo para obtener partes más delgadas, con las que hacen canastas y jaulas; con la palma real confeccionan canastas petaquitas, fruteros y muchos otros objetos. Para las canastas de vara, el material lo buscan en el río por tratarse de plantas semiacuáticas, como son las ramas de sauce o jarilla. Primero se hace la base ya sea circular u ovalada, después las paredes y para finalizar el asa, sencilla o doble, algunas llevan doble fondo para mayor seguridad.

Las varas de carrizo delgadas además de confeccionar canastas, también sirven para hacer diferentes tamaños y formas de jaulas, la más sencilla es de una caja con agarradera, otras tienen forma de iglesia o con una terminación del techo en forma de cúpula semiesférica.



La cestería de palma real, se extrae del maguey, que se conoce como cinta de ixtle para darle forma a la canasta o a cualquier otra pieza. De aquí también se sacan hojas anchas para tejer sopladores, para avivar el fuego del carbón, con un mango tejido.

" La artesanía de los sombreros de palma, es muy típica de algunos barrios de Alfajayucan. (Taxié, Naxtey, Nexní, San Lucas..."¹⁸ aunque a bajado la producción porque los habitantes prefieren el sombrero hecho a máquina, traído de Tehuacan con la forma del sombrero "tejano" y "morrongo".

La mayoría de los artesanos van por su material al campo, lo tejen y cuando ya tienen suficientes piezas, bajan a venderlos al mercado, es un trabajo realizado solo por los hombres.

Las mujeres elaboran piezas de juguetería en palma, sonajas con forma de pájaros, que pintan con anilinas. En cuanto al resto de la cestería, tienen la opción de ponerle color aunque no siempre lo hacen.

Textilería

Se usan dos tipos de fibras; las blandas como la lana y el algodón y las duras como el ixtle de maguey, fibras de lechuguilla, las hojas de palma, éstas últimas para costales, bolsas, ceñidores, quechquémitl que son prendas tejidas de color blanco con una pequeña manga por donde se guarda el brazo izquierdo y se cubren la cabeza con el resto, como tipo rebozo. Para esta labor utilizan como agujas naturales, las púas del maguey.

Elaboran sus tejidos en telares de pedales o el telar de cintura, éste se cuelga de un palo y se sientan en el suelo sobre un petate, en las orillas de sus labores tejen la flor de totó.

" El arte textil constituye una de las manifestaciones concretas y visuales de un sistema simbólico que permite al otomí identificarse frente a otros grupos".¹⁹

" Los colores que el otomí usa preferentemente en el tejido de sus quechquememes son el negro, café y azul oscuro, en tanto que para decorar sus prendas utiliza colores cálidos como el magenta, rojo y amarillo". ²⁰

18. Ibid. pp 201.

19. (Morales Salas 1988:10)

Op. cit Fernando López A.
Tesis de Doctorado pp 23

20. Ibid. pp 27.



Cerámica

Se utilizan tres tipos de objetos, plato circular con borde a la orilla, jarro panzón con asa y pico, (que lo utilizan para beber pulque o agua), la jarra cilíndrica, con cuello redondo y tres asas. Este solo lo utilizan las mujeres para trasladar agua o algún otro líquido; entre las patas pasan un cordón a la altura del pecho. En el mercado de Hidalgo, venden unos incensarios que contienen en una copa con tres pies largos y curvos. Esto es importante ya que es el objeto más aztequizado que data desde antes de la conquista.

La cerámica de barro cocido de origen otomí; es barro rojizo, muy delgado, mal cocido, con mal acabado, cubierto con un barniz para hacerlo impermeable, bajo el cual se dejan ver motivos a línea, geométricos, florales o zoomorfos, en su mayoría pájaros.

21. Beatriz, Olver V. pp27

22. Jacques Galinier, pp. 518.

1.2.4 Simbolismo de los colores otomíes.

"El color es una experiencia individual que actúa sobre los sentidos y las emociones; es un concepto abstracto que no puede explicarse fácilmente pero que siempre está presente... El mundo del color parece ineludible, pero la elección del mismo responde a valores y tradiciones de la propia cultura." 21

ROJO- es el color más cargado de símbolos. "El rojo es el color no solamente del sacrificio, sino sobre todo de la huella más evidente de éste en términos otomíes: la sangre menstrual..." "El rojo es el color de la mujer y connota su propio deseo." 22

AMARILLO- el amarillo se refiere a la riqueza, especialmente al oro; y como signo de la muerte.

VERDE- es el color de la vegetación exuberante, amor y humedad; que relacionan con la humedad vaginal, para ellos el término piel húmeda, indica desnudez y se relaciona con los rituales prehispánicos.

ANARANJADO- se relaciona principalmente con la flor de muerto o cempazuchil.

MORADO- es el color de la fertilidad, se encuentra entre el rojo y el negro, tienen las propiedades de ambos. Y se relaciona con los muertos.

NEGRO- se relaciona con el diablo, "bajo su encarnación vaginal y constante... color de la mujer y del compadre su amante... Connota la sensualidad y la actividad sexual nocturna. *Entrar en lo negro* significa hacer el amor." 23 También representa a la brujería.

BLANCO- evoca la pureza, la energía de la persona, la divinidad solar, honestidad y confianza. "El simbolismo del maguey acude a la mente: mediante de desollamiento, mediante la castración del corazón del maguey, se hace aparecer la savia, de color blanco." 24

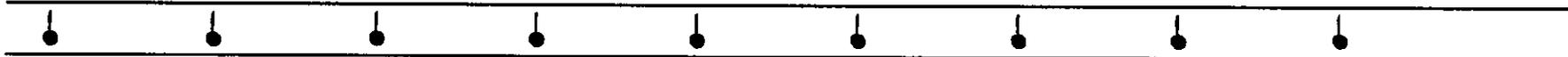
23. Ibid. pp. 520.

24. Ibid. pp 517.



CAPITULO 2

Museo



2.1 Definición del museo

A lo largo de la historia, el hombre ha coleccionado objetos, con diversos fines, éste constituye el concepto inicial de museo, que junto a la necesidad de posesión y preservación de su cultura, lleva a cabo la creación de espacios para estos fines.

Existen muy diversos enfoques de instituciones y personas, para definir los museos, ya que abarcan diferentes géneros y cada uno tiene características muy específicas.

Museo proviene de la palabra latina "museum", la cual en griego significa Museidon. Así le llamaban al lugar dedicado a las musas, encargadas de defender la cultura, en la que están las ciencias y las artes.

El Diccionario de la Real Academia de la Lengua define al museo como el "edificio o lugar destinado para el estudio de las ciencias humanas y artes liberales".²⁵

La Organización Internacional de Museos (ICOM), en 1947, "reconoce la cualidad de museo a toda institución permanente que conserva y presenta colecciones de objetos de carácter cultural o científico con fines de estudio, educación y deleite". En 1974, afirma que el museo es una "institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad que adquiere, comunica y presenta con fines de estudio, educación y deleite, testimonios materiales del hombre y su medio".²⁶

Más tarde incluye a los institutos que se dedican a la conservación y galerías que dependen de las bibliotecas. A los sitios y monumentos arqueológicos e históricos con características de museos. Y a las Instituciones que exhiben seres vivos, como acuarios, zoológicos, ciceros y jardines botánicos, etc.

The American Association of Museums define al museo como: "Una institución organizada y permanente sin ganancias, esencialmente con propósitos educacionales o estéticos, con personal profesional, la cual posee o utiliza objetos tangibles, los cuida y exhibe al público con horario regular."²⁷

25. ICOM (Organización Internacional de Museos)

26. Ibidem.

27. Graciela Schmilchuk

2.2 Función

Todos los museos tienen las mismas funciones y objetivos, no importando la temática de cada uno. Existen cinco funciones importantes que debe cumplir un museo, como son recolectar, conservar, investigar, exponer y difundir.

Las dos últimas son las más importantes ya que son la consecuencia de un trabajo de investigación, planeación y montaje, presentados al público promoviendo la educación y la información. Requieren de un proyecto museográfico, que consta de un guión, equipo de diseño de elementos gráficos y equipo de montaje; para que estas funciones se realicen.

Aunque algunos autores opinan que los museos ejercen una función hegemónica, que es la imposición de valores culturales de un grupo social al resto de la sociedad, lo cual impide la libre difusión de información con finalidad de educar. El museo se vuelve un centro de consolidación de la cultura oficial, en una institución útil al pueblo.

En la mayoría de los casos, los museos han sido creados con el propósito de exhibir obras de arte u objetos los cuales han formado parte de la vida cotidiana del ser humano a través del tiempo y así darlos a conocer a la comunidad, saciando sus necesidades informativas, educativas ideológicas y culturales. Cuentan con personal capacitado para instruir al público, algunos en cada sala y otros con grupos de visitas guiadas.

Por otro lado, los sociólogos franceses, Pierre Bordieu y Alan Darbel opinan que la verdadera función de los museos es la de fortalecer en algunas personas el sentimiento de pertenencia o de exclusión.

2.3 Clasificación

I. Museo Nacional

Museo que en sus colecciones de carácter antropológico o histórico, dentro de la especialidad que le corresponda, es representativo de la totalidad nacional.

II. Museo Regional

Museo que en sus colecciones de carácter antropológico o histórico es representativo de una porción de territorio, aceptada o definida como "región", por razones antropológicas e históricas.

a) Museo Regional (Cabecera de Centro de Antropología)

Todo aquel museo que coincida con la sede de un Centro Regional del Instituto Nacional de Antropología e Historia, en el que las colecciones son representativas de los trabajos de investigación antropológica e histórica del mismo, dentro de la porción de territorio nacional que ha sido aceptada o definida como "región", por razones antropológicas, históricas o administrativas.

b) Museo Regional de Etnografía

Todo aquel museo cuyas colecciones corresponden a material producto de investigaciones científicas, producido por grupos étnicos contemporáneos, representativos de una porción de territorio aceptada y definida como "región" por características étnicas.

c) Museo Regional de Arte y Artesanías Populares

Todo aquel museo cuyas colecciones corresponden a material artesanal, histórico o contemporáneo, siendo representativo de una porción de territorio aceptada o definida como región por características étnicas.

d) Museo Regional de Historia

Museo cuyas colecciones corresponden a material producto de investigaciones científicas, originado a partir del momento del contacto de las culturas aborígenes con la cultura occidental, siendo dichas colecciones representativas de una porción de territorio, aceptada y definida como "región" por razones históricas.

III. Museo de Sitio

Todo aquel museo instalado en un lugar de interés arqueológico o histórico, en donde se presentan colecciones para ilustrar el sitio mismo en los aspectos antropológicos e históricos.

IV. Museo Local

Todo aquel museo cuyas colecciones corresponden a material arqueológico, histórico o de otra índole, relacionado a un perímetro rural delimitado o ámbito urbano, determinados por razones antropológicas e históricas.

V. Museo de Proceder

Todo aquel museo dedicado a un personaje histórico, conteniendo colecciones relacionadas con el, representativas e ilustrativas de su vida y de sus hechos sobresalientes en la proyección social, cultural o política que tuvo como personalidad.

VI. Museo Monumento

Todo aquel edificio o complejo de edificios, que por sí mismos constituyen objeto de exhibición, a través de sus diferentes elementos monumentales o arquitectónicos, pudiendo o no, contar con colecciones adicionales relacionadas con el.

VII. Museo Metropolitano

Museo dentro del área metropolitana de la Ciudad de México, que no teniendo carácter nacional, pueden ubicarse dentro de las categorías anotadas en los números III, IV, V y VI.

Nota: Esta clasificación es "tentativa" y basada únicamente de acuerdo a criterios administrativos del INAH.
Hecha por el Mtro. Felipe Lacouture.

Como nos podemos dar cuenta, de acuerdo a la clasificación anterior se asignará una definición específica, dependiendo del tipo de material de exposición en cada museo.

Tomando en cuenta las características de Pañhu/huesamenta, lo encontramos clasificado como:

2.3.1 Museo local

Ya que el material que se expondrá corresponde a material arqueológico relacionado a un perímetro determinado, en el cual se encuentran cinco zonas arqueológicas que se le atribuyen a la misma cultura. Pañhú, Zidada, El Cerrito, Zethé y Taxangú.

Es importante mencionar que nos encontramos con el calificativo de comunitario, el cual dependerá de la gente que participa en la construcción, y en un futuro en la administración y mantenimiento.

2.3.1.1 Museo Comunitario

El museo comunitario al igual que otros museos, realiza su investigación, reúne objetos con la finalidad de difundir el patrimonio cultural de la comunidad. Cuenta con características que lo diferencian de los demás.

La principal es, que la idea del museo surge de la comunidad, ya sea vecinos o las autoridades municipales interesados en resguardar y valorar su patrimonio.

Este museo responde a las necesidades de la comunidad, una de ellas es la identificación, la cual se lleva a cabo por medio de imágenes que representan a la comunidad, estos se retoman y se aplican en los gráficos que formaran parte del museo.

Otra necesidad importante, surge al analizar la historia de la región e intentar valorar sus tradiciones. La comunidad decide su camino y su proyección a la sociedad.

La participación comunitaria es una de sus principales características y de ahí su nombre. En reuniones de barrios o de agrupaciones se discute el material que se expondrá, incluso se abre una convocatoria, exhortando a la comunidad a donar objetos para reunir las colecciones. Puede existir asesoría y colaboración de especialistas externos, que trabajan junto con los vecinos en el proyecto.

Los vecinos a veces contribuyen donando el local y ayudando con su mano de obra. Se organizan grupos de trabajo.

La administración y dirección es llevada por una instancia organizada por la comunidad. Si se requiere de algún grupo de especialistas, trabajarán en colaboración con esta. El origen de la instancia puede variar, "Puede ser un comité nombrado por la asamblea general de vecinos del pueblo. Puede ser una asociación general de vecinos del pueblo. puede ser una asociación civil constituida por las personas que iniciaron el proyecto".²⁸

El punto importante de esta, es que coordina la colaboración de toda la comunidad. Otra característica importante, es que para la construcción y manutención del museo se utilizan los materiales de construcción que existen en la comunidad, y en las exposiciones podemos encontrar materiales como madera, palma, etc; propios del lugar. Instituciones de financiamiento externo, como el INAH complementan el donativo del pueblo.

Una vez abierto el museo se vale de diferentes medios para mantenerse, como sus propias entradas, puede solicitar donaciones, vender recuerdos, organizar eventos y kermeses. Además de relacionarse con diferentes programas e instituciones para darse a conocer.

Cuando estas acciones comunitarias alcanzan resultados favorables, se fortalece la estructura organizativa y mas tarde pueden resolver otras necesidades, como: "Apoyo a grupos de artesanos para recuperar conocimientos tradicionales y abrir nuevos mercados".²⁹ Servicios para la comunidad, escuelas y a la vez promover proyectos de turismo para un mejor aprovechamiento cultural.

28.C. Camarena, T. Morales, C. Valeriano, pag.10

29. Ibid. pag 11

CAPITULO 3

Proceso de Diseño



3.1 Definición de metodología y método

Metodología- de acuerdo con sus raíces griegas, meta significa *(a lo largo)* o *dos*, *(camino)* y logos *(tratado)*," ir a lo largo de un buen camino." En el diseño gráfico, ir por un buen camino, se refiere a seguir una metodología para llegar a la mejor solución del problema.

La metodología de diseño es básica en la formación de profesionales, ya que guía el proceso intelectual y práctico de los individuos; evaluando y analizando, busca resultados funcionales a través de la abstracción que den respuesta a la experiencia formativa del diseñador.

En general es aplicable a cualquier ciencia por lo que varía dependiendo del problema y momento histórico. Cada ciencia tiene su propia metodología tomando en cuenta sus necesidades, objetivos y las técnicas apropiadas. De esta forma recurrimos al método, que es el camino que nos conduce al conocimiento.

Método es el procedimiento razonado y sistematizado para alcanzar resultados eficaces. Todo seguimiento funciona bajo tres lineamientos importantes que son:

- a) Fase de Organización
- b) Fase de Elaboración
- c) Fase de Investigación Creativa
- d) Fase de Realización

En el proceso científico, los conceptos teóricos finalmente se transforman en herramientas útiles al proceso.

La diferencia entre metodología y método, es que éste último no posee ningún sentido abstracto sino que se expresa mediante un lenguaje que aplica, con la finalidad de obtener conclusiones y cumplir sus objetivos.



3.2 Metodología en el diseño gráfico

En general se considera al diseño gráfico como una disciplina mas relacionada con las artes que con la ciencia.

Andre Ricard, diseñador industrial, nos define el diseño de acuerdo a su etimología: "El término ingles design, es mas adecuado y explícito que el termino diseño para describir su verdadero significado. El verbo to design además de dibujar, trazar, cuya equivalencia en castellano es diseñar; el sustantivo design significa a la vez dibujo y también designio, intención, fin".³⁰

Joan Costa, profesor de diseño nos dice que en general se considera al diseñar como dibujo, esbozos o bocetos, o los objetos caracterizados por cierto componente estético. Pero un dibujo no es un diseño sino un dibujo, así como una silla no es diseño sino una silla."³¹

El diseño no es solo una actividad intuitiva e irracional, pero tampoco una ciencia objetiva y totalmente racional. El saber equilibrar estos dos aspectos es lo que nos llevaría a la metodología del diseño y a los métodos que de ésta se deriven.

El factor estético es la diferencia del diseño con otras disciplinas puesto que hace imposible el querer implantar un método sistematizado con sus rígidas e invariables.

En el proceso de diseño encontramos tres etapas relacionadas que lo hacen diferente a otras disciplinas.

1. Momento Creativo

Es la parte principal del proceso, la cual se desarrolla en la mente del diseñador, como respuesta a su creatividad en la que intervienen vivencias y experiencias. En esta etapa creativa su proceso es inseguro e irracional y por lo mismo difícil de controlar.

Es imposible poder establecer un método que sistematice fases creativas. La creatividad es algo innato del hombre por consecuencia, es lo que hace la diferencia entre diseño y otras carreras.

30. Ricard André, El diseño ¿Porqué? Colección Punto y línea, Ed. G.Gili; pag 168.

31. Joan Costa, Imagen Global CEAC, Enciclopedia de Diseño; Barcelona 1987, pag. 15



2. Momento Racional

Es la parte racional del proceso de diseño donde intervienen los objetivos, los criterios y las variantes que se disponen de antemano, así que el análisis se termina antes de iniciar la búsqueda de soluciones.

Es el momento que da confianza y seguridad en la mayoría de las propuestas metodológicas sobre diseño, ya que es la más concreta y explícita del proceso.

3. Momento Empírico

Aquí interviene la experiencia del diseñador frente al diseño, que se basará en la observación, en el desarrollo histórico, su aspecto formal, funcional, constructivo y semántico, del trabajo. Es necesario tomar en cuenta todos estos aspectos y otros que faltan por mencionar para la mejor solución de un problema de diseño.

Estos tres momentos del proceso de diseño se encuentran íntimamente relacionados, el momento creativo, el racional y el empírico, reunidos forman parte del importante proceso de diseño.

El método principalmente toma en cuenta el aspecto racional pero sin olvidar la parte emotiva y la inspiración, ya que sin ambas no se llega a la solución creativa y original.

Es extenso el campo del diseño y para lograr un buen trabajo se deben tomar en cuenta todos los aspectos que le rodean, de lo contrario el resultado podría ser inadecuado. Es importante mencionar que la mayoría de las metodologías existentes han sido hechas para diseño arquitectónico o industrial. Con esto se consideran como métodos universales de diseño, pero existe una tendencia a resolver problemas de origen objetual o espacial.



3.3 Proceso de Joan Costa

Este proceso propuesto por Joan Costa en su libro La Imagen Global, a diferencia de los demás, fué hecho con el fin de diseñar signos y sistemas de identidad, determinando también algunas normas de aplicación.

Fué seleccionado como base de ésta tesis por tratarse de un proyecto de Identidad, es un proceso que esta diseñado específicamente para proyectos de Identidad y llevar a cabo un proyecto de diseño.

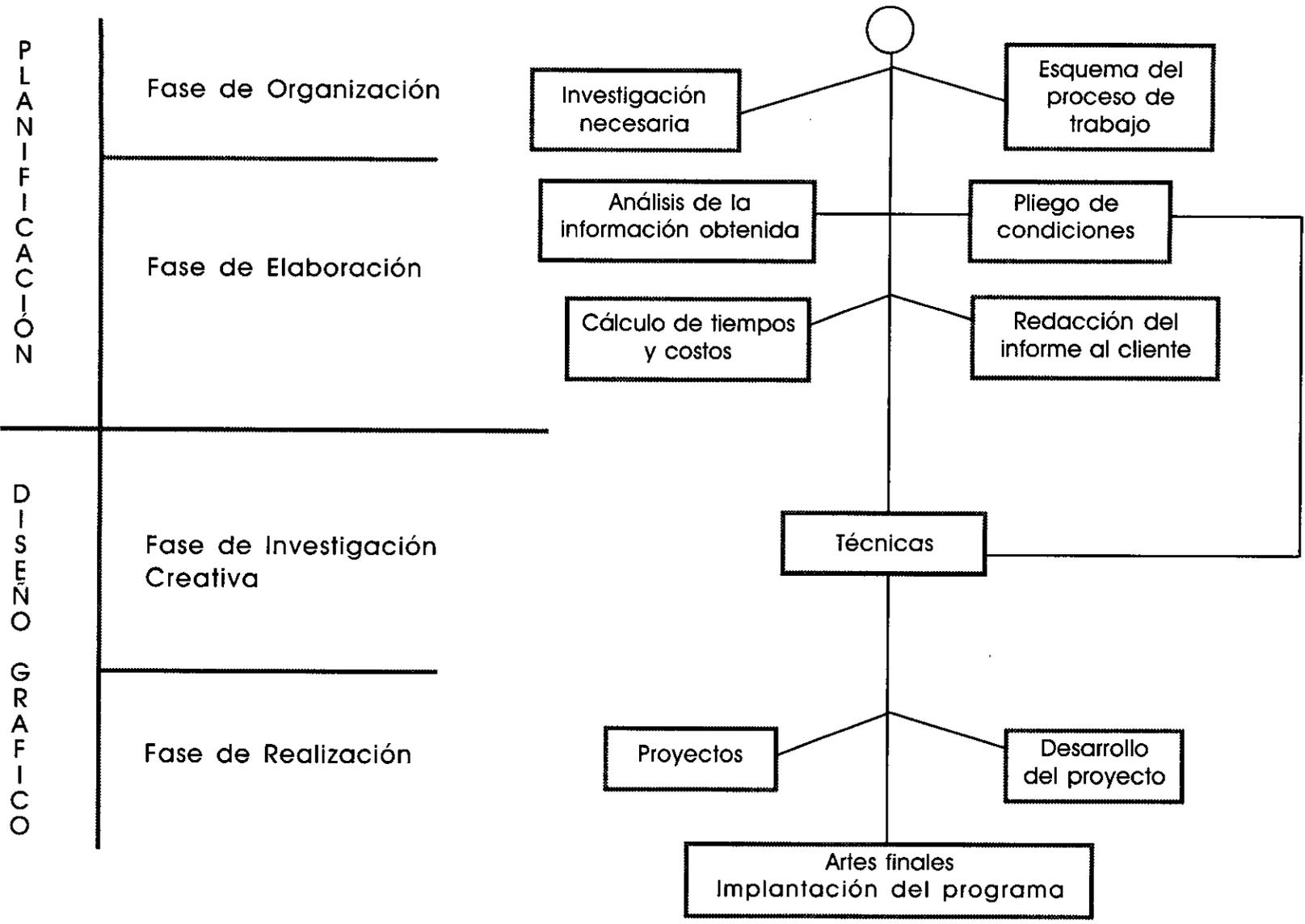
32.Ibid . pag. 82

Costa nos dice que "para el diseñador, la disciplina de la identidad corporativa constituye así mismo un sistema, es decir un plan o un programa:

1. Como planificación estratégico y logística del conjunto de trabajo.
2. Como desarrollo del plan.
3. Como proceso del trabajo gráfico.
4. Como programa normativo, exhaustiva y explícitamente definido que será materializado finamente en forma de un manual para la puesta en práctica y control del programa en sus aplicaciones particulares y en su conjunto a lo largo del tiempo"³²



Proceso de Joan Costa



- a) El diseñador de acuerdo a la información obtenida sabrá cuales son los objetivos institucionales y como se planea proyectar en el tiempo; autoimagen y proyección en el futuro.
- b) Se reunirá la información necesaria para saber los servicios de la compañía, objetivos cuantitativos y cualitativos del mercado.
- c) El diseñador se encargará de estudiar minuciosamente la información anterior con el fin de extraer lo necesario para realizar su tarea, obteniendo una visión general del problema. Y así formular sus objetivos.
- d) Aquí se transmitirá la personalidad de la empresa en un lenguaje simbólico basado en formas visuales.

Es importante establecer el contexto donde se aplicará el trabajo gráfico.

- e) Investigación hasta que punto el público reconoce o identifica los signos y con que los asocia.
- f) Fase de proyectos gráficos: aquí se trabajará con las imágenes recabadas a las cuales se les realizaran diversas aplicaciones o tratamientos. Después se someteran a una selección, quedando las dos o tres mejores opciones, para entrar a un nuevo proceso de bocetaje, hasta agotar recursos y así llegar a la solución final.
- g) Continuamos con el desarrollo gráfico del proyecto.
 - Elementos estructurales
 - Signos de Identidad: símbolos o conjunto de símbolos.
 - Concepto espacial: el escenario para su construcción y visualización de mensajes.
 - Tipografía: familias seleccionadas de acuerdo a un aspecto estético.
 - Ilustraciones: técnica y estilo de las ilustraciones que constituirán los mensajes específicos.



Propuesta del Proceso de diseño para la resolución de Identidades Gráficas

1. Planteamiento del problema: aquí se expondrá el problema y se justificará la intervención del diseño gráfico en el mismo.
2. Fase de Investigación: una vez aprobado el problema de diseño, se debe iniciar un completo acopio de información, en cuanto al caso se refiera, es decir el contexto, usuario, etc.

2.1 Estudio del Museo

- a) Descripción del museo
- b) Estructura de administración
- c) Objetivos
- d) Servicios
- e) Contexto
- f) Público

3. Fase de Análisis: en esta fase se estudia y resume toda la información obtenida en la fase anterior. Se efectuarán hipótesis formales y conceptuales para dirigir el trabajo del siguiente paso.

3.1 Extraer y organizar los datos obtenidos en la fase de investigación.

3.2 Planteamiento de hipótesis conceptual.

3.3 Planteamiento de hipótesis formal.

4. Fase de Proyección: esta es la fase de creación, se originan las soluciones al problema y una vez realizadas se estudiarán y justificarán las alternativas basándose en la fase de análisis.



4.1 Aspecto formal

- a) Catálogo de imágenes
- b) Constantes formales
- c) Elección de mejores propuestas.
- c) Bocetaje.
- d) Selección de propuesta formal
- e) Variantes.
- f) Propuestas formales finales.

4.2 Aspecto Cromático

- a) Elaboración de cuadro de pertinencias
- b) Variantes.
- c) Selección de color

4.3 Tipografía compatible.

4.4 Trazos generadores.

4.5 Aspectos normativos de la identidad.



CAPITULO 4

Identidad Gráfica



4.1 Identidad

Cuando en las sociedades se da una evolución rápida y aparecen los centros urbanos, nace el consumismo, el mercado y la competencia. Y surge en los comerciantes la necesidad de sobresalir, distinguirse de los competidores. Donde es muy importante que su imagen tenga el impacto suficiente para que el público lo recuerde.

Se hace necesario crear símbolos, que representen a cada empresa lo que son, cómo son, que hacen y cómo lo hacen. Y para poder obtener un resultado positivo el grafismo debe contener y comunicar todo lo que la compañía es, su nombre, giro, razón social, etc. es la única solución funcional y racional.

"La empresa ... necesita disponer de un sistema organizado de signos de identidad."³³

Ahora bien, lo primero que se requiere para definir lo que es una imagen corporativa es saber qué es una corporación; Joan Costa la cual define como aquella organización constituida con un reglamento que fija sus actividades y objetivos, derechos y obligaciones de cada uno de los participantes.

Las corporaciones requieren de la comunicación con sus usuarios, para ello una buena opción sería una representación gráfica que transmita su propio estilo y que sea adoptado por la empresa en todas sus funciones y actividades.

En la actualidad, la Imagen Corporativa de una empresa, en sus servicios y productos, representa un importante instrumento de mercadeo. El ambiente actual se caracteriza por ser competitivo y sujeto a cambios rápidos, lo que obliga a las corporaciones a no solo crear, sino reexaminar, sistematizar, perfeccionar o modificar las imágenes corporativas.

La imagen corporativa tiene gran importancia pues permite a la empresa crearse un ambiente propicio y positivo dentro del medio, además de permitir la identificación de los trabajos y servicios que desempeña proporcionando un conocimiento integral en la formación de una conciencia en el público consumidor.

Una empresa es antes que nada un núcleo social que agrupa seres vivos y que produce servicios para el bien común; ninguna empresa es igual a otra, por lo que es necesario al crear una imagen corporativa hacer un análisis de la empresa que permita conocer, con la mayor profundidad, todos los aspectos, detectar sus particularidades, y diferencias, mismas que son proporcionadas por factores sociales, geográficos, de servicios, ó de fabricación, etc.

33. Joan Costa, pp 21.



Una buena imagen expresará las cualidades de los productos y/o servicios haciéndolos deseables y estimulando su consumo.

Para que el público perciba una identidad es necesario que exista una relación armónica entre los elementos gráficos, ya que es a través de éstos que la corporación comunica la imagen. Esta relación armónica permite la integración de la imagen y le da fuerza vital que facilita la identificación por parte del usuario.

Es conveniente añadir que a lo largo de este trabajo, nos referiremos a la identidad corporativa solamente como la imagen gráfica o visual, sin olvidar que existen muchos otros aspectos que intervienen de igual forma en una identidad.

4.1.1 Definición

La identidad forma parte de un antiguo medio de expresión a base de signos. Actualmente es un sistema organizado de diseño, que forma "parte de una estrategia y de una política de comunicación"³⁴, la *identidad* a cobrado gran importancia para la economía del mercado, la gran producción industrial y el crecimiento de las sociedades de consumo ahora se preocupan por la identidad de su empresa.

Es importante analizar el término identidad, etimológicamente proviene del latín, *identitas, atis de idem*, que significa: lo mismo. Se define identidad como idéntico a sí mismo.

Es lo que determina a la persona, organización o grupo puesto que refleja las características generales, o conjunto de rasgos propios los cuales nos dan individualidad. La identidad es a las empresas como la personalidad a los individuos. En el campo del diseño gráfico, se crea la entidad que tendrá su filosofía, cultura, misión y su forma de actuar. La Imagen de una empresa los convierte en "verdaderos sujetos con personalidad; entidades tácitas que mediante su acceso a la dinámica de la imagen adquieren su propio yo social".³⁵

34. Ibid. pp 18.

35. Norberto Chávez, pp13.



4.1.2 Clasificación

a) *Identidad Profesional*: Signo que identifica a una persona que se desarrolla en una profesión, actividad o servicios. Por ejemplo



b) *Identidad Gráfica*: ó identidad institucional, que representa las características relacionadas con las actividades de la institución; la cual puede ser una entidad pública o privada sin fines de lucro. Como las que prestan un servicio educativo, cultural, informativo, de auxilio, etc.



c) *Identidad Corporativa*: Es la imagen que representa la personalidad de las empresas y asociaciones privadas o estatales con fines lucrativos. Estas empresas pueden tener varias marcas o productos, los cuales deben tener una personalidad que representará la empresa.



4.1.3 Características

Carácter- la identidad debe representar de manera certera los rasgos de la empresa, persona ó institución y cumplir con sus objetivos.

Construcción- la construcción debe ser sencilla, legible. Para evitar dificultades en la reproducción. Sus trazos deben estar justificados logrando así elementos claros, sencillos y pregnantes.

Contemporaneidad- debe ser una identidad que pertenezca a su lugar y tiempo, de acuerdo con la modernidad actual. Y tener suficiente valor estético durante los 10 primeros años.

Universalidad- es un programa que se empleará en diversos soportes que van desde una pluma hasta un espectacular y éste nos lleva a que lo verá todo tipo de gente, extranjeras y nacionales y debe tener cierta libertad. Esta es la univeraslidad del sistema para adaptarse, también a las múltiples variaciones que los soportes y los mensajes le exigen.



Funcionalidad- se refiere a que la Identidad Corporativa debe cumplir sus objetivos como lo es proyectar al público la personalidad de la empresa de acuerdo al color, signos, formas y la sencillez de los trazos logrando un impacto visual y psicológico. Para lo cual también influyen los medios de comunicación.

Creativo- el diseño debe ser actual, moderno, nuevo.

Originalidad- Para que no se parezca a los existentes y tenga su individualidad y personalidad propia.

Memorabilidad- virtud de ser retenido fácilmente en la memoria del público, lo cual dependerá mucho de su sencillez y construcción.

Experiencias directas- rumores de la forma del negocio: precios, entrega, formal o informal.

Confiabilidad- en su imagen deberá representar formalidad y seriedad.

Competitividad- debe conocer la relación que tendrá o no con la competencia.

Utilidad- La marca debe ser capaz de tener un uso a prueba de todo, no tener apariencia indeseable o confusa, es conveniente que se siga apreciando si se voltea al revés o en vista de derecha a izquierda que sea fácilmente identificable.

Regionabilidad- si la compañía lo desea que muestre carácter internacional o fuertemente nacionalista. Ejemplo: orlas, cenefas, etc.



4.1.4 Objetivos

"Se definen a partir de las expectativas y motivaciones del público, y de unas intenciones precisas de comunicación".³⁶

El diseño de Identidad consiste en la imagen que la empresa da a conocer al público por medio de imágenes, colores, familia tipográfica, sistema de señales y diseño del entorno.

La identidad corporativa abarca tanto conceptos visuales como no visuales, como lo sería la forma de contestar el teléfono, como tratar a los clientes y proveedores. El programa de diseño es muy importante para toda empresa ya que en términos generales siempre pretenden:

36. *Ibid.*, pp 12.

1. Alto grado de reconocibilidad para la empresa.
2. Modernizar la imagen para proyectar una empresa actual.
3. Que se distinga de otras empresas que ofrezcan productos o servicios similares.
4. La proyección de la empresa debe ser impactante.
5. Debe existir congruencia entre las actividades de la empresa y la imagen presentada.
6. La imagen debe durar el mayor tiempo posible, puesto que no se puede estar cambiando la personalidad de la empresa.

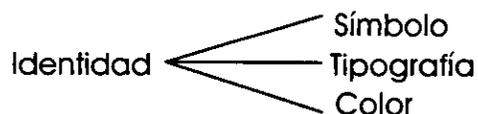
Al crear un programa de identidad corporativa debe ser duradero, universal, versátil y con posibilidad de expansión. En esto último intervienen directamente los medios de difusión masiva que son tan importantes en la sociedad.

Es importante considerar esto en todos los casos:

- a) Que la imagen original permanezca sin cambiar.
- b) El color puede ser añadido para mejorar la marca, pero éste no debe depender del color para un éxito visual.
- c) Las marcas pesadas tienden a ser más simples, son exitosamente reducidas y ofrecen mayor contraste, las de peso ligero tienden a hacer la exposición mas débil y tienen un rango mas limitado de efectividad.
- d) Cuando un símbolo tiene la dirección apuntando hacia arriba y a la derecha, es mas efectivo, y percibido positivamente, que hacia abajo y a la izquierda.



4.1.5 Elementos que conforman la Identidad



Símbolo

37. *ibid*, pp 88.

38. *ibid*, pp 90.

Es una imagen o figura que tiene significación convencional ya sea intelectual o moral. Existe una relación entre el concepto que la gente percibe y la imagen. " Los símbolos visuales es el universo de la comunicación del diseño gráfico".³⁷

" El símbolo es un elemento material que está en el lugar de otra cosa ausente con la que no existe relación causal y a la cual representa por convención."³⁸

Las cosas y los objetos materiales se representan a través de sus imágenes, y las cosas complejas y abstractas se representan a través de símbolos.

El diseñador se basa en la síntesis mental y técnica, como lo son las imágenes y signos para poder dar solución a los problemas en la comunicación gráfica.

En el mundo de lo gráfico el símbolo, puede tener diferentes grados de iconicidad.

Clasificación del Símbolo

Los símbolos se dividen en dos grupos.

A) **Fonogramas:** Son aquellos símbolos representados por una o mas letras del alfabeto, ordenadas de modo que identifiquen un sonido. Los fonogramas se asocian con los nombres de la empresa y se caracterizan por tener un sonido propio.

Segun la manera en que manifiesten, se dividen en cinco tipos.(Tomando en cuenta sus formas mixtas.)

A1) Descriptivos: Son los símbolos que en el nombre se incluye alguna cualidad de la Institución. Como por ejemplo. Centro Cultural de Arte Contemporáneo.



A2) **Simbólicos:** Es la representación de la Institución por medio de una imagen literaria. Ejemplo. Nestlé.

A3) **Patronímicos:** Son los símbolos que hacen uso del apellido del empresario ó los socios. Jugando con estos elementos en la Imagen. Por ejemplo: Chanel, Versache.

A4) **Toponímicos:** En estos símbolos se juega con el nombre propio del lugar, ya sea el área en que se encuentra o el lugar del que proviene etc.
Banco Nacional de México, etc.

A5) **Contracciones:** Estos símbolos se componen de iniciales o fragmentos de palabras con los que el diseñador juega. Ejem. IEM, Electrolux, etc.
Logotipo: La palabra logotipo procede del griego "logos" que significa tratado y "typos" que significa letra, por lo tanto podemos decir que logotipo es el tratado de la letra.

Se define como la composición gráfica del nombre de la empresa y su funcionalidad comunicativa demuestra que un logotipo con buen impacto no se lee sino se memoriza, adquiriendo así un valor icónico con lo que forma parte de la connotación gráfica propia del símbolo. Ejem. Júmex, Búfalo, Asemex.

B) **Logogramas:** Es la unión del nombre y su imagen- logotipo- la imagen ayudará a una mejor identificación. Deben ser imágenes permanentes y pregnantes que no requieren de una lectura verbal.

B1) **Logogramas representativos:** Son aquellos símbolos que utilizan una imagen que refuerce el fonograma, carecen de abstracción, e intentan representar de la manera mas real a la empresa. Se dividen en dos.

a) **Concretos:** Utilizan imágenes figurativas, que reproducen algun objeto bajo un punto de vista objetivo.

b) **Abstractos:** Son símbolos que se apoyan de imágenes abstractas, las cuales se basan en las formas, líneas, colores, llegando a la estilización del objeto el cual puede variar desde un símbolo que lo relacione con la empresa hasta la imagen mas realista, pero perfectamente estilizada.

A4) **SPRINGFIELD**

A5) **ASEMEX**

a) 

b) 

B2) Logogramas arbitrarios: Se relaciona con la libre voluntad, en este caso, la del diseñador y a gusto del cliente, son imágenes no figurativas que no tienen relación con la actividad de la empresa, ni su producto etc.

Son símbolos a los que se les asigna un significado, ya que no poseen ninguna cualidad o característica semejante al objeto representado.



La abstracción es un proceso mental que pretende ignorar lo individual de aquello que observa, para apoyarse más en la categoría a lo que lo observado pertenece. Es el medio más importante para organizar la excesiva diversidad de objetos que se presentan a nuestra percepción, imaginación y a nuestro pensamiento, que resalta lo esencial, de un campo visual, o del pensamiento. Así procede el grafista cuando diseña, ya que diseñar es el proceso ideativo hacia un fin predeterminado.

Tipografía

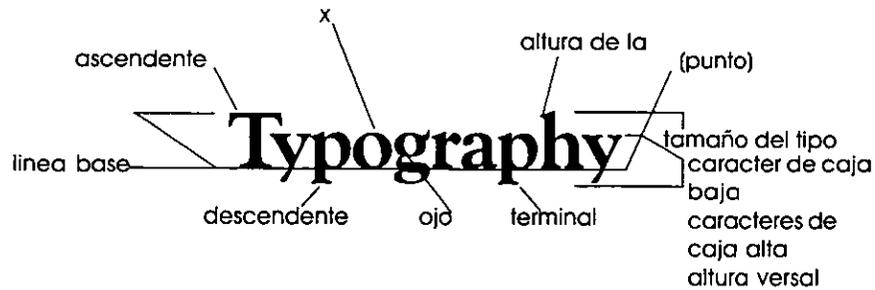
La tipografía en la Identidad se transforma en el método que combina determinados tipos de letras, que por su legibilidad y sus connotaciones formales representan las características de la empresa y apoyan al concepto gráfico. La Letra, es la unidad básica de la tipografía que al combinarla con las demás adquieren diversos significados. La tipografía cambiará de acuerdo a la personalidad de cada empresa. De cualquier manera debe seguir ciertos criterios para la mejor comprensión del mensaje.

Cuando utilizamos la tipografía legible, sencilla y de puntaje adecuado, la lectura es más fácil y contribuye a una mejor retención sobre lo escrito.

Por lo tanto cualquier forma de letras que dificulten una percepción rápida deben evitarse principalmente aquellas que crean confusión.

En la Identidad gráfica podemos utilizar dos tipos de caracteres: caracteres tipográficos o caligráficos. Los primeros son caracteres perfectamente diseñados y justificados, mientras que los caligráficos se realizan de manera espontánea. Es recomendable que al utilizar caracteres tipográficos, se les de preferencia sobre los caligráficos. Claro que esto dependerá del diseñador y la intención que se desea dar a la imagen, ya que los caracteres tipográficos por numerosos que sean sus tipos y variantes, tienen sus limitantes. En cambio los caracteres caligráficos se adaptan a cada caso. Por este motivo, es interesante poder combinar caracteres tipográficos con caligráficos.





A) Clasificación de tipografía:

1. Por su forma

- MAYUSCULA o alta- para indicar títulos, mayor importancia.
- minúscula o baja- es mas pequeña que la mayúscula y existen diferentes tipos.
- itálica* ó cursiva- expresa movimiento y dinamismo.
- VERSALÍTA- mayúscula en cuerpo de minúscula.

2. Por su proporción

- Condensada
- Normal
- Extendida

3. Por el peso de la cara.

- Light o delgada- simboliza elegancia, sutileza ó suavidad.
- Medium o mediana-normal.
- Bold, negra o gruesa- representa fuerza, poder.etc.
- Out line- es una letra delineada, por sus características permite introducirla sobre fondos de color.



B) Familias tipográficas:

Una familia tipográfica es un alfabeto constituido por letras que poseen la misma anatomía, igual estilo, características iguales. A lo largo de la historia se han diseñado miles de familias tipográficas.

El francés F. Thibaudeau nos ofrece la siguiente clasificación:

- *Romana antigua o elzeviriana (Elzevir)* - que representa una base o pie en forma triangular.

- *Romana o moderna o de Didot* - con un pie filiforme y rectangular que cruza perpendicularmente el asta.

- *La egipcia* - tiene un pie cuadrangular también es ángulo recto, pero de grueso trazo.

- *La grotesca o antigua o de palo seco o sans serif* que muestra una ausencia de pies o patines, su grosor es equilibrado y uniforme.

La mayoría de los tipos derivan de éstos cuatro.

También existen caracteres de escritura que imitan los rasgos de caligrafía universal como Palace, Mistral, y Script.

Y lo de fantasía, conocidos también como historiadados, que nos muestran rasgos de la litografía industrial, en los que tenían mayor fantasía en las letras iniciales.

Actualmente todavía existe la tipografía transferible, la cual se vuelve obsoleta con la existencia de la computadora.

C) Legibilidad:

No debemos olvidar lo importante que es la legibilidad de caracteres, puesto que la tipografía es para ser leída y para lo cual depende de cinco factores:

Romana Antigua

Romana Moderna

Egipcia

Palo Seco



1) *Sencillez*. Es recomendable utilizar una tipografía sencilla, así no habra problemas de legibilidad; porque mientras mas elementos decorativos, menos legibilidad tendrá.

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu**vwxyz** 1 2 3
4567890

2) *Dimensión*. Es el tamaño de la tipografía en la Identidad Corporativa debe ser proporcional con el símbolo. Se dice de manera general que debe tener la tercera parte de la altura del símbolo. Porque si utilizamos caracteres pequeños serán difíciles de leer, mientras que los caracteres grandes molestan a la vista. Las investigaciones han demostrado que un tamaño entre los 9 y 12 puntos es el adecuado para ser leído en un texto de lectura normal.



3) *Peso*. Existen variaciones encuancto al peso tipográfico, cuando son de poca altura y tienen un cuerpo pesado, el fondo es muy reducido. lo que dificulta la lectura porque se percibe como línea. Lo contrario sucede con los caracteres altos y de cuerpo delgado, donde existe demasiado aire. Ocasiona que se vean como letras aisladas. Cada familia tipográfica debe tener una óptima separación de caracteres y de interlineas.

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu**vwxyz** 1 2 3 4 5 6
7 8 9 0 " # \$ % & () = ? ! * " . ,

4) *Familia*. Es el conjunto de tipos con características formales comunes que integran un alfabeto completo, el cual fluctúa entre 90 y 130 caracteres repartidos en altas, bajas, cifras y signos de puntuación. Es importante revisar toda la familia antes de utilizarla. Es válido utilizar variantes para lograr efectos diferentes, claro que sin perder la unidad de la composición.



En la construcción de una familia están contempladas las variaciones que pueden sufrir por su peso, anchura, inclinación y tamaño.

Los caracteres actúan de manera psicológica de acuerdo a sus características formales. Unos dan la impresión de algo concreto. Otros le dan formalidad, pesadez o rigidez. Y por último pueden evocar alegría, sutileza por sus características flexibles y ligeras. Esto dependerá de la familia tipográfica seleccionada. La cual debe apoyar y representar la idea o concepto que se desea dar.

D) Justificación:

Un texto se puede componer con diferentes formatos o justificaciones: ya sea en bloque, justificado a la izquierda, a la derecha, centrado o con algún recorte especial. Estos formatos deben ser utilizados también como factores en favor de la legibilidad.

E) Selección tipográfica: (se divide en dos)

- 1) Tipografía primaria (institucional)- es la destinada a usarse en el logotipo y la razón social de la empresa.
- 2) Tipografía secundaria (auxiliar)- corresponde a la empleada en información complementaria de textos referentes a los datos de (ubicación, dirección teléfono, entre otros) , que acompañen a la razón social, a los textos de tipo legal (documentos) y en nombres y formas de papelería.

F) Color:

En la comunicación gráfica es la forma más poderosa de atraer la atención, porque nuestros sentidos son susceptibles a sus efectos. El color es el elemento de diseño que produce mayor reacción en el receptor, además de llamar su atención causa diferentes efectos en las personas, dependiendo del color. También utilizamos otras tácticas, como lo son el contraste, armonía, las cuales nos ayudan a memorizar con mayor facilidad.



Se ha comprobado que los siguientes contrastes de tipos sobre fondos favorecen a la mejor lectura, y se clasifican en el siguiente orden.

1. Tipografía negra sobre fondo blanco.
2. Tipografía negra sobre fondo amarillo.
3. Tipografía roja sobre fondo blanco.
4. Tipografía verde sobre fondo blanco.
5. Tipografía blanco sobre fondo rojo.
6. Tipografía amarillo sobre fondo negro.
7. Tipografía blanco sobre fondo azul.
8. Tipografía blanco sobre fondo verde.
9. Tipografía rojo sobre fondo amarillo.
10. Tipografía azul sobre fondo blanco.
11. Tipografía blanco sobre fondo negro.
12. Tipografía verde sobre fondo rojo.³⁹

39. F. Torres
40. Wong Wucius, pp 25

Color

El color en la Identidad juega un papel muy importante ya que refuerza la forma. Y aunque dicen que percibimos la forma antes que el color, también mencionaremos que unos colores se perciben primero que otros. La forma y el color al unirse crean una figura integrada donde las características básicas se complementan con otras.

Color es el efecto logrado por la descomposición de los rayos que integran la luz, por lo tanto si no existe luz, no hay color. El color es un fenómeno fisiológico, existe como una impresión sensorial en la percepción del espectador.

La luz esta formada por los colores del espectro. Captamos el color por la luz que absorben los cuerpos y por las velocidades de las longitudes de onda. La luz restante (la que no absorben los objetos), es remitida como residuo lumínico que nos permite "ver el color propio" de cada objeto.

"Nuestra percepción del color cambia cuando se modifica una fuente luminosa, o cuando la superficie que refleja la luz está manchada o revestida de un pigmento diferente."⁴⁰



A) Características del Color.

Los colores poseen tres características.

1) Tono ó matiz- atributo que diferencia a un color de otro. Nos clasifica los colores, como rojo, azul, etc; y los denomina por la inclinación del color de un tono al siguiente por ejem. azul verdoso.

2) Valor o luminosidad- es el grado de claridad u oscuridad en un color, si se aproxima al blanco es (luminoso) y si se inclina al negro, es (sombrio).

3) Intensidad o saturación- nos indica la pureza de un color. Los colores intensos son los mas brillantes y vivos y baja su intensidad cuando contienen una alta proporción de blanco, negro y gris.

B) Clasificación del Color.

La ordenación de los químicos se produce a través del llamado "disco cromático", que se define como organización del color partiendo de los primario y secundarios, la cual va del blanco al negro, matizándose cada color constantemente, para crear una gama infinita de colores.

1. Cromáticos: son todos los colores que estan en el disco cromático (verde, azul, rojo, etc.)

2. Acromáticos: son el blanco, negro y grises, los cuales carecen de cromatismo pero también producen sensaciones, efectos y al mezclarse con los cromáticos cambian su carácter.

3. Puros: son los que no tienen mezcla con negro ó blanco.

Es el círculo donde aparecen los colores primarios, secundarios y terciarios.

4. Neutros: se forman de la unión de los colores puros con blanco o negro. Los grises, junto con blanco y negro se les llama neutros.

Los colores neutros se relacionan con los grises intermedios. Los neutros se obtienen de la mezcla de colores opuestos en el círculo cromático en proporciones variables. son los que se denominan como amarillentos, rojizos, verdosos etc; así también si son claros u oscuros.



C) *Temperatura del Color:*

Colores fríos: son los colores que van del verde azulado al azul rojizo. Nos dan sensación de frescura y lejanía. Evocan al agua o al cielo. los tonos fríos y claros son de poco peso, son aéreos.

Colores cálidos: son los que van del rojo al verde amarillento. Nos reducen el espacio, dan calidez, y causan sensación de cercanía. evocan al fuego, los tonos oscuros y cálidos son pesados y terrestres.

Las temperaturas nos sirven para crear monocromías o policromías.

NOTA: Es importante mencionar que no se debe confundir esta clasificación con la de fotografía.

D) *Contrastes y Armonías:*

Las armonías de color nos producen serenidad y por contraste exaltación.

Colores análogos- son los colores afines.

Contraste de color- es la diferencia entre un color y otro.

El contraste más elemental es blanco y negro.

Contraste Complementario- es la máxima oposición del color en el disco cromático, se les llama complementarios porque es la unión de un cálido con un frío, o entre un primario y un secundario.

Cuando combinamos dos colores de la misma intensidad, se exaltan mutuamente pero si son de diferente valor e intensidad, el débil será influido por el fuerte.

Contraste Simultáneo- se le llama así a los cambios aparentes de valor, tono e intensidad que manifiesta en el contacto de dos colores. esto es cuando un color envuelve a otro, es alterado por el color que lo rodea.

E) *Percepción del Color:*

El color en la comunicación gráfica es la forma más poderosa de llamar la atención porque nuestros sentidos son susceptibles a sus efectos, estimulan o perturban nuestra emotividad, en la conciencia y en nuestros impulsos o deseos. Debido a sus características psicológicas y a las asociaciones simbólicas que han ido adquiriendo a través del tiempo.



Algunos colores refuerzan conductas y actitudes en la sociedad, es un instrumento que debemos utilizar basándonos en algunos principios.
Existen dos tipos de atracción del color.

a) Atracción pasiva- es cuando un objeto se impone a la vista aun contra nuestra voluntad.

b) Atracción activa- la cual tiene lugar cuando buscamos un objeto determinado capaz de ayudarnos a localizarlo.

Los colores pueden memorizarse al visualizarse como el amarillo, azul, naranja, café, rojo y verde debido a sus efecto de intensidad que producen. El color se puede usar como elemento de identidad, o como medio de decodificación. El color puede evocar a estados de ánimo, sentimiento o sensación.

La percepción es afectada por la cantidad de elementos, la distribución de estos en el espacio, por la intensidad de luz, sombra y color.

El cuál no solo a tenido una función estética sino simbólica; como lo podemos ver en las civilizaciones antiguas.

F) Características Psicológicas de los Colores:

Rojo -es el color mas fuerte, atractivo, imponente, agresivo y excitante. Simboliza pasiones, sangre, peligro, valor sexo y fuego.

Amarillo - es el color más luminoso, vibrante y preventivo. Simboliza alegría, juventud, imaginación y sofisticación personal.

Azul - es un color frío, limpio, fresco, tranquilo y pasivo. Evoca a la sinceridad, fé, relajación y espiritualidad.

Verde - se relaciona con la naturaleza y la limpieza, es un color estable, expresa frescura, tranquilidad, juventud, invita a la armonia y al trabajo.

Naranja - esta dentro de los cálidos y simboliza luminosidad solar, calor, energía, comunicación, es agradable y causa casi los mismos efectos que el rojo, pero es menos agresivo.



Violeta - es un color solemne, místico y misterioso, tiene carácter melancólico y se relaciona como símbolo religioso. Sugiere aflicción, resignación, vanidad y exclusividad.

Negro - Es la ausencia de color. Simboliza misterio, oscuridad, desesperación, tristeza, elegancia, muerte, se relaciona con lo desconocido.

Blanco - Es un color luminoso, delicado, positivo, se relaciona con la pureza, inocencia, verdad, limpieza, paz y salud.

Gris - es un color neutral y evoca a la confusión, depresión, pasividad, equilibrio. Su palidez refleja temor, ancianidad, tristeza y monotonía.

41. Idem.

Cada color "es único en su carácter y temperamento artístico, en su efecto visual, expresivo ó simbólico y juntos constituyen el recurso básico del diseño en color"⁴¹.



CAPITULO 4

Identidad Gráfica



4.2 Resolución de un problema específico de diseño: Identidad grafica del museo local comunitario Pañhú/ Huesamenta localizado en el Valle del Mezquital (Hidalgo).

4.2.1. Planteamiento del problema

México es uno de los países donde se han encontrado una gran cantidad de vestigios arqueológicos impresionantes, los cuales están distribuidos a lo largo y ancho del país. Y a consecuencia de esto se han construido un sin número de Museos Arqueológicos apoyados directamente por el Instituto Nacional de Antropología e Historia que es la institución que apoya, defiende y estudia todo lo que tenga que ver con Antropología Social, Arqueología, Etnohistoria y otras disciplinas. Cuenta con una escuela especializada para esto, que es la Escuela Nacional de Antropología e Historia, la cual apoyada en sus maestros y alumnos se encargan de estudiar las diferentes culturas existentes o ya extintas. Reflejadas en restos humanos, lítica, cerámica, pintura o construcciones.

En este caso nos enfocaremos a la porción oriente del estado de Querétaro y el poniente del Valle del Mezquital, donde el INAH, la ENAH y el Museo Nacional de Agricultura, siguen investigando los antepasados de la cultura Otomi que aun reside en las comunidades cercanas. Se han encontrado gran cantidad de cerámica, lítica, arquitectura etc; Lo cual según los estudios de los arqueólogos se le atribuye a la Cultura de las Mesas o desarrollo Xajay.

Los arqueólogos encargados de dichos estudios son el director del proyecto; el Maestro Fernando López Aguilar, que lleva 9 años y el Cordinador del proyecto el Maestro Luis Morett, que a participado los últimos 5 años los cuales han convivido con la comunidad otomi muy estrechamente ya que estan muy al pendiente de cada descubrimiento e interesados en encontrar sus raíces y deseosos de mostrarse a la sociedad. Así que al darse cuenta que había mucho que dar a conocer al mundo, surgió la idea de crear un museo. Lo cual se platicó con los arqueólogos y ellos a su vez al INAH, consiguiendo así su apoyo. La comunidad analiza su historia e intenta valorar sus tradiciones, de este modo decidirá que es lo que dará a conocer a la sociedad.



Para auxiliar al Museo Arqueológico de Pañhú, es importante tomar en cuenta las herramientas con las que el diseño gráfico puede contribuir a la identificación y difusión del Museo, aprovechando al máximo los recursos con los que cuenta.

Es un museo relativamente nuevo, por lo que carece de una identidad que lo represente, precisamente en eso consiste el trabajo de diseño. Después de una ardua investigación y recopilación de imágenes se buscará la mejor solución que lo identifique o represente, con la cual la comunidad se sienta reflejada.

4.2.2 Fase de Investigación

4.2.2.1 Estudio del Museo

a) Descripción del museo

Museo Local Comunitario de Pañhú/Huesamenta, el cual de acuerdo a la clasificación de museos, se considera local, porque abarca las cinco zonas arqueológicas, que son: Pañhú, Zidada, El Cerrito, Taxangu y el Zethé, que se atribuyen a la cultura Xajay, que cubre una extensión bastante grande.

El territorio comunitario es debido a que de la comunidad surge la idea de dicho museo, siempre participan en las actividades y están al pendiente de cada excavación que realizan los arqueólogos que intervienen en el proyecto, trabajan junto con las autoridades municipales interesadas en resguardar y valorar su patrimonio.

En reuniones de barrios se discutirá el material a exponer con asesoría y colaboración de especialistas externos.

La finalidad de los museos es ilustrar al pueblo respecto a su historia, cultura o tecnología. Este museo quiere cumplir también con este fin.

Los museos son un punto importante de cultura para la sociedad; y en especial en México que consta de una basta riqueza ancestral que mostrar a sus actuales pobladores.

Gran espacio del sitio será una reserva botánica, que es apoyado por biólogos de investigaciones arqueológicas del Museo Nacional de Agricultura. Se cuenta con el diseño del terracedo con escombro y el montaje de viveros de especies endémicas, además de un conjunto de acciones asociadas, que contribuirán a los objetivos de los proyectos ecológicos y culturales.



b) Estructura de Administración

La administración y dirección es llevada por una instancia organizada por la comunidad. El origen de su instancia puede variar, "puede ser un comité nombrado por la asamblea general de vecinos del pueblo, o puede ser una asociación general de vecinos del pueblo o puede ser una asociación civil construida por las personas que iniciaron el proyecto..."⁴²

Según la instancia que se decida, se encargará de coordinar la colaboración de la comunidad; en el rubro de apoyos complementarios a la excavación de estructuras, se realizan las faenas bajo supervisión arqueológica que aporta el ejido de la mesilla, además del pago de peones y becarios juveniles de la comunidad, que eventualmente pueden financiar las presidencias municipales de Huichapan y Tecozautla.

El Museo Nacional de Agricultura y la oficina estatal de la Secretaría de Desarrollo Social, instancia que contribuye además con los materiales de construcción necesarios para las tareas de consolidación. Para su construcción y manutención, se utilizan materiales de la comunidad, igual para las exposiciones, donde podremos encontrar materiales como: madera, palma, etc.

Además de relacionarse con programas e instituciones para darse a conocer. Cuando estas acciones comunitarias alcanzan resultados favorables, se fortalece la estructura organizativa y mas tarde pueden resolver otras necesidades, como: "Apoyo a grupos de artesanos para recuperar conocimientos tradicionales y abrir nuevos mercados".⁴³ Servicios para la comunidad, escuelas, incluso promover proyectos de turismo para un mejor aprovechamiento cultural.

42. C. CAMARENA, T. Morales, pag. 10

43. Idem. pag. 11



Gobierno del Estado
de Hidalgo

Presidente Municipal



Turismo



Director del Museo



Representante
Administrativo



Museo Comunitario
del Pañhú

Secretaria



Artesanos



Intendencia



Organigrama Administrativo-Organizativo

c) Objetivos

Los objetivos de preservación y habilitación del espacio del sitio como una reserva botánica, es apoyado de biólogos de la línea de investigaciones arqueológicas del Museo Nacional de Agricultura. Así mismo y como parte de esas tareas se cuenta el diseño del terraceo con escombro y el montaje de viveros de especies endémicas, además de un conjunto de acciones asociadas, que contribuirán a los objetivos de los proyectos ecológicos y culturales.

En lo cultural, dar a conocer la historia de los otomíes, su forma de vida, la importancia de la vegetación en su alimentación que es algo muy importante para su subsistencia. Se contará con algunos artesanos trabajando en el sitio, para que el público se interrelacione con los trabajos artesanales como son: la cerámica, cestería y textiles.

d) Servicios

El servicio será de martes a domingo de 10:00 a 17:00 hrs. Se cobrará la entrada, pero una cantidad simbólica, pues como ya se mencionó será destinado para la manutención del museo.

Se darán visitas guiadas al público, con gente de la misma comunidad, previamente preparados.

Contará con el servicio de sanitarios, cafetería y la tienda de artesanías.

e) Contexto

Una de las características importantes de la "Cultura de las Mesas, es la construcción de sus centros ceremoniales sobre mesetas rodeadas de barrancas, la población campesina se asentaba en caseríos dispersos, generalmente cerca de los márgenes de los ríos San Juan, Moctezuma, San Francisco..."⁴⁴

En la sociedad Xajay existía jerarquía en la población, es decir algunos tenían el mando o poder y acceso a beneficios, a diferencia con los campesinos que debían trabajar para mantener al grupo religioso y político, encargados de la unión y la fuerza de la comunidad.

44. Cédulas de la Exposición "Valle del Mezquital" Escuela Nacional de Antropología 1997.



"En la estructuración del espacio cotidiano plasmaron su concepción fundamental del cosmos dentro de la religión: la extensión del espacio hacia cuatro direcciones a partir de un centro, lugar en que se comunican con el cielo, la tierra y el inframundo... Esta idea que se apoyaba en el rectángulo que forma el tránsito aparente del sol durante el año."⁴⁵

El asentamiento de mayor importancia fue el de Pañhú, por su complejidad y amplitud, se cree que funcionó como capital regional. Debajo del pañhú encontramos el Zethé y Zidada ubicados en suelos agrícolas irrigables por el río San Francisco, con esta actividad el Zethé se convirtió en el segundo más importante centro de población, después de Pañhú.

En menor importancia encontramos El Cerrito y Taxangu. Ambos sitios constaron de un discreto centro ceremonial y una pequeña población. En último lugar, estaban las pequeñas aldeas sin estructuras. Por razones aún desconocidas, los centros ceremoniales de las mesas fueron abandonados. La población se dispersó, quizá algunos se convirtieron en cazadores, mientras otros emigraron a los Valles de México, Toluca o Tula.

El Pañhú

Este sitio presenta un gran período de ocupación en toda la región. Quizá estuvo ocupado desde hace más de 3000 años por una aldea de agricultores, que creció, hasta ocupar una superficie de casi 80 hectáreas, con una población de 2000 habitantes.

El Zethé

Se encuentra en una mesa angosta orientada al norte. Tiene tres plazas ceremoniales en el extremo norte, delimitadas por montículos y plataformas. Una de ellas fue construida sobre un cuarto de adobes cuyos muros fueron demolidos.

45. Ibidem



f) Público

Es muy importante lograr que el visitante experimente, asimile nuevos conocimientos, perspectivas, actitudes y competencias. El museo supone objetos, espacios, acciones que definen una cultura y la representan. Es importante mencionar que dependerá de la motivación del visitante para el mejor cumplimiento de los objetivos del museo. Se espera un público general, grupos de escuelas de diferentes grados, familias tanto de comunidades cercanas, como de turistas, gente especializada en la materia, y a todo aquel interesado por los orígenes de la cultura otomi.

4.2.3 Fase de Analisis

4.2.3.1 Extractar y organizar los datos en la fase de investigación

Basándonos en la investigación anterior, se analizan y resumen los datos más importantes para el desarrollo de nuestra identidad, para lo cual se tomarán en cuenta los siguientes aspectos.

- a) Es un museo comunitario.
- b) Se localiza sobre una meseta, donde se encontro el principal centro ceremonial, al cual se le llamo Pañhú.
- b) La imagen debe representar que es un museo arqueológico.
- c) Identificar a la cultura que pertenece.
- d) Es para todo tipo de público.

4.2.3.2 Planteamiento de la hipótesis conceptual

La identidad debe representar a un museo arqueológico, lugar donde se localiza, que denote contemporaneidad y principalmente, que represente e identifique a la comunidad otomi, conceptualizando sus raíces y su presente.



4.2.3.3 Planteamiento de la hipótesis formal

El color de la identidad deberá guardar relación conceptual con las formas utilizadas y el contexto. Colores cafés, ocre o terrosos y para contrastar se utilizarán tonos cálidos, como el amarillo, anaranjado, los cuales se relacionan con el calor intenso de la región.

En cuanto a la tipografía, será recomendable elegir una familia de palo seco para su mejor lectura.

4.2.4 Fase de Proyección

4.2.4.1 Aspecto Formal

a) Elaboración de cuadro de pertinencias

Mediante la integración de las variables pertinentes, seleccionadas con base a la fase de investigación, se logrará un conjunto de elementos icónicos, los cuales en conjunto formarán una serie de propuestas funcionales, de entre las cuales se seleccionarán de acuerdo a los requerimientos y así llegar a la mejor solución.

Interpretación de Petroglifos

Estas cinco zonas se han encontrado gran cantidad de inscripciones o dibujos antiguos grabados en los peñascos, llamados (petroglifos), estos tienen sus significados muy específicos y es importante mencionar que probablemente este sea el origen de algunos símbolos que la comunidad otomí hasta la fecha siguen plasmando en su cerámica y textiles.

"El análisis... realizado sobre los distintos grafismos que se han clasificado..., se basa en el conjunto de observaciones realizadas respecto a sus propias características formales, su ubicación general y particular en las piedras y el sitio, su orientación magnética y la asociación que presentan con otros elementos gráficos y/o estructuras, la propuesta formulada ante de varios supuestos."⁴⁶



- 1) Las fuentes históricas junto con la etnografía proporcionan datos respecto a la cosmología otomí. La cual puede estar relacionada por un lazo étnico cultural con la población Xajay. El lazo será mas importante en la medida que se refiera al panteón ancestral, al primigenio.
- 2) Los diversos íconos pueden simbolizar a algunos de los números del panteón ancestral, al primigenio.
- 3) La relación entre íconos similares y diferentes tal vez obedezca a un fin de comunicación, y deben poderse interpretar aislados o en conjunto.
- 4) "Un elemento aislado o un conjunto de ellos estructuralmente relacionados, deben aludir simultáneamente al ámbito simbólico de orden religioso y al astronómico."⁴⁷
- 5) "El ensayo de lectura de los petroglifos, si la identificación hipotética de los elementos es adecuada, debe ser congruente..., tanto para los petroglifos del Pañhú, como para cualquier otra area Xajay"⁴⁸

47. Idem.

48. Idem.

49. Ibid. pag. 23

50. Idem.

En la relación a lo anterior se llegó a tres niveles en los cuales los diferentes símbolos pueden operar: como invocaciones y como marcadores, rumbos y/o planos.

INVOCACIONES

"La Venerable Madre Luna (Sinono) y el Venerable Padre Sol (Sidada) forman la pareja ancestral del panteón otomí y por lo tanto preceden a distintas deidades que durante el Postclásico fueron adoptadas bajo la subordinación a la Triple Alianza".⁴⁹ La admisión de deidades no es un problema unico del Postclásico. En el Pañhú para el siglo VI dC., se construyó en el costado Oriental de la Plaza Principal, de un Templo dedicado a Tlaloc, estructura renovada y ampliada por lo menos en tres ocasiones. "Que las deidades tutelares de la comunidad Xajay hayan estado albergadas en el Templo Principal, es todavía una hipótesis que se encuentra en proceso de evaluación,... Según las fuentes, los otomíes del Postclásico construían con materiales perecederos las imágenes del Padre y la Madre Vieja".⁵⁰



En los casos de Sidada y Sinono, se les atribuye que las representaciones podrían ser semejentes a la realidad, ambos son de forma circular. Y las únicas dos formas registradas bajo esa característica son los pocitos y las espirales.

Sinono

Los pocitos encontrados en el Pañhú son un elemento frecuente y fueron registrados con otros gráficos, esto quiere decir que posee diferentes significados. Su distribución hace suponer que existía un vínculo importante entre el símbolo y el núcleo arquitectónico principal. Su abundancia y distribución, quizá esta forma de cuenco tallado en piedra pudiera contener metafóricamente a Sinono, La Madre Luna.

51. Ibid. pag. 26

52. Ibid. 27

Sidada

"En su viaje de oriente a poniente, se detiene en la mitad del mundo, en el cenit, donde es enfriado por un fuerte viento que evita el aniquilamiento de los seres vivos."⁵¹ En la cosmología otomí, el Sol posee un ojo del que proviene un calor resplandeciente, por esto la espiral como algo parecido representa y sintetiza la apariencia del sol. Una de característica importante es la dirección del surco, en algunos casos se desarrollan a la derecha y en otros a la izquierda. La direccionalidad del surco alude a las dos acciones diferentes del sol.

Edahi

"Según la Relación de Querétaro, Eday era el dios del Viento...Comparte con la pareja ancestral un lugar en el panteón otomí y parece ser indisociable del binomio primordial. De hecho es precisamente Edahi, el Viento quien enfria a Sidada cuando hace su pausa en la mitad del mundo y lo empuja que continúe su viaje al poniente"⁵² En el Pañhú fueron registrados unos símbolos con forma de s, en posición vertical. La constante de dimensión y pendiente, hace suponer que se trata de algo establecido y con significados específicos. Su ubicación en la roca y el sitio donde están dispuestos y orientados en dirección a la entrada de los vientos orográficos del N y NE (Los vientos secos).



Es importante mencionar que las S del Pañhú son verticales y parece no tener relación con Tlaloc. Incluso se menciona que la escritura petroglífica parece haber sido reservada a las deidades principales del grupo.

LOS RUMBOS Y LOS PLANOS DEL UNIVERSO.

"La cosmovisión otomí del espacio, el universo tiene rumbos definidos y cada uno de ellos aloja un conjunto de poderes."... "El binomio básico define los ejes esenciales que particionan el universo. Tres ejes, uno luminoso en el que transita Sidada, otro oscuro que domina Sinono y uno vertical donde interaccionan las fuerzas del universo."⁵³

Complemento y contraste, un eje es seco y cálido, el otro húmedo y frío, los dos con la misma dirección el primero de oriente a poniente, del nacimiento a la puesta de sol; el otro va de sur a norte, del mundo de los vivos al de los muertos.

El tercer eje va de arriba hacia abajo, en este eje la respuesta es lluvia y el calor germinante.

El Oriente sobresale porque de él emerge el sol y su extremo, donde se oculta es el Poniente. Los extremos sobre la horizontal no solo representa la cumbre, sino la división entre frío y caliente, y su efecto sobre los ciclos vitales de la flora y fauna. "En ambos costados del sitio, específicamente en puntos definidos cerca de las orillas de la meseta, tanto al oriente como al poniente, fueron registrados una serie de petroglifos cuya característica común es que señalaron puntos en el horizonte. Algunos de ellos marcan el solsticio de verano y otros el de invierno."⁵⁴

EL EJE VERTICAL / Tierra y Agua

Las líneas combinadas u ondulantes parecen asociadas directamente a los pocitos, ya interpretados como la Venerable Madre Luna. Sinono sobre ellas, como el viaje nocturno.

53. Ibid. pag. 29

54. Ibid. pag. 30



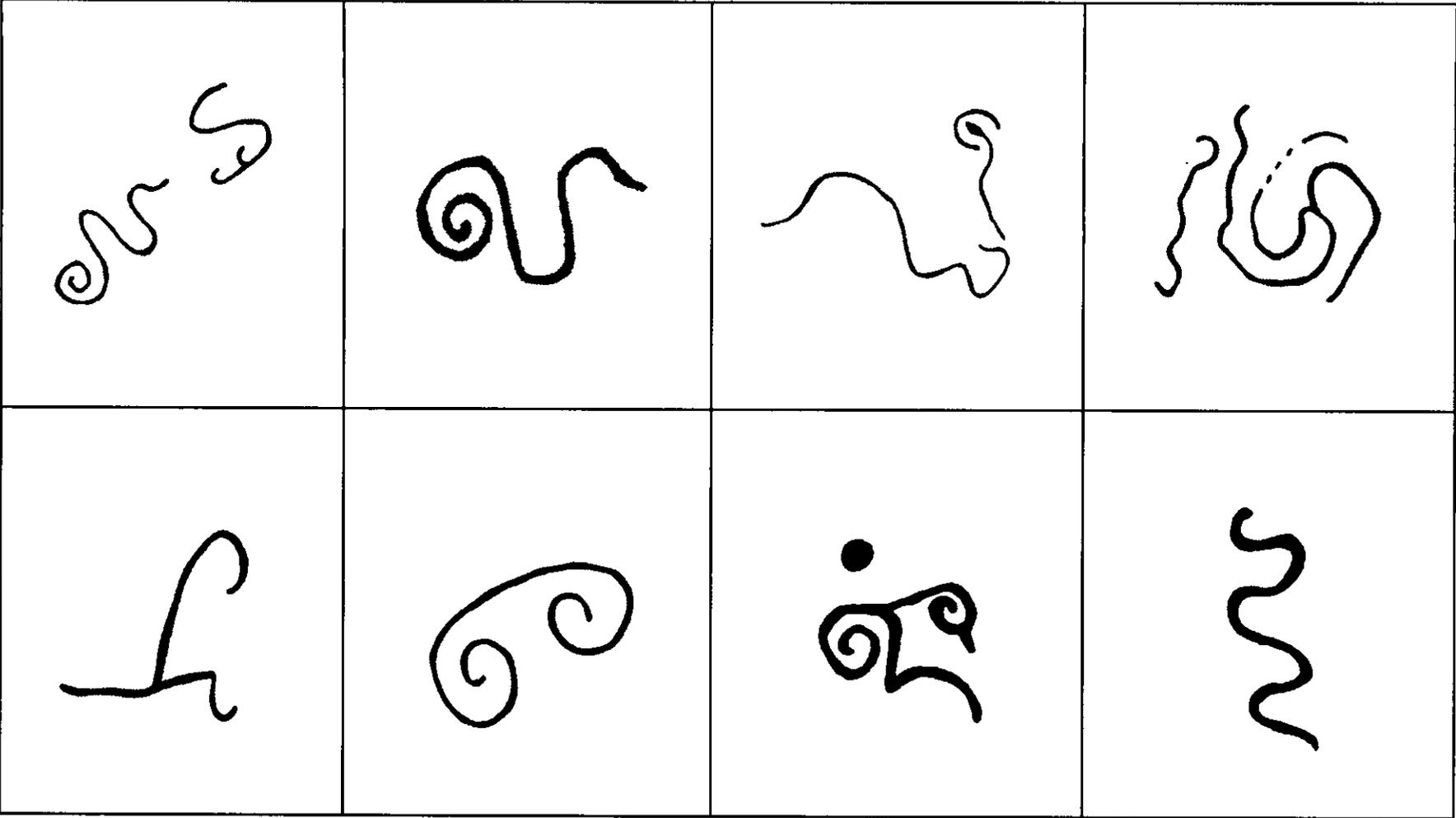
Si casualmente los surcos ondulantes se refieren al plano terrestre, quizá su sentido podría cambiar al asociarse con otros elementos. Por ejemplo cuando los surcos ondulantes son verticales y parecen descender del pocito.

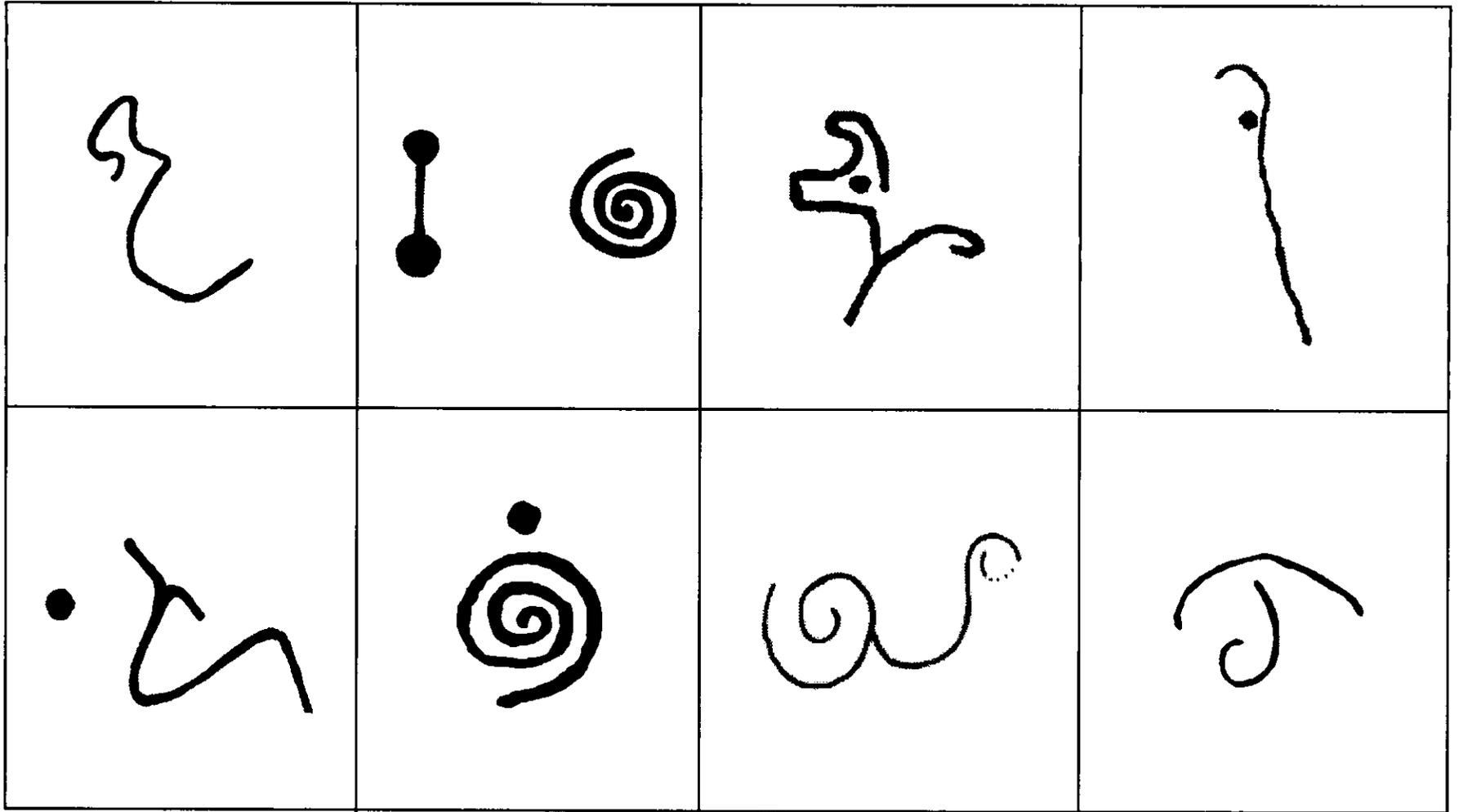
La interpretación que se le dió en el Pañhú es que podrían estar vinculados a la lluvia y la relación con el agua, de forma que la línea que descende del pocito ser a la lluvia Sinono deja caer sobre la tierra que alimenta al hombre.

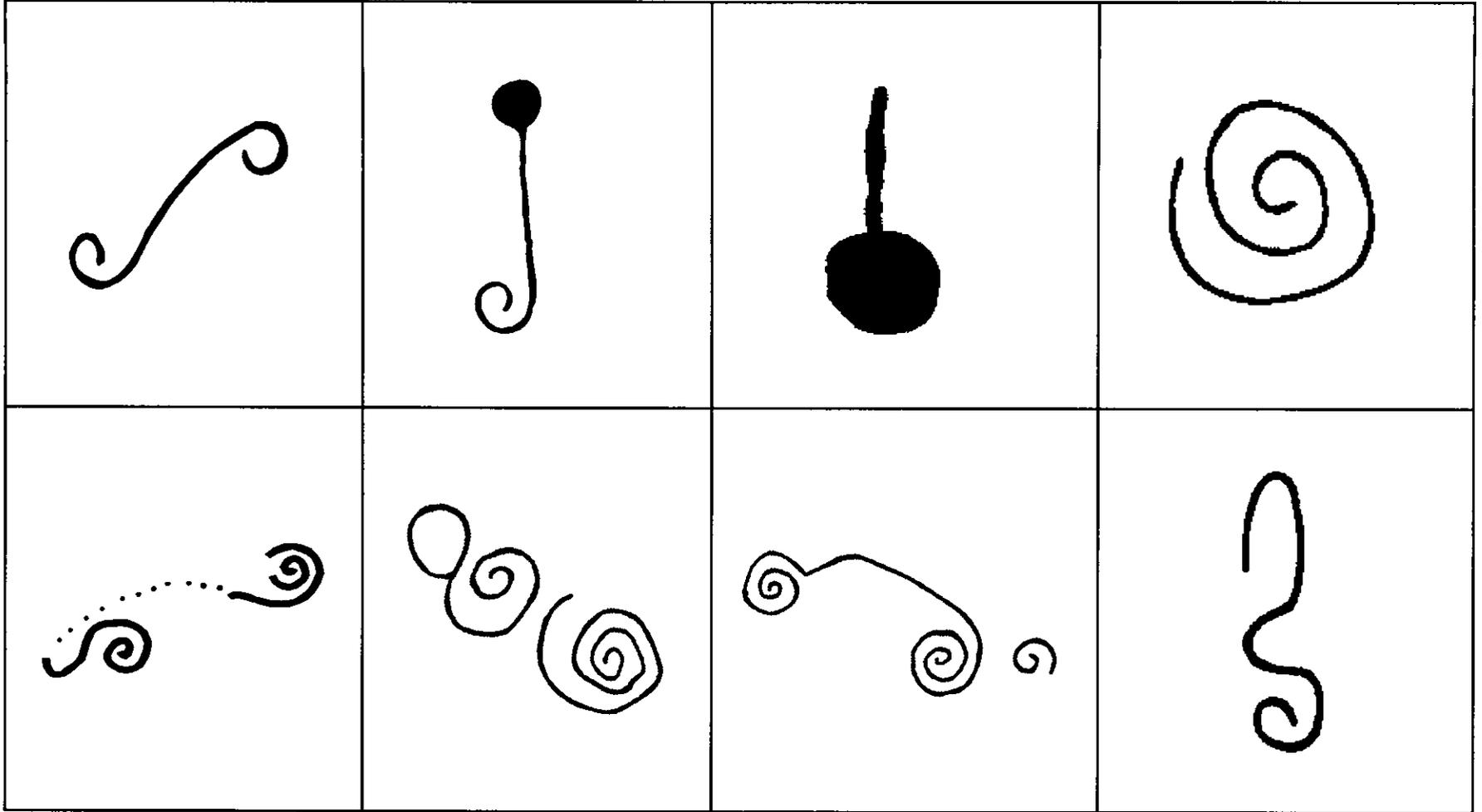
Quizas la información anterior parezca muy técnica, pero considero que es muy importante el incluir la interpretación, para poder entender el porqué de las interpretaciones se mencionan mas adelante.

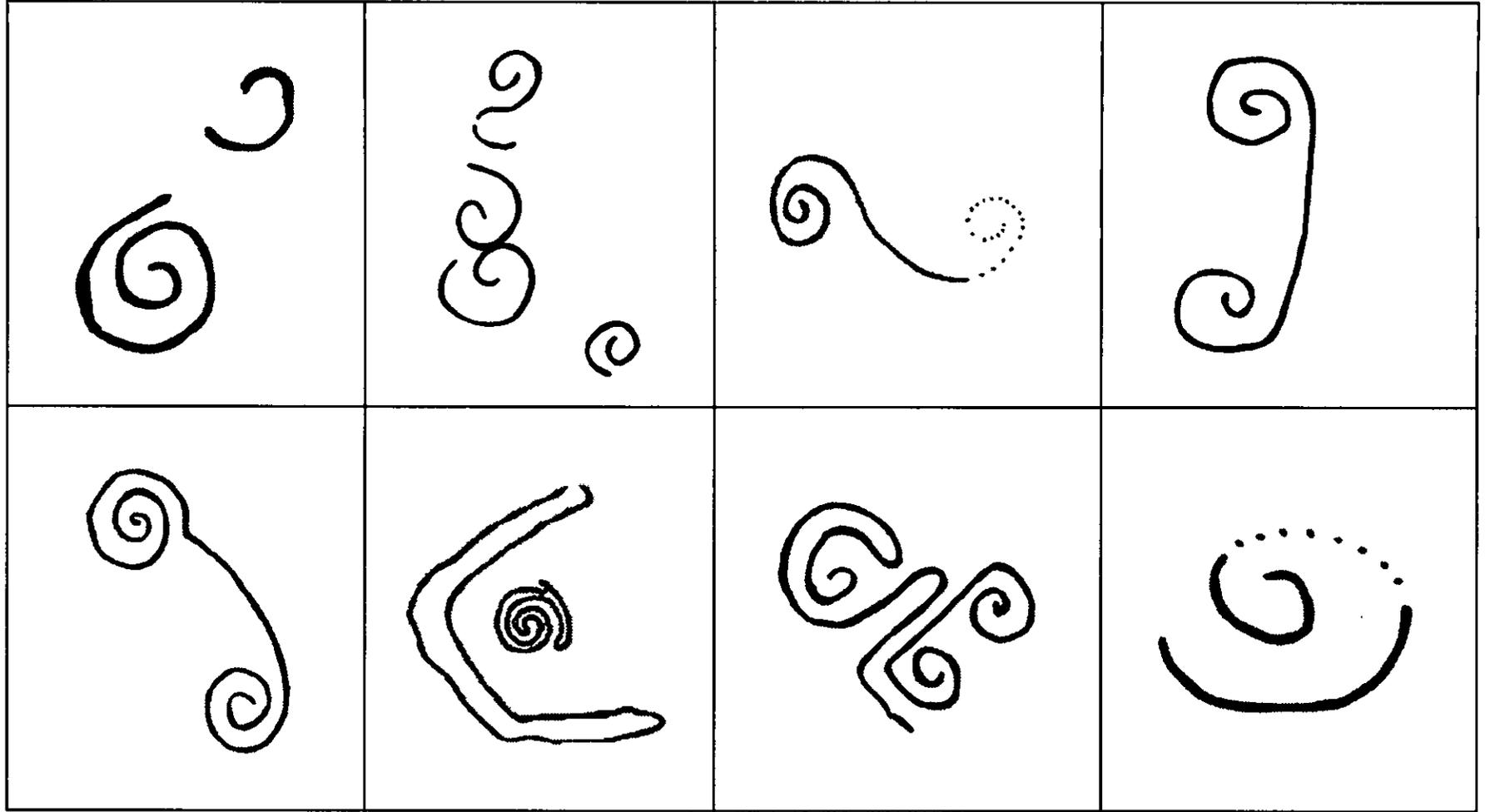


a) Catálogo de Imágenes









b) Constantes formales

Como ya se mencionó en estas zonas se han encontrado gran cantidad de petroglifos, que aunque ninguno es igual a otro, si podemos encontrar algunas constantes como lo son las espirales, los círculos rellenos llamados pocitos, y las S itálicas.

Y de acuerdo a la investigación de petroglifos, todas las interpretaciones giran en torno a estos tres motivos.



"Se trata de una representación aislada de Edahi, el viento. Comunmente no aparece asociada con otros elementos". 55

En el estado de Hidalgo según Guerrero G. Raúl, existen dos importantes símbolos en la artesanía encontrada en Meztlán. Entre las que menciona esta S itálica plasmada en

negro sobre barro blanco; este símbolo se sigue utilizando en las artesanías, bordados, tejidos en blusas, servilletas, bolsas, costales, rebosos etc.

Apesar de no saber que significa, esta es una muestra de la tradición oral, que a pasado por generaciones.

55. Ibid. pag. 37

56. Ibid. pag. 39



"La espiral ascendente representa al Padre Sol que ha emergido y hace su pausa en la mitad del mundo, calentando la tierra."56

Estas espirales, también se encuentran representadas, tanto en restos de cerámica, como en artesanía reciente.





"Este petroglifo invoca a la pareja ancestral, Sidada y Sinono, el sol y la luna. La espiral ascendente que es el venerable Padre Sol, y debajo suyo la cavidad hemisférica que representa a la Madre Luna."⁵⁷

57. Ibid. pág. 42
58. Ibid. pág. 38
59. Idem. pág. 38



Probablemente este petroglifo sea la clara representación de la cosmovisión Xajay."Se compone de dos espirales, la de la izquierda se desarrolla a la derecha; su línea se prolonga en la parte superior para descender después. En el horizonte superior la línea es interceptada por otra que al prolongarse forma una nueva espiral, esta descendente. Encima de todo el motivo, una representación lunar"⁵⁸

Aquí una escena que describe el viaje mítico de Sidada. El Venerable Padre Sol emerge de la oscuridad para iluminar el día. Al mediodía se detiene y su calor desciende a la tierra. Ahí es enfriado por el viento que lo impulsa a seguir su viaje, es entonces cuando Sidada se oculta, enterrándose. En la noche Sinono nos ilumina"⁵⁹



Antes de empezar con el proceso de bocetaje, es importante contemplar algunos aspectos importantes encuaneto a la forma:

-"Las personas tienden a sentirse más atraídas por las formas irregulares que por las rectangulares."60

-El contraste en el tamaño dramatiza el significado, atrae la atención y es mas exitante, "si queremos que algo parezca claramente grande no hay mas que poner otra cosa pequeña junto"61

-Los principales utensilios de los otomíes son la cerámica y piedra, que nos presentan una textura que se podría aplicar a la imagen.

-"La fuente tipográfica debe ser agradable para que sea observada."62

-"Las letras romanas son mas legibles, pues ayudan al lector a captar las formas de las palabras mas rápidamente".63

-"El espacio en blanco entre los elementos dentro del área gráfica debe ser menos que los márgenes para que exista unidad y coherencia."64

-"Las grandes letras en negritas son agradables a niños y ancianos".65

-La dirección de los objetos guían el ojo del lector.

Respecto al color:

-"El color hace que el mensaje se fije mas en la gente."66

-El color debe ser aplicado a los elementos de mayor sigificación, y alcanza su mayor intensidad al combinarse con el negro.

-"Entre mas obscuro sea el fondo, mas claro parecerá el color que esté sobre el."67

-"Es recomendable utilizar el mas obscuro para los mensajes básicos".68

- 60. TURNBULL-BAIRD p. 35
- 61. DONIS A. Dondis. p114
- 62. TURNBULL - BAIRD p99
- 63. Ibid. p. 101
- 64. Ibid. p.106
- 65. Ibid. p.109
- 66. Ibid. p.258
- 67. Ibid. p.259
- 68. Ibid. p.256



c) Bocetaje

Para el primer proceso de bocetaje se trabajó con los dos últimos petroglifos, porque se consideran los mas representativos, además de tomar en cuenta las siguientes conceptos:

Bocetos con el petroglifo No. 38

- a) Este petroglifo fué encontrado en la zona arqueológica "El Pañhú".
- b) Aquí se presentan juntos los dos motivos mas importantes de la cosmovisión Xajay, que son Sidada y Sinono (Sol y Luna).
- c) La espiral es una imagen que se utiliza en la cerámica actual.
- d) Es una imagen armónica, agradable a la vista, sencilla que para la identidad podría funcionar muy bien.
- e) Se propone un diseño muy sencillo para la mejor legibilidad en cualquiera de las aplicaciones en que se pretenda utilizar.
- f) Se manejó un recuadro como envolvente, para darle estabilidad.

**MUSEO
COMUNITARIO**



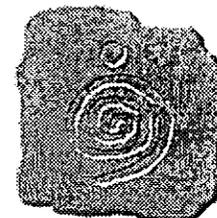
DEL PAÑHÚ

**MUSEO
COMUNITARIO**



XAJAY

**MUSEO
COMUNITARIO**



DEL PAÑHÚ



Bocetos del petroglifo No.17

- a) Este petroglifo también fué encontrado en la zona arqueológica "El Pañhú".
- b) Representa el viaje que hace el sol (Sidada) a lo largo del día, hasta ocultarse, para después aparecer la luna (Sinono).
- c) Es una imagen aunque no simétrica, si muy agradable, sus trazos son armónicos, con un grado de síntesis muy alto, tomando en cuenta lo que representa.
- d) También se propone un diseño muy sencillo para la mejor legibilidad en cualquiera de las aplicaciones en que se pretenda utilizar.

Museo Comunitario



de Pañhú

MUSEO
COMUNITARIO



XAJAY

Museo Comunitario



de Pañhú

MUSEO COMUNITARIO



DE PAÑHU



d) Selección de propuestas formales

Una vez realizado el proceso de bocetaje, se eligieron como mejores propuestas para la identidad del Museo Comunitario del Pañhú, las siguientes:



1. La propuesta no.1, tiene carácter, contemporaneidad, además de ser fácilmente reproducible, el sombreado resalta la imagen, la tipografía es legible, sencilla.

2. La propuesta no. 2, esta propuesta se trabajó sobre una base irregular, dándole la intención de un pedazo de piedra pulida, con la imagen grabada, como es realmente un petroglifo, acompañado de una tipografía formal, que quizá no es la mas adecuada puesto que la imagen no es muy formal.

3. La propuesta no. 3, se manejó una imagen muy parecida a la anterior, pero con una textura de piedra la cual le da un toque de realismo, acompañado por una tipografía sencilla, no formal, pero que se acopla perfectamente al diseño, dando como resultado la mas adecuada.



e) Variantes de solución

MUSEO
COMUNITARIO



DEL PAÑHÚ

MUSEO
COMUNITARIO



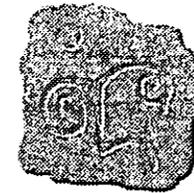
DEL PAÑHÚ

MUSEO
COMUNITARIO



DEL PAÑHÚ

MUSEO
COMUNITARIO

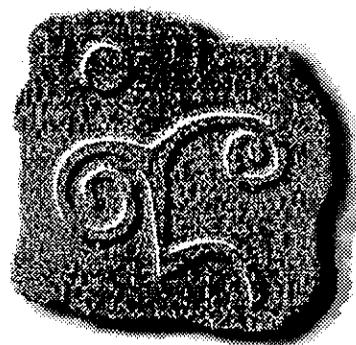


DEL PAÑHÚ



f) Propuesta formal final

MUSEO COMUNITARIO



DEL PAÑHÚ

Identidad Gráfica del Museo Comunitario del Pañhú, fué el resultado de todo un proceso formal, ordenado y dirigido por los datos obtenidos en la fase de investigación y proyectación.

Finalmente se seleccionó el petroglifo 17, porque es la identificación perfecta del Pañhú, si recordamos el significado, Pañhú (es el paso de lo caliente a lo frío y viceversa). Incluso el clima en la meseta tiene que ver mucho con este concepto, hace muchísimo calor, pero por la altitud de la mesa llegan unas fuertes corrientes de aire frío.

Es una imagen trabajada con efectos de relieve en photoshop, simulando un verdadero petroglifo, este tratamiento tiene por objetivo remitirnos a la época prehispánica, para darle volumen se trabajo con un sombreado. Este concepto se complementa porque la gente podrá ver los petroglifos en el sitio, ya que se encuentran grabados en los grandes peñascos del sitio, relacionándolo con la imagen del museo. Va acompañada por una tipografía sin patines que nos evoca claridad y sencillez, es una familia muy particular que cuenta con un trazo irregular como si fuera hecha a mano, puesto que no esta perfectamente delineada ni simétrica, es una tipografía sencilla, legible lo cual hace que se acople con la imagen, formando perfectamente una unidad.



4.2.4.2 Aspecto cromático

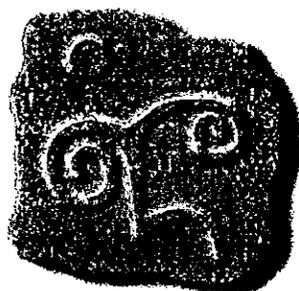
a) Cuadro de pertinencias

	calor	seriedad	cultura	diversión	tranquilidad	
ocre	●	●	●	*	*	8
amarillo	●	/	/	●	/	4
arena rosado	●	●	●	/	*	7
anaranjado	●	/	/	●	/	4

●	=	2
*	=	1
/	=	0

a) Variantes

MUSEO COMUNITARIO



DEL PAÑHÚ

MUSEO COMUNITARIO



DEL PAÑHÚ

El resultado del cuadro de pertenencias reveló que los colores con los que se pueden trabajar las las variantes de solución son:

ocre = 8 puntos

arena rosado = 7 puntos

La primera propuesta se trabajo es con el color ocre y sus posibles variantes tonales, es un color fuerte, con algunas conotaciones psicológicas del color anaranjado y negro.

El anaranjado: es un color cálido que simboliza luminosidad solar, calor, energía, comunicación, causa casi todos los efectos que el color rojo, pero es menos agresivo.

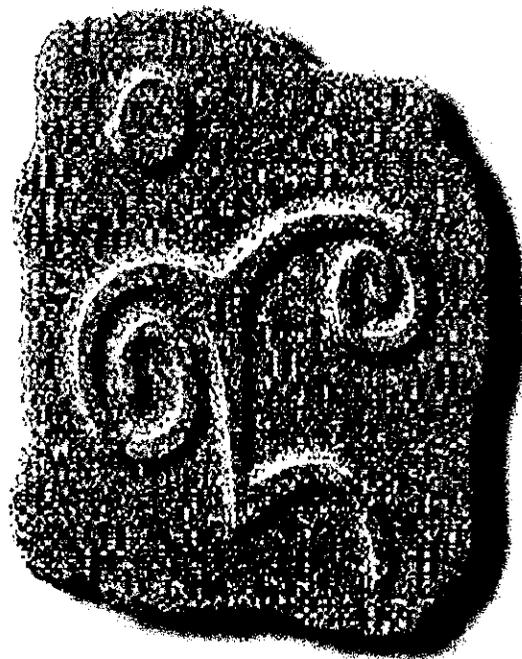
El negro simboliza misterio, oscuridad, elegancia, muerte, se relaciona con lo desconocido.

El ocre es un color que nos evoca al calor intenso de la región, a la tierra, energía, luminosidad. A la imagen le da mucha fuerza este color y al acompañarse por el negro, adquiere una seriedad, formalidad, presencia, como debe tenerla un museo.

La segunda propuesta se trabajó con el color arena rosado, el cual nos remite a la tranquilidad, suavidad, lo poco húmedo del lugar, es un color que predomina en la región ya que las mesas están sobre piedra de cantera. Y en el panorama es el color predominante. Pero acompañado por el negro adquiere seriedad, formalidad y contraste.



b) Selección de color



Identidad Gráfica del Museo Comunitario del Pañhú

Ocre Pantone 464 CV al 20%

Negro 100%



4.2.4.3 Tipografía Corporativa

La tipografía seleccionada fué la Ancient Script, aunque se le hicieron algunas correcciones; como abrir un poco más la E puesto que podría causar problemas de legibilidad y en su reproducción.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 1234567890

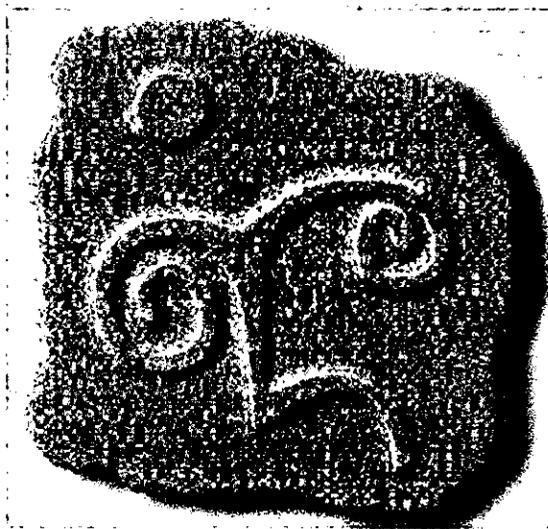
Tipografía complementaria se selecciono la Frnk Gothl TC BK BT

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 1234567890



4.2.4.4 Trazo y construcción de la identidad

MUSEO
COMUNITARIO



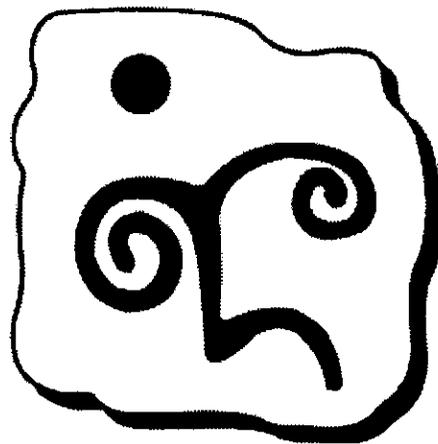
DEL PAÑHÚ



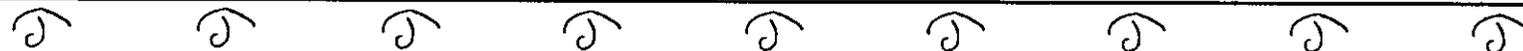
4.2.4.5 Aspectos normativos de la identidad

Para su reproducción en papelería se maneja en plastas para su mejor legibilidad. El color sera negro o si fuera requerida a dos tintas, se maneja el pantone 464cv mencionado anteriormente en el logotipo y el negro en la tipografía y ningun otro color mas.

MUSEO
COMUNITARIO



DEL PAÑHÚ



4.2.4.6 Aplicaciones no autorizadas

- a) La primera por el recuadro y por ser muy pesada en cuanto a la tipografía.
- b) La segunda porque el grosor de la línea es muy delgado y en su reducción se perdería.
- c) La tercera porque la envolvente que se maneja es para reforzar el origen del petroglifo, puesto que se podría mal interpretar como un posible monito.



a)



b)



c)



CONCLUSION

La realización del presente trabajo es la culminación de toda una serie de pasos encaminados a la identificación de un museo.

Es importante en la tarea de todo diseñador gráfico comprender que su trabajo principal consiste en cumplir con ciertas necesidades de comunicación, siempre debe ir respaldado por un método que garantice su funcionalidad y objetividad y que la investigación y experimentación sean partes esenciales para dar una solución racional, objetiva y funcional.

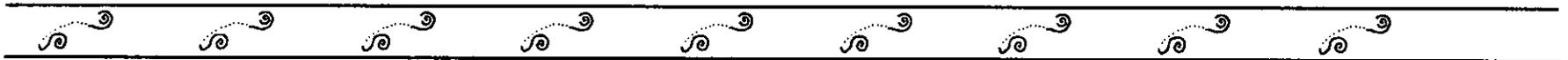
En este caso el reto fué crear una imagen que representara a una cultura, que incite a la gente a visitar el museo. Desde luego el lograr que la imagen funcione dependerá de que el diseño sea original y atractivo.

Para lo cual se retomaron imágenes prehispánicas, trabajadas de tal manera que representen actualidad y formen parte de nuestro presente nacional e internacional.

Los museos siempre han sido lugares cuyo valor y riqueza son incalculables, pues enriquecen día a día nuestra cultura transportandonos como un viaje en el tiempo a lugares y pensamientos humanos que no imaginamos.

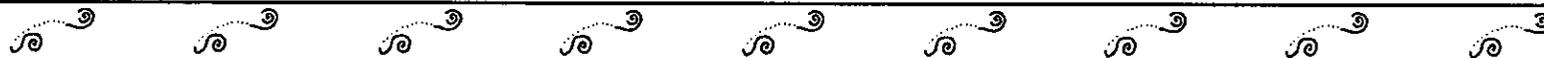
El Museo Comunitario de Pañhú es una puerta a nuestros antepasados por lo cual podemos conocer su percepción del mundo a través de sus grabados, cerámica, ritos, costumbres y expresiones artísticas. Es muy importante la función social que están haciendo, principalmente por que son los más interesados en dar a conocer sus raíces.

Para colaborar con dicha función, es importante la colaboración de los diseñadores a través de elementos gráficos que apoyen a estos lugares.



BIBLIOGRAFIA

- ACOSTA, JorgeR. "Las exploraciones arqueológicas en Tula", Instituto Nacional de Antropología e Historia Centro regional de Hidalgo 995.
- ARELLANO Zavaleta, Manuel "La Teotlalpan y el Mezquital en el siglo XVI" en Memoria del Primer Congreso de la Cultura del Estado de Hidalgo. Universidad Autónoma de Hidalgo, Pachuca 1970.
- BERNAL, Ignacio "Museo Nacional de Antropología de México." Coloquio.
- CAMARENA C. y MORALES T., VALERIANO C.;"Pasos para crear un museo comunitario". INAH, Bellas Artes 1a. edición 1994.
- CARRASCO Pizana, Pedro "Los Otomies. cultura e historia prehispánica de los pueblos mesoamericanos de habla otomiana." Serie Andrés Molina Enríquez. Colección Antropología Social. Gobierno de Estado de México. Toluca 1979.
- COSTA Joan, "Imagen Global" CEAC, Enciclopedia de Diseño; Ed.CEAC, Barcelona 1987,
- CHÁVEZ Norberto."Teoría y Metodología de la Identificación Institucional."
- CHAM S. Katz, et. al "Diccionario básico de la comunicación", 1992
- DONIS A.Dondis, "La sintaxis de la imagen" edit. Gustavo Gili, Barcelona, 1986.
- FERNÁNDEZ , Miguel Angel "Historia de los Museos en México" Promotora de Comercialización directa, México 1989.
- FERNÁNDEZ DAVILA, Enrique Coordinador. "Simposium sobre Arquitectura en el edo. de Hidalgo". Trabajo reciente. 1989 pp. 156 México D.F. Publicado en 1994
- FRUTIGER, Adrián "Símbolos, signos, marcas y señales." 1994.
- GALINIER, Jaques, "La mitad del mundo: Cuerpo y cosmos en los rituales otomíes". México, UNAM, Instituto de Investigaciones Antropológicas; 1990.
- GAMIO, Manuel "Las excavaciones del Pedregal de San Angel y la cultura Arcaica del Valle de México". Arqueología e Indigenismo. Introducción y Selección de Eduardo Matos Sep. Setentas No. 24 SEP México 1972.



GARBETT Thomas F. "Imagen Corporativa como crearla y proyectarla", Ed.Legis, Colombia, 1991.

GONZÁLEZ Crespo, Norberto, "Reporte Arqueológico 1995", INAH.

GONZÁLEZ Quintero, Lauro "Tipos de Vegetación del Valle del Mezquital, Hidalgo" Departamento de Prehistoria INAH, México 1968.

GUERRERO Guerrero, Raúl, "Los otomies del Valle del Mezquital" Modos de vida etnografía y folklore. México CRH-INAH DIF-Hidalgo 1983.

ICOM (Consejo Internacional de Museos) Copenhage 1974.

ITTEN Johanes "El arte del color" Trad. Martha Silvia Rubio et.al 1973.

JOHNSON Irmgard, Weittaner "Los Textiles" 1997.

LEÓN, Aurora "El museo teoría praxis y utopía". Museos étnicos populares 2a. ed Edit. Catedra, Madrid 1982.

LÓPEZ A. Mtro. Fernando, "Historia Prehispánica del Valle del Mezquital". (Libro chiquito)

LÓPEZ A. Mtro. Fernando, Tesis de Doctorado FFL "Simbolos del Tiempo. Los pueblos de indios del Valle del Mezquital". 1997

KÜPPERS Harald "Fundamentos de la teoría de los colores" Ed. G.Gili 1992.

MENDIZÁBAL, Miguel Othón "Evolución económica y social del Valle del Mezquital." Obras completas Tomo VI. Talleres Gráficos de la Nación México, 1947.

MENDIZÁBAL, Miguel Othón "Los otomies no fueron los primeros pobladores del Valle de México". En obras completas Tomo II, Talleres Gráficos de La Nación. México 1946.

MORETT A. Luis, "Il Coloquio de Historia Regional 1996" Hidalgo, U .A.Ch.

OLVER V. Beatriz, "Catálogo de las Colecciones Etnográficas del Museo Nacional de Antropología". INAH, 1996. Relación de Querétaro.

RICARD, André "El diseño ¿porqué?", Colección Punto y línea, Ed. G. Gilli.



ROSELLI, Eugene "Manual de Identidad Corporativa" Ed. Gustavo Gili 1991.

SAHAGÚN, Fray Bernardino de, "Historia General de las Cosas de la Nueva España". México, Ed.Porrúa 1975 Colección Sepan Cuantos No.300; III tomos.

SCHMILCHUK, Graciela. "Museos: Comunicación y Educación". Antología comentada. Colección Artes Plásticas Serie Investigación y Documentación de las Artes en México, INBA, 1987. Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información de Artes Plásticas.

SOUSTELLE, Jacques "La familia otomi-pame"

TRANFO, Luigi "Vida y magia en un pueblo otomí del mezquital" I.N.I. (SEP-INI) México 1974.

TORRES F."El cartel", editor, Valencia. 1977.

TURNBULL Artur- BAIRD Rusell N. Comunicación Gráfica edit. Trillas, México, 1986.

WRIGHT David, "Querétaro en el siglo XVI". Fuentes documentales primarias. Documentos de Querétaro, México,1989.

WUCIUS Wong. "Principios del color", G.Gilli, México, 1990.

