



UNIVERSIDAD INSURGENTES

PLANTEL XOLA

LICENCIATURA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL CON
INCORPORACION A LA U.N.A.M. CLAVE 3315-31

“Génesis del logotipo de la empresa Paletería Maya”

T E S I N A

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

P R E S E N T A

LUIS FERNANDO BARRAGÁN JIMÉNEZ

ASESORA: LIC. CLAUDIA BEATRIZ VAZQUEZ BARAJAS

MEXICO D.F.

2008



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.

Agradecimientos.

A MI FAMILIA, que han sido la parte fundamental en cada logro obtenido; donde se han cimentado todas y cada una de mis metas, para posteriormente materializarlas.

En especial a mis padres Guillermo Barragán y Araceli Jiménez, a mis hermanos César y Karla, por apoyarme en los momentos buenos y malos, por el sacrificio que hicieron cada uno de ellos para permitirme llegar a estas instancias, gracias por el apoyo y amor brindado, gracias por creer en mí.

Porque sin ustedes nada de lo que he realizado tendría el mismo valor, ni el mismo sentido, por ese motivo siéntanse tan orgullosos como yo, porque este logro también es suyo.

A MIS MAESTROS, que creyeron en este proyecto desde un principio para convertirse en cómplices; a todos y cada uno de ellos, los cuales he encontrado en el transcurso de mi vida, porque creo firmemente que, han contribuido de una u otra manera para encontrarme en este punto y saber que valió la pena el esfuerzo

realizado; porque el camino fue más fácil, gracias a esa gente que considero tan importante para mí, no sólo en mi preparación académica y formación profesional sino también, en mi formación personal.

A MIS AMIGOS, que en este proceso aportaron algo, por mínimo que haya sido para mí tiene una gran valía y ahora se ve reflejado en la culminación de este proyecto.

A MI GUÍA, porque al encontrarnos en esta vida, te dije a donde quería dirigirme, y me supiste asesorar y conducir por el camino adecuado. Gracias por compartirme tu tiempo, la experiencia y el profesionalismo que te caracteriza.

A LA VIDA, por ofrecerme esta oportunidad, hoy convertida en triunfo, teniendo como resultado la obtención de mi título profesional.

A TI, que al leer estas líneas ya eres parte de mí.

En memoria de Paola García q.e.p.d.

ÍNDICE

Génesis del logotipo de la empresa “ Paletería Maya “

Capítulo 1.

Fundamentos conceptuales para el diseño del logotipo.

<i>1.1.1 El Diseño Gráfico.</i>	<i>5</i>
<i>1.1.1 El Logotipo.</i>	<i>8</i>
<i>1.1.3 Imagen Corporativa.</i>	<i>9</i>
<i>1.1.4 Identidad Corporativa.</i>	<i>10</i>
<i>1.2.1 El Signo.</i>	<i>12</i>
<i>1.2.2 La Semiología.</i>	<i>13</i>
<i>1.3.1 La Semántica.</i>	<i>15</i>
<i>1.3.2 La Metalingüística.</i>	<i>16</i>

Capítulo 2.

Origen, entorno y visión de la empresa “ Palettería Maya “

<i>2.1.1 Fundación de la empresa “ Palettería Maya “.</i>	<i>17</i>
<i>2.1.2 Origen de el nombre.</i>	<i>18</i>
<i>2.2.1 Elementos de identidad.</i>	<i>19</i>
<i>2.2.2 Visión de la empresa “ Palettería Maya”.</i>	<i>21</i>
<i>2.3.1 Tradición generacional</i>	<i>22</i>

Capítulo 3.

Generación del proyecto gráfico por metodología de Joan Costa.

<i>3.1.1 Intención del logotipo.</i>	<i>23</i>
<i>3.1.2 Generación y desarrollo.</i>	<i>24</i>
<i>3.1.3 Proceso Creativo .</i>	<i>33</i>

<i>Conclusiones.</i>	<i>35</i>
----------------------	-----------

<i>Bibliografía.</i>	<i>37</i>
----------------------	-----------

Capítulo 1.

Fundamentos conceptuales para el diseño del logotipo.

1.1.1 El Diseño Gráfico.

El Diseño Gráfico es la disciplina mediática en función de comunicar un mensaje, valiéndose de un lenguaje que permita ser entendido por el receptor. El Diseño va desde lo general hasta lo individual, *ad hoc* al receptor.

Es necesario saber a quién va dirigido el mensaje, para de esta forma las pretensiones comunicativas del diseño se sustenten en un conocimiento previo del receptor; en otros casos, el diseño cumpliendo con su función social da a conocer un conjunto de elementos no obstante que se carezca del conocimiento y es asimilado por su entorno.

El Diseño surge como una necesidad humana para comunicar de manera ordenada ideas o mensajes mediante la correcta disposición de diversos elementos gráficos; éstos pueden ser tan básicos como el punto, la línea, el color.

Desde el inicio de los tiempos el ser humano ha intentado comunicarse de muchas y diversas formas, es ahí donde aparece de manera innata el Diseño. El Diseño es la intención de dar un orden significativo al emitir un mensaje.

Cabe destacar la forma consciente en que se desarrolla un diseño, de ésta manera el discurso empleado tendría como fin una buena aceptación basada en su funcionalidad.

La Revolución Industrial podría ser la pauta que origina el desarrollo del diseño, siendo un medio que asume la responsabilidad de preñar la individualidad y asimismo distinguirlas de la simple producción.

La palabra diseño se deriva del latín *designare*, que a su vez significa marcar, designar.

El diseño es la disciplina que tiene por objetivo satisfacer las necesidades de comunicación por medio de un lenguaje unívoco.

Dentro del ámbito social el concepto de Diseño adquiere interpretaciones disímiles; en ocasiones es asimilado como un dibujo o trazo, en otros el plan para realizar algo y en algunas ocasiones como el objeto elaborado o bien como una disciplina.

Algunos autores sugieren que el problema del diseño se origina en gran medida a su propia definición. Para efecto de este estudio el diseño será entendido como una disciplina.

“Diseñar es la actividad objeto de estudio del diseño, que en tanto disciplina estudia el comportamiento de las formas, sus combinaciones, su coherencia asociativa, sus posibilidades funcionales y sus valores estéticos captados en su integridad. El factor integrante de este proceso lo constituye la interacción del diseño, el diseñador y lo diseñado”

- Vilchis, Luz del Carmen. “Metodología del Diseño” Fundamentos Teóricos 1ª edición 1998, pag. 38, Clares Latinoamericanas.

Es preciso mencionar que una característica del Diseño Gráfico, es la de mostrar visualmente un discurso lingüístico para de esta forma el mensaje pueda estar sustentado valiéndose de recursos como son la fotografía, imágenes, ilustraciones por mencionar sólo algunos.

La gama que posee el Diseño para poder expresarse es amplia, ya que existen diferentes medios para poder plasmar un discurso o idea que pretende llegar a un público en específico. De esta misma forma se analiza a quien se pretende comunicar el mensaje, para así definir

cual es el método adecuado y a su vez define el canal para comunicarlo.

1.1.2 El Logotipo.

El logotipo es el conjunto de elementos gráficos que tienen como fin representar a una persona o razón social, destacando las características más importantes de éstas.

La generación de un logotipo es en función de lograr una identidad visual con respecto al receptor por medio de signos, símbolos o imágenes; en algunos casos puede ser utilizados para uso personal y en algunos otros con fines comerciales.

En el caso del logotipo puede ser entendido como un signo visual de identidad, pues este es la forma individual que adquiere una grafía. Regularmente es una o más palabras, o en algunos casos la abreviación de las mismas.

En cuanto a la etimología de la palabra logotipo, viene del griego *logos* ‘palabra o discurso’ y de *typos* ‘golpe de una forma impronta’, es decir, logotipo significa palabra impresa.

Un logo es un grupo de letras, símbolos, abreviaturas, cifras, fundidas en un solo bloque para facilitar una composición tipográfica. Es la firma de su compañía que se puede aplicar en toda clase de material impreso o visual. Un buen diseño de logo refleja la identidad corporativa de una empresa y tiene una relevancia fundamental en el éxito de ésta. El diseño de un logotipo apropiado ayuda a su empresa a ser reconocida y mejor recordada por sus clientes.

La mayoría de los comercios, grandes y pequeños, requieren una imagen comercial que estará presente en todo el material impreso de la compañía. El objetivo es establecer una etiqueta distintiva y apropiada que separe a este comercio de sus competidores.

1.1.3 Imagen Corporativa.

La Imagen Corporativa, “la imagen es la representación mental de una empresa que tiene la capacidad de condicionar y determinar, incluso, las actitudes de un grupo social en relación con esta empresa” - Joan Costa, la imagen de la empresa. Métodos de comunicación integral.

Se puede entender como la percepción global que puede tenerse de una empresa y mediante la cual puede proyectar sus valores y atributos respecto a otras.

1.1.4 Identidad Corporativa.

Identidad Corporativa es el conjunto de signos visuales integrados que tiene como finalidad asociar, reconocer, distinguir y recordar a un grupo o empresa con respecto a las demás.

La Identidad Corporativa va en función de la imagen que puede proyectar una empresa y mediante la cual puede ser identificada la razón social.

Joan Costa define la Identidad Corporativa como “un sistema de signos visuales que tiene por objeto distinguir – facilitar el reconocimiento y la recordación – a una empresa u organización de las demás”

Es el uso de signos o el conjunto de estos, lo que permite enfatizar o subrayar las características de la empresa.

Mediante el significado individual de los elementos que conforman la identidad de la empresa se pretende comunicar un solo mensaje con las características de dicha organización. Es importante resaltar la imagen de la empresa mediante connotaciones positivas con el uso de los signos adecuados.

Los signos que integran la identidad corporativa son de diversa naturaleza.

- Lingüística: El nombre de la empresa es un elemento de designación verbal que el diseñador convierte en una grafía diferente.
- Icónica: Se refiere a la marca gráfica o distintivo figurativo de la empresa, cuyo uso proviene de la costumbre ancestral del acto de marcar con una señal indeleble los objetos y las cosas. La marca asume dos funciones, una de carácter comercial y la otra de carácter institucional. Cualquiera que sea su forma y su intencionalidad expresiva, la marca cristaliza en un símbolo (un signo convencional portador de significados), que cada vez responde más a las exigencias técnicas de los medios.

- Cromática: Consiste en el color, o colores, que la empresa adopta como distintivo emblemático.

- Guiraud Pierre, La Semiología, 29 edición 2006, siglo XXI.

1.2.1 El Signo.

El signo es la menor expresión gráfica. Su nombre tiene origen en el vocablo griego semeion. El signo como tal, comunica ideas por medio de mensajes.

“Un signo es un estímulo – es decir una sustancia sensible – cuya imagen mental está asociada en nuestro espíritu a la imagen de otro estímulo que ese signo tiene por función evocar con el objeto de establecer una comunicación”

- Guiraud, Pierre. La Semiología, 29 edición, p. 33 2006, siglo XXI.

El uso de un elemento gráfico como lo es el signo, coadyuvará a sustentar el nombre de la empresa para la cual se desarrollará el logotipo.

Emplear signos es la manera de sintetizar ideas por medio de un lenguaje, estableciendo así una relación con el receptor.

1.2.2 La Semiología.

La Semiología es la ciencia que tiene como propósito estudiar la función y la forma de los signos. Su nombre proviene del vocablo griego *semeion* que a su vez quiere decir signo.

Cabe señalar que el diseño se puede valer de diferentes recursos, uno de ellos sería la Semiología. De esta manera se logra un mejor entendimiento del mensaje y permite satisfacer las necesidades de racionalidad que los signos comprenden.

La Semiología deberá ser entendida como la ciencia dedicada a estudiar el comportamiento de los signos en la sociedad. Esta definición fue concebida por *Ferdinand de Saussure* para demostrar en que consisten los signos y cuáles son las leyes que los rigen. Es decir, explicar la forma y función de los signos.

Es importante no confundir la acepción homónima referente al término médico que estudia los síntomas mediante los cuales se manifiestan las enfermedades.

La Semiología es también llamada Semiótica debido a que por las mismas fechas que Saussure, Charles S. Peirce postuló una teoría lógica que definía a los signos.

“La Lógica en su sentido general es, creo haberlo demostrado, solamente otra palabra que designa a la Semiótica, una doctrina ‘*quasi necessaria*’ o formal de los signos”

- Guiraud Pierre, La Semiología, 29 edición 2006, siglo XXI.

Básicamente ambos autores se refieren a una misma ciencia y la denominación de ésta depende de el lugar; es decir, para los europeos es reconocida con el término de Semiología y para los anglosajones Semiótica. La primera según Saussure va en el sentido de la función social del signo y Peirce lo define por su función lógica.

1.3.1 La Semántica.

La Semántica es el sentido que adquieren los significantes. Su origen etimológico es del griego *semantikos*, ‘lo que tiene significado’.

Al entender las imágenes como lenguaje visual, la Semántica permite analizar el sentido y significado de cada imagen o el conjunto de las mismas.

Es decir, la Semántica puede ser empleada como factor para emitir un mensaje de manera concreta y sin ser abundante.

La Semántica define el sentido de los signos y permite su utilización para la explicación o atribución de conceptos.

En síntesis, la Semántica permite conocer el significado que puede contener un elemento visual y cómo su interpretación dependerá directamente de su entorno y aplicación.

1.3.2 La Metalingüística.

La Metalingüística es una ciencia que se desprende de la Lingüística, la cuál estudia más allá del lenguaje estructurado, su desarrollo o las normas que lo rigen. Es decir, ahonda en cada uno de los detalles para comunicar diversos mensajes, o bien el mismo mensaje pero de diferentes formas en una imagen.

Realmente la Metalingüística permite ir a fondo y pregar su mensaje aunque a simple vista no sea percibido.

La Metalingüística consiste en darle un sentido a los signos con base en un sistema conceptual distinto a los ya establecidos. Es la interpretación del lenguaje (signos) la que será interpretada de acuerdo al contexto en el cual se encuentra.

La Metalingüística es un recurso más que permite demostrar la misma o diferentes ideas en una “simple imagen”, entiéndase como simple por la sencillez de su lenguaje.

Capítulo 2.

Origen, entorno y visión de la empresa “ Paletería Maya “

2.1.1 Fundación de la empresa “ Paletería Maya “.

La fundación de la Paletería Maya surge como un negocio de tradición familiar, ya que han sido tres generaciones las que han brindado servicio y atención personal desde el año 1974 durante tres décadas ininterrumpidas.

Los fundadores son originarios del estado de Michoacán, siendo éste el lugar de procedencia de las paletas en México.

En un inicio surge por la necesidad de ofrecer productos basados en un oficio de tanta tradición en México, resultando en una Paletería que lleva a cabo una labor artesanal en cada producto elaborado.

2.1.2 Origen de el nombre.

Esto surge por la inquietud en el dueño y fundador durante el tiempo que estuvo laborando en una paletería y aprendió el oficio de la elaboración de paletas.

Encontró la manera de tener su propio negocio, fue así como buscó un establecimiento que le rentaban y en el cual adapto los muebles y equipo necesarias para así poder desarrollar la elaboración de las paletas y productos asociados a este rubro.

Es así como llegó a la Colonia de los Doctores, encontrando un local a un costado del conocido Cine Maya (actualmente es una agencia de automóviles de una prestigiada marca).

El nombre de la Paletería (Maya) se debe a la proximidad con el Cine del mismo nombre y por consecuencia una tradición casi obligada de comprar paletas o helados al acudir a ver una función a este inmueble o bien al concluir la película y salir para endulzar el camino a casa.

2.2.1 Elementos de identidad.

Los elementos de identidad que posee la Paletería Maya que por consecuencia se asocian con ella, se limitan al uso del color azul característico del establecimiento.

Ya que por tradición ha sido empleado en la fachada del lugar, es importante señalar que el uso de este color radica de forma accidental; dado que en sus inicios no estaba consolidado como el color representativo de la empresa.

Ahora con la finalidad de darle una imagen, se trata de rescatar el color azul y su combinación con el blanco.

El color azul ha sido empleado a manera de color institucional en gran medida a una tradición, pero basado en el principio de la relación que existe entre los colores fríos (el azul es el principal en esta clasificación) y el agua (elemento principal en la elaboración de paletas), así como también las temperaturas bajas (característica esencial para la formación del hielo).

Además del color azul, la Paletería Maya también emplea el color blanco para complementarlo de manera armónica.

El color blanco contrasta con el azul y permite acentuar en gran medida el efecto de un ambiente frío, que identifique al establecimiento como una Paletería.

El azul puede concebirse como un color flexible y polifacético ya que sus diferentes atributos resultan en diversas denotaciones y en general con un sentido aceptable.

Este color prevalece en nuestro entorno diario, y se le adjudican algunas connotaciones son la espiritualidad y la limpieza.

En el caso específico del servicio que ofrece la Paletería Maya, es importante destacar la higiene con la que son elaborados cada uno de los productos; la limpieza es parte fundamental en el caso de productos alimenticios que ofrece esta empresa.

El blanco en este caso viene a confirmar lo que el azul establece previamente, denotando la limpieza e higiene con que son elaborados los productos de la empresa.

También se emplea el color blanco debido a las connotaciones de pureza en los alimentos, así como los ingredientes y frutas utilizadas para la elaboración de cada producto.

2.2.2 Visión de la empresa “ Paletería Maya”.

La visión de la empresa Paletería Maya consiste en ser una empresa de giro comercial que va dirigido a todo tipo de mercado.

Buscando ser una empresa reconocida por su variedad de sabores, calidad de productos, excelente servicio a precios accesibles. Teniendo como objetivo principal la total satisfacción del cliente.

La Paletería Maya tiene como objetivo principal la total satisfacción del cliente, en sabor, variedad, calidad y servicios al mejor precio, ya que esto garantiza que al momento de que los clientes tengan opciones para comprar una paleta.

Es importante destacar la tradición y la unión que existe en esta empresa como dos de los factores más importantes que han mantenido vigente a la Paletería Maya con el transcurrir de los años.

La limpieza, la higiene y la calidad son la triada garantizada por esta empresa en la elaboración de todos y cada uno de sus productos.

2.3.1 Tradición Generacional.

La empresa Paletería Maya se caracteriza por dejar la receta de la elaboración de sus productos en cada generación y mostrarles el oficio artesanal que implica el dedicarse a este giro comercial; ya que es común encontrar productos elaborados por industrias que carecen del toque personal siendo esta la parte más tradicional de la Paletería Maya.

Cada generación aporta su sello y personalidad sin perder la esencia que durante años ha sido tradición de esta empresa familiar.

No obstante que se reconoce como una empresa que ha sufrido diferentes cambios, ha conservado la base que le ha permitido mantenerse en el gusto de la gente durante tantos años. Ha subsistido a fenómenos naturales graves como el terremoto de 1985.

Cabe señalar que la elaboración esta cimentada en el uso de productos netamente naturales, frutas de temporada y de la más alta calidad.

Capítulo 3.

Generación del proyecto gráfico por metodología de Joan Costa.

3.1.1 Intención del logotipo.

La forma mínima de identificación para una empresa por medio de el logotipo es por medio de la letra inicial o en algunos casos las iniciales del nombre. Este principio es fundamental, en el caso específico de Maya se toma la letra M como la que soporte el resto del nombre; esto tiene diferentes manejos, una de ellas es destacar la letra M con un tamaño distinto o bien un color que contraste.

En el caso de Palettería Maya, se recurre al uso de un elemento figurativo que evoca a la escultura del Chac Mool en un recurso gráfico de sustracción en la letra M que a su vez funge como imagen central de la composición.

3.1.2 Generación y desarrollo.

3.1.2 a.



3.1.2 b.



3.1.2 c.



3.1.2 d.



3.1.2 e.



3.1.2 f.



3.1.2 g.



3.1.2 h.



3.1.2 i.



3.1.3 Proceso Creativo.

La manera en que se plantea la problemática para crear un logotipo con elementos que remitan al nombre de la empresa y al giro que aparentemente no tienen relación alguna. La idea de generar un logotipo mediante el cual exista un sincretismo entre las figuras que evoquen a la cultura Maya y a la elaboración de Paletas, en un principio podría parecer poco acertado. El desarrollo de este logotipo tiene su origen en encontrar formas representativas de los mayas y encontrar la manera de fusionarla al giro de la empresa; Es necesario hacer uso de los elementos que puedan ser identificados de manera clara.

En la elección de la grafía, se visualizó dentro de la letra M que forma la palabra MAYA agregar elementos ornamentales empleados por dicha cultura; tanto en su escritura como en su arquitectura.

Retomando el giro que tiene la empresa PALETERÍA MAYA elaboración de paletas y helados se encuentra el primer hilo conductor para localizar la relación existente con el nombre y que esta a su vez nos remite a la cultura.

En diversos manuscritos antiguos se ha encontrado que en las culturas Prehispánicas durante las celebraciones religiosas, agradecían y ofrendaban a los dioses manjares elaborados a base de productos naturales como agua, leche, miel y frutos; para ellos constituían estos últimos muestra de la abundancia que los dioses permitían en la tierra.

El elemento natural adicional, era la parte más exquisita de esta preparación y de mayor significado pues designaban a corredores especiales para traer hielo de las montañas más altas y nevadas. Posteriormente en una cubeta de madera se vaciaba el líquido con los frutos y la miel, esta se ponía en una cubeta más grande que contenía hielo y sal, después giraban la cubeta hasta que se congelara el líquido y así elaboraban la nieve.

Es justo aquí cuando se encuentra la relación existente desde el origen, ahora el siguiente paso es poner un electro gráfico lo suficientemente fuerte y que pueda permear tanto a la cultura como al nombre (MAYA).

Conclusiones.

Al igual que la cultura Maya, el diseño del logotipo es sencillo sin dejar de ser expresivo; contiene diversos elementos distribuidos y de manera ordenada, es decir definiendo el peso visual a cada uno de los elementos.

Estos elementos se concentran en una figura que con geométrica básica como es el círculo, el cual está delimitado por medio de elementos ornamentales de características mayas los cuales eran empleados en la arquitectura Puuc.

El texto PALETERÍA que refiere al giro de la empresa y TRADICIÓN DESDE 1974 el cual indica la fecha en que comenzó la empresa. Esta es una muestra de 'La Ley del Cierre', la cual indica que mentalmente añade los elementos faltantes para conformar el círculo.

Al centro se encuentra la letra M con un trazo firme y es empleado como signo gráfico de la empresa en yuxtaposición con la figura estilizada del Chac Mool, el cual se vincula inmediatamente con la cultura prehispánica y de manera específica con la antigua

civilización Maya. La figura resultante en positivo-negativo es ambigua y con una interrelación activa.

La palabra MAYA que se encuentra debajo de la figura central y aun contenida en el círculo previamente expuesto, con una grafía de características simples ya que denota una elaboración manual por los trazos que posee y una fuerza en el trazo, destacando así el nombre de la empresa.

El color azul, es utilizado debido a que en la cultura maya existió un pigmento que ellos elaboraban y empleaban de forma cotidiana por medio de sus recursos naturales, los investigadores denominaron a este AZUL MAYA, ya que era recurrente en sus trabajos.

En conclusión, se logra plasmar la idea de forma visual dejando como resultado una composición nivelada, polisémica, agradable y que contiene diversos elementos que se distinguen unos de otros y posee un anclaje visual, es decir pregnancia.

Logrando así que una representación icónica y estilizada de una cultura que existió hace miles de años y con un concepto fresco, siendo este reforzado con el empleo del color azul. Dando como resultado, la imagen de la PALETERÍA MAYA.

Bibliografía.

Guiraud, Pierre, *La Semiología*,
29ª. ed., México, Siglo XXI, 2006.

Costa, Joan, *Identidad Corporativa*,
3ª. reimp., México, Trillas, 2001.

Vilchis, Luz del Carmen, *Metodología del Diseño*,
1ª. ed., México, Claves Latinoamericanas, 1998.

Valverde, Maria del Carmen, *Los Mayas*,
1ª. ed., México, CONACULTA, 2000.

Eco, Humberto, *Cómo se hace una tesis*,
13ª. reimp. México, Gedisa Mexicana, 1991.

Taborga, Huáscar, *Cómo hacer una tesis*,
México, Grijalbo, 1982.