



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

**PEDRO RAMÍREZ VÁZQUEZ PIONERO EN LA COORDINACIÓN
DE DISEÑO GRÁFICO EN MÉXICO (1960-1980)**

TESINA
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

P R E S E N T A :
TANYA CASTILLO DÍAZ

DIRECTOR DE TESINA
DRA. LUZ DEL CARMEN VILCHIS ESQUIVEL

MÉXICO D.F. 2006



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.

Esta Tesina se la dedico especialmente a mi **Mamá** y a mi **Papá**.

También a todas esas personas que ocupan
un lugar importante en mi vida, *ustedes* saben
quienes son y lo mucho que significan para mi.

Capítulo I. El Diseño Gráfico en México.

1.1 Los antecedentes del diseño gráfico en México	7
1.2 Precursores del diseño gráfico en México	11
1.3 El Diseño Gráfico en las XIX Olimpiadas de México 68	14

Capítulo II. El Diseño, sus elementos y la comunicación.

2.1 Definición de Diseño.....	19
2.2. Elementos que componen al diseño.....	20
2.2.1 .El Punto	20
2.2.2. La Línea.....	21
2.2.3. El Contorno.....	22
2.2.4. El Cuadrado.....	22
2.2.5. La Circunferencia.....	22
2.2.6. El Triángulo.....	23
2.2.7. Composición.....	23
2.2.8. Equilibrio.....	24
2.2.9. Simetría.....	25
2.2.10. Proporción.....	25
2.2.11. Color.....	26
2.2.12. Contraste.....	28
2.2.13. Tipografía.....	29
2.3 Comunicación.....	
2.3.1. Definición.....	32
2.3.2. Proceso de comunicación.....	32
2.3.3. Comunicación Visual.....	33
2.4 Términos Gráficos.....	
2.4.1. Emblema.....	34
2.4.2. Heráldica.....	34
2.4.3. Escudo.....	35
2.4.4. Insignia.....	35
2.4.5. Símbolo.....	35
2.4.6. Señal.....	35
2.4.7. Seña.....	36
2.4.8. Señalización.....	36
2.4.9 .Signo.....	36

2.4.10. Marca.....	36
2.4.11. Marca Registrada.....	37
2.4.12. Imagen.....	37
2.4.13. Imagen corporativa.....	37
2.4.14. Identidad corporativa.....	37
2.4.15. Imagen Global.....	38
2.4.16. Fonograma.....	38
2.4.17. Monograma.....	38
2.4.18. Tipograma.....	38
2.4.19. Ideograma.....	39
2.4.20. Pictograma.....	39
2.4.21. Icono.....	39
2.4.22. Logo.....	39
2.4.23. Logotipo.....	40
2.4.24. Logosímbolo.....	40
 2.5 La clasificación del discurso, género y código por la Dra. Luz del Carmen Vilchis.	
2.5.1. Discursos.....	40
2.5.2. Géneros.....	43
2.5.3. Códigos.	45

CAPITULO III. El Arq. Pedro Ramírez Vázquez en el Diseño Gráfico.

3.1 Biografía Breve.....	48
3.2 El diseño por el Arquitecto Pedro Ramírez Vázquez.....	49
3.2.1 .Análisis general del trabajo de diseño del Arq. P.Rámirez Vázquez.....	62
3.3 La Universidad Autónoma Metropolitana.....	62
3.3.1. Breve Historia de la Universidad Autónoma Metropolitana.....	62
3.3.2. Análisis particular de la identidad de la Universidad Autónoma Metropolitana.....	63

Conclusiones.

Bibliografía.

Anexo Digital. Disco que contiene la Investigación Iconográfica.

INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación esta enfocado a dar a conocer el inicio y desarrollo de nuestro diseño gráfico por medio del proyecto “México en el diseño gráfico: signos visuales de un siglo”, con la finalidad de que futuras generaciones de diseñadores tengan al alcance esta información. Del que también se selecciono investigar los trabajos de diseño gráfico que fueron coordinados por el Arq. Pedro Ramírez Vázquez en nuestro país y que fueron de gran repercusión años más adelante.

Además, del mismo proyecto se planea una exposición de toda la investigación iconográfica que conlleva este. Se realizó la recopilación de imágenes sobre el objeto de estudio en particular, de otras para hacer presente los avances del mundo y los acontecimientos que sucedían alrededor de nuestra nación. Toda esta compendio de imágenes e información fue encontrada en libros y revistas, tanto de la Biblioteca Central, como en la Biblioteca de la Fac. de Arquitectura y de la colección particular de la ENAP.

Toda la información se encuentra desarrollada por tres capítulos. En el primero recopilamos la información tanto de la historia de México como los orígenes de nuestro diseño gráfico, iniciándose con el plasmado de imágenes del hombre prehispánico, la llegada de la imprenta en la etapa de la colonización, generando el surgimiento de varios medios impresos, que después serían el conducto para que las personas hicieran llegar sus pensamientos o ideas, como ocurrió en la etapa de la Independencia y el Porfiriato donde se impulsaba el nacionalismo y el personaje que llevó mejor a cabo esta postura fue el Xilógrafo Guadalupe Posada, quien dejó un gran muestra gráfica de su trabajo. Después surgieron otras personalidades que poco a poco fueron aplicando estilos como Gabriel Fernández Ledesma, Francisco Díaz de León, Miguel Prieto, Vicente Rojo, el Grupo Madero y el despegue del diseño gráfico en nuestro país con el acontecimiento de las XIX Olimpíadas, debido al extenso trabajo visual que realizó el Arquitecto Pedro Ramírez Vázquez, fue de tan gran magnitud que despertó el interés por tener al diseño como parte del área educativa, industrial y comercial.

En el segundo capítulo concentramos los conceptos tanto de lo que es el diseño, sus elementos, la comunicación, su proceso, así como también lo que son el discurso, el género y el código que ubica la Dra. Luz del Carmen Vilchis en su libro “Diseño Universo de Conocimiento”, sobre los diferentes medios de los cuales se ha valido el diseñador para realizar su trabajo. Con el objetivo de dar a entender lo importante que es lo que implica el poder plasmar una idea y comunicarla, base de un manejo correcto de los elementos del diseño en el proceso creativo. Además de que nos serán de apoyo para el análisis de nuestro objeto de estudio.

En este tercer y último capítulo abarca a nuestro objeto de estudio que es el Arquitecto Ramírez Vázquez, por lo que iniciamos este apartado con una breve biografía para dar a conocer sus trabajos y logros personales. Pero también cual fue su participación en la disciplina del diseño gráfico, que trabajos fueron en los que se involucro, presentando una muestra gráfica de estos, para finalmente pasar a un análisis de uno de sus trabajos.

EL DISEÑO GRÁFICO EN MÉXICO



ARTES VISUALES I

En este primer capítulo se trata el tema del diseño gráfico en México desde sus inicios, cuales fueron las primeras manifestaciones que se fueron dando para llegar ahora a formar esta disciplina en nuestro país, los personajes que aportaron su muestra gráfica, además de hacer referencia histórica de los acontecimientos importantes para ubicar al diseño.

1.1 Los antecedentes del diseño gráfico en México.

En México la disciplina del diseño gráfico se inicia junto con el desarrollo y avances de su sociedad. Una vez establecido el hombre comenzó a fundar comunidades, diferenciándose por jerarquías, construyendo ciudades, implantando comercios, oficios, además se le presentó también el desarrollo de expresiones estéticas, diferenciándose por todos estos elementos de una cultura a otra.

Desde el México Prehispánico por las investigaciones que se han realizado se encontraron las primeras manifestaciones de que practicaban el estampado de imágenes, para decorar vasijas, tejidos y hasta piel humana por lo que ahora conocemos como “sellos”, que eran realizados por medio de unos artefactos hechos de barro cocido, piedra o de hueso. Estos sellos Prehispánicos que se usaban eran tablitas de formas cuadradas o rectangulares, planas, cóncavas o convexas y pequeños cilindros que daban una impresión rítmica asemejando un rollo impresor.

“En el México precortesiano el sello...era una especie de tipo de imprenta, mediante el cual el dibujo se imprimía sobre la piel evitándose de esta manera pintar varias veces el dibujo”.¹

Podría ser que estos primeros ejemplos que el hombre prehispánico dejó como muestra de sus habilidades por plasmar a objetos con formas y colores, no sólo con fines estéticos, también para transmitir algún concepto o idea propiamente de su época.

Más adelante al llegar los españoles a conquistar el territorio de México denominada en ese tiempo como la Nueva España, con ello llegó la imprenta y así se introduce la Tipografía. Por la razón de querer someter a los pueblos indígenas por medio de la evangelización por los frailes doctrineros que se encargaban de impartir la educación. El Fray Juan de Zumarraga obispo de México, el autor del primer libro impreso en América, solicita una prensa y papel al Consejo de Indias, siendo así el punto de partida para la llegada de la imprenta a nuestro país.



Impresión de un sello de barro Prehispánico, representa un pez
dibujo Jorge Arce M.
Imagen del libro Arte Antiguo de México



Impresión de un sello de barro Prehispánico, representa una águila
dibujo Jorge Arce M.
Imagen del libro Arte Antiguo de México.



Museo Amparo
Imagen del libro Museums.

En el año 1539 el impresor Juan Cromberger establece en México el primer taller tipográfico a fines de ese mismo año junto con su socio Juan Pablos estando al frente, y por medio de un contrato redactado exactamente el 12 de junio de ese año. Se acuerda que este sería el único impresor, que abastecería por 10 años papel, tinta, tipos y viñetas Xilográficas. Además, tenía que hacer tres mil pliegos diarios y hacerse responsable de cualquier falta que ocurriera en la composición de los originales y en la corrección de pruebas.

Y para proceder a imprimir los libros que le pedían tenía que pedir el consentimiento al Obispo de México y colocarle un sello que indicara que se habían impreso en casa de Juan Cromberger.

Se imprime el libro “Breve y más compendiosa Doctrina Cristiana”, para los indígenas fue el primero que se imprimió en América en ese mismo año. En 1568 otro impresor español importante de ese tiempo llamado Juan Ortiz arribó a México, uno de sus primeros trabajos fue un juego de cartas hechas en Xilografía.

“En cierto modo, los primeros nativos que practicaron algo semejante al diseño gráfico fueron el grupo de indios que Ortiz alquiló para que ilustraran unas trescientas láminas con la Virgen del Rosario como tema” 2

Después de varios años de dominación española en la Nueva España en el siglo XVIII, parecía haber alcanzado cierta solidez, pero no la suficiente. Se buscó la manera de seguir efectuando sus cambios, estableciendo unas leyes que conoceríamos como las Reformas Borbónicas fundadas en el reinado de Carlos III de Borbón, que por principal objetivo era el aumentar la riqueza de la corona, pero también se pretendía impulsar la cultura, fundándose durante este periodo la Real Academia de Bellas Artes de San Carlos y el periódico “La Gaceta de México” como diario oficial.

El periodo siguiente por el que atravesaría México es el de su Independencia, llevada a cabo por el cura Miguel Hidalgo, Josefa Ortiz, Ignacio Allende, etc, un grupo de criollos de la Nueva España, nombrando al país como Estados Unidos Mexicanos. Se promulga una constitución en el año 1812, donde se establecen varios puntos, entre ellos la libertad de imprenta, que fomenta la creación de volantes, folletos y de periódicos como ejemplo se encontraba la publicación del periódico “El Despertar Americano” por el cura Miguel Hidalgo, donde manifestaba ciertos puntos de su movimiento. Más adelante se suscitaron otros acontecimientos como la pérdida de territorio, la llegada de Maximiliano de Hamburgo a ocupar el trono de nuestro país, la lucha de Benito Juárez que en su periodo se renueva la Academia de San Carlos, la litografía y la caricatura se utilizaban como medio para criticar la política.



Portada de Doctrina Breve de Fray Juan de Zumarraga, Impresa por Juan Pablos.

Después en el gobierno de Porfirio Díaz mejor conocido como el Porfiriato, que duró una gran parte de la historia de México, acontecen varias situaciones, se establecen relaciones diplomáticas con varios países de Europa, aumenta las vías de comunicación que favorecen al comercio, se generan conflictos y huelgas por parte de obreros, la educación era gratuita y obligatoria. Así también otro periódico que tendría su aparición sería el “Mercurio”, durante la etapa de reestructuración de la Nación, debido a que se publicaban artículos que hacían público ciertos conocimientos del ámbito textil, beneficiaba para que se establecieran fábricas de textiles.

En lo cultural existía una influencia francesa, pero también se impulsaba la cultura nacional y el nacionalismo con el propósito de resaltar las características del país.

Y así lo hizo el Xilógrafo José Guadalupe Posada, personaje importante en la historia del diseño gráfico, que nace en la ciudad de Aguascalientes el 2 de febrero de 1852, y en su trabajo plasmaba los acontecimientos populares de la vida cotidiana mexicana.

Antes de introducirse el grabado, trabajó de pintor en el Padrón General de Vecinos del Cuartel Noveno de su ciudad natal. Y como asistente de la Academia Municipal de Artes y Oficios. Uno de sus primeros trabajos es de ayudante en la imprenta de José Trinidad Pedroza litógrafo y grabador en madera en 1870, donde aprende a hacer dibujos comerciales, la litografía y el grabado, de sus primeros trabajos fue grabar envolturas para cajetillas de cigarros y cerillos.

Un año después interviene en “El Jicote”, era un semanario donde aparecieron los primeros dibujos y caricaturas de Posada de toque político. También realizó trabajos de retratos, esquelas, invitaciones, entre otros.

Tiempo después se traslado a la capital en el año 1888 y consiguió un empleo de grabador en la editorial de José Vanegas Arroyo, donde publicaba, oraciones, historias de santos, relatos de crímenes. Las calaveras el día de muertos, cuadernillos de cancioneros, recetas, obras teatrales etc. En 1897 colabora en el diario “Popular” de Francisco Montes de Oca, e ilustra el semanario “La risa del Popular”. Hace caricatura en “El amigo del Pueblo”, “El Diablazo”, entre otros.

Posada realizó miles de grabados que reflejaban la opinión pública. Desarrollo un estilo personal e impersonal que marcó al México post revolucionario, siendo el comienzo de la producción artística en las artes graficas.

También durante el Porfiriato la prensa seguía siendo el principal medio para hacer llegar las noticias como en el periódico “El Imparcial”, que era de carácter oficialista que logró incrementar su número de lectores por la presencia de imágenes, y su bajo costo. Pero se encontraban también periódicos como “El Diario del Hogar” que al gobierno de Porfirio Díaz lo criticaban.

“Los calendarios y almanaques cumplieron con la tarea de difundir noticias históricas y científicas. La politización iniciada en 1808 y la constitución de Nuevo Estado favorecieron la impresión de periódicos, folletos y hojas de carácter político...” 3



José Guadalupe Posada, Portada Cuento.



José Guadalupe Posada, Portada Cuento.



José Guadalupe Posada, Portada Colección de cartas amorosas.



José Guadalupe Posada, Portada de Cancionero.

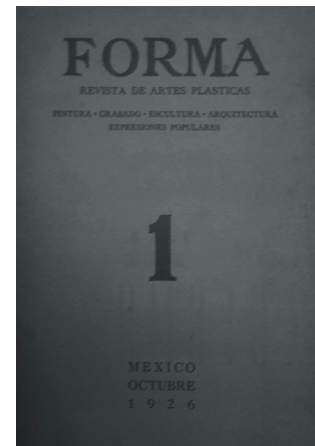
Acontece la Revolución Mexicana caracterizada por su lucha armada entre movimientos oposicionistas de diversas clases sociales, grupos políticos que hacían reclamos sociales y agrarios, que dio a conocer a varios personajes como Venustiano Carranza, Pancho Villa, Emiliano Zapata, entre otros. Además de cambios políticos, socio- económicos y culturales que debido a estos, los anuncios y rótulos eran de carácter político, además a la creación artística le otorgó un nuevo sentido, se dedicaron a pintar temas revolucionarios en las paredes de edificios, reflejando nuestra historia, dándose a conocer a los pintores como Orozco, Rivera, Sequeiros, el grabador Leopoldo Méndez, quien más tarde fue director de la Sección de Bellas Artes del Ministerio de Educación Popular (1932), miembro activo de la Asociación de Artistas y Escritores y en la editorial “El Taller de Gráfica Popular” cuyo objetivo era crear obras accesibles a todas las clases sociales.

1.2 Precusores del diseño gráfico en México.

En tiempos remotos no existía la denominación de diseñador, pero aún así hubo personajes que a lo largo del avance de nuestro país, fueron contribuyendo en crear y exponer estilos, formas estéticas, sin saber que más adelante se les reconocería su aportación por darle la importancia correcta a toda esa presentación visual de sus trabajos y poco a poco ir formando lo que ahora conocemos como diseño gráfico.

Uno de los acontecimientos que afectó los años veinte fue la crisis de 1929, perjudicando la economía mundial y los precios de las mercancías, además en nuestro país surgieron el Partido Nacional Revolucionario, la Confederación de Trabajadores de México (CTM), estando Lázaro Cárdenas como presidente.

También en esos años los grabadores Gabriel Fernández Ledesma y Francisco Díaz de León, aportan su gran trabajo. El primero nace en Aguascalientes y en 1917 llega a México e ingresa a San Carlos, editó la “Revista Forma”, quiso darle personalidad a la cubierta, recurriendo a tipos en madera, para destacar el número y el título como elementos plásticos, llena los vacíos con grabados decorativos, abstractos y acomoda ilustraciones en patrones rítmicos, geométricos y simétricos. Lo caracterizó el empleo de tipos elegantes, simples y modernos. También publicó catálogos de diseño de gran calidad caracterizados por la influencia del Art-Deco.



Gabriel Fernández Ledesma, portada
Revista Forma, Tomo1, num 1,1926.



Francisco Díaz de León, portada
Campanitas, Cultura, 1925.

Además también a su colega el grabador Francisco Díaz de León se le recuerda por su trabajo de diseño gráfico y tipográfico. Uno de sus primeros trabajos es un libro "Campanitas de plata", "Libro para niños" de Mariano Silva y Aceves, libro "Oaxaca" de Manuel Toussaint, en que empezó el oficio tipográfico. Se apegó a la norma y pulcritud del arte tipográfico universal, sus impresos eran libres de "erratas". Otros de sus trabajos son: "Impresos del siglo XX", "Viajes al siglo XIX", "Señales y simpatías en la vida de México", entre otros. En la revista Díaz de León, pudo realizar trabajos con su estilo tan meticuloso en la tipografía, su gusto por la fotografía, y el montaje, influenciado por las nuevas tendencias de la época.

Ambos se interesaron en el Cartel, su objetivo era arrebatar la mirada y el deseo de dar un mensaje fuerte y conciso, a pesar de las limitaciones de su época, realizaron un excelente trabajo en las galerías de arte, con tan sólo dos tintas, papel barato, tallas en madera y unas cuantas familias tipográficas.

Y durante el sexenio del Presidente Cárdenas participan en la Dirección Autónoma de Prensa y Publicidad, para realizar la propaganda de la difusión del gobierno federal.

En los años cuarenta la presidencia de México la ocupaba Ávila Camacho y alrededor nuestro transcurría la segunda guerra Mundial, donde se terminó participando ante un anterior rechazó, mejorando las relaciones con Estados Unidos, después se crearía el Instituto Mexicano del Seguro Social y en el año 1946 surge el Partido de la Revolución Institucional.

Al mismo tiempo de esos años hace su aparición Miguel Prieto, pintor, dibujante y profesor de diseño tipográfico, exiliado de la Civil Española, quien sería un portador importante al diseño gráfico de nuestro país. En el año de 1940 funda una revista llamada Romance, en la revista plasmó algunos de sus rasgos de su estilo tipográfico.

"El encabezado Romance, delata la preferencia de Prieto por los tipos alargados, altos que combinan, trazos gruesos y delgados, que al final, se integran como línea de letras o palabras." 4

La alternancia de estos elementos pequeños y grandes es una característica de su diseño, además tenía otra predilección que era el utilizar en las cabezas y rótulos, un tipo moderno de letra, alargado y estrecho llamado "empire", que era la única tipografía que utilizaba.



Ledesma y Díaz de León, portada de estampas de Hiroshigue, 1937.



Miguel Prieto, Revista Romance México, Año 1, Num.3, 1 marzo 1940.



Vicente Rojo, 30,5 x 20, 1954. Imagen del libro Vicente Rojo: 40 años de diseño gráfico.

Trabajó en el diseño de las ediciones del Instituto Nacional de Bellas Artes (1947) y con el suplemento cultural “México en la cultura” del diario conservador Novedades.

Más adelante Miguel Prieto conoce a Vicente Rojo un joven español que tiene cierta vocación artística, en el cual ve muchas cualidades y lo hace su ayudante, para que trabaje en las Ediciones del INBA.

Al deceso de Miguel Prieto en 1956, Vicente Rojo toma su lugar, iniciando un importante desarrollo del diseño gráfico, aportando su calidad, aplicando en él, procesos de vanguardia y experimenta con el alto contraste. Su trabajo en México fue de diseñador de la “Revista de la Universidad”, encargado de catálogos y carteles de Difusión Cultural de la UNAM, otras de sus publicaciones fueron “La Cultura en México”, Artes de México, Revista de Bellas Artes, Revista de la Universidad, Plural, Vuelta y La Jornada.

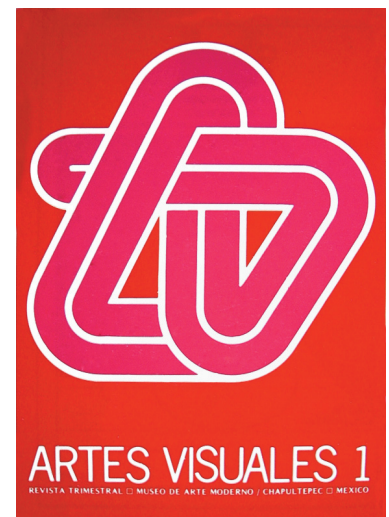
Entrados ya en los años cincuenta, hace su aparición la televisión estando al frente Emilio Azcarrága, siendo todo un fenómeno. Los escritores como Juan Rulfo dio a México sus grandes obras “El Llano en llamas” y “Pedro Páramo”, durante el gobierno de Adolfo Ruiz C., existen avances en el sector salud, la educación, se les concede el voto a las mujeres y se inaugura la Ciudad Universitaria.

Una de sus participaciones de gran importancia dentro del diseño gráfico en nuestro país, la tuvo en la imprenta Madero, fundada en 1951, siendo la primera con departamento de diseño en México la cual la caracterizaba por la utilización moderna de grabados, viñetas, marcos, orlas, placas, elementos tipográficos tradicionales como las manitas indicadoras y los asteriscos, fotografías en alto contraste, los barridos en color, complicados troqueles o suajes y dobleces de papel, así como la utilización de pantallas ampliadas. En esta imprenta se crean las Ediciones Era, que muestra el mejor diseño editorial mexicano.

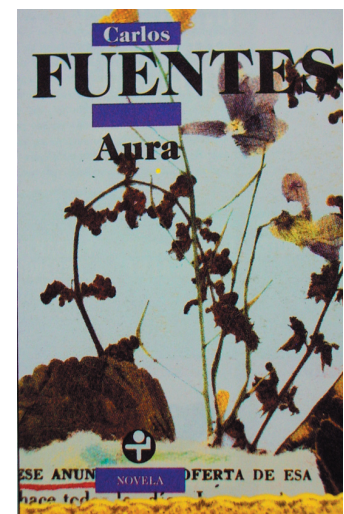
Y por medio de la imprenta madero se crea el “Grupo Madero” formado por los diseñadores destacados: Rafael López Castro, Bernardo Recamier, Peggy Espinosa, Germán Montalvo, Luis Almeida, entre otros, que aportaron mucho a la historia del diseño mexicano. También surge el grupo “Arco Iris”, el primero fuera de la ciudad y en editar “Magenta” primera revista autóctona de diseño en nuestro país.



Vicente Rojo, Cartel 31x45, 1965.



Vicente Rojo, Revista Artes Visuales, 27x21, 1973.



Vicente Rojo Ediciones ERA 19.5 x 13.

Los carteles también fueron parte representativa del diseño que existía durante los años cincuenta, la presencia destacada del diseño de cartel fue por Joseph Renau, nació en Valencia, fantástico cartelista y fotomontador, que creaba los carteles publicitarios del cine de ese año en México como ejemplo de su trabajo se encuentra el cartel de la película “Necesito dinero” 1951 de Miguel Zacarías y “Si Adelita se fuera con otro” 1949 de Chano Ureta.

Sus carteles de un estilo propio adquirido por la experiencia en el fotomontaje, tomaba fragmentos de la fotografía fija de las películas, y con el proyector de cuerpos opacos retomaba las caras, y actitudes de los actores y actrices de aquel tiempo, creando un estilo muy particular para esa época.



Josep Renau, Cartel de :Necesito
Dinero de Miguel Zacarias, 1951.
Imagen del libro el diseño antes del diseño

1.3. El Diseño Gráfico en las XIX Olimpiadas de México 68.

A finales de los años cincuenta e inicio de los años sesenta, se encuentra gobernando Adolfo López Mateos, en este tiempo, este adquiere empresas eléctricas, surge el Movimiento de Liberación Nacional por el expresidente Cárdenas. Más adelante ya estando al frente de la presidencia Gustavo Díaz Ordaz, se presentan conflictos en el país, como el movimiento de médicos del ISSSTE y del IMSS, así como también el movimiento estudiantil del año 68, llevándose a cabo protestas en todo el mundo, que en México terminó en tragedia precisamente el 2 de octubre con la matanza de miles de estudiantes en Tlatelolco. También en ese mismo año se llevarían a cabo días después los XIX Juegos Olímpicos en nuestro país.

La muestra gráfica de las Olimpiadas fue lo más representativo del diseño mexicano. Y de aquí se iniciaría un gran interés por impulsar al diseño en todas sus manifestaciones, se fundarían las primeras escuelas de diseño, también por parte de las empresas tanto privadas como públicas, comenzaron por renovar su imagen gráfica, buscando el beneficio de adquirir prestigio y mejorar sus ventas.

Siendo asignado el ex Presidente López Mateos para organizar este magno evento, y al no poder cumplir con este compromiso. Se le concedió al Arquitecto mexicano Pedro Ramírez Vázquez, junto con el presidente Díaz Ordaz, su planeación.

El arquitecto, se adentró de lleno a esta organización, realizó una previa investigación del origen de los juegos olímpicos de los griegos, descubriendo que en esa época, alternadamente a las competencias, contaban también con eventos culturales, y entonces retomando esta idea, se tomó la decisión de estructurar todo un programa de actividades culturales de diversos países, aparte de las competencias, para ser aún más enriquecedor el evento.

“En aquel entonces el diseño gráfico en México era incipiente. Existía la escuela de la Universidad Iberoamericana bastante bien encausada por los arquitectos Villazón, Schiapa y Virchez. No obstante, para poder hablar de un lenguaje universal del momento, fue necesario integrar un equipo con diseñadores de otros países.” 5

El Arq. al estar al frente del proyecto coordinandolo contó con la creatividad del norteamericano Lance Wyman para que este realizara el diseño de las Olimpiadas, junto con la aportación de otros diseñadores, entre ellos estaban, los italianos David Paladín y Robert Pelegrini, el inglés Peter Murdoch y al sueco Michael Grozo. Los cuales tuvieron que asistir a ferias y a fiestas populares del país, con el propósito de explayar todo ese colorido de nuestras costumbres y su labor sería adaptarlo para crear un diseño moderno.

Se plantea un extenso programa de diseño gráfico basándose en un lenguaje universal, con una imagen unificada para su fácil identificación.

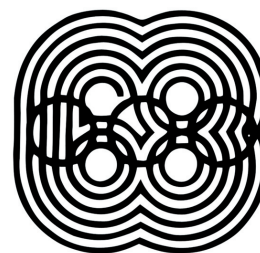
El diseño abarcaba señalamientos urbanos en los sitios de competencia, imágenes deportivas y publicaciones que contenían símbolos con colores y formas eran valores plásticos tradicionales mexicanos aplicando las técnicas gráficas contemporáneas Y así México inicia el empleo del diseño gráfico de forma industrial.

Pero también surge la Gráfica del 68 por una necesidad de expresarse ante los hechos violentos, y represivos por los que los jóvenes estudiantes estaban pasando en ese año. Las imágenes son retomadas del diseño gráfico realizado para las Olimpiadas con un sentido sarcástico, impresas a una sola tinta, se presentaban directas, fuertes y agresivas, difundidas por todo el país, en grabados, carteles, pegadas, volantes, etc.

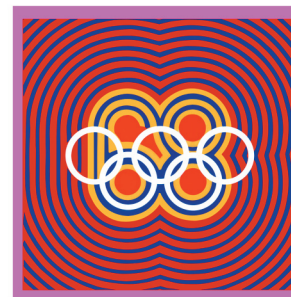


COMITE OLIMPICO MEXICANO

Logotipo del Comité Olímpico Mexicano.



Logotipo de las Olimpiadas.



Cartel de las Olimpiadas.

Gráfica del Movimiento del 68.



**



**



*



*

*Imágenes de la autora.

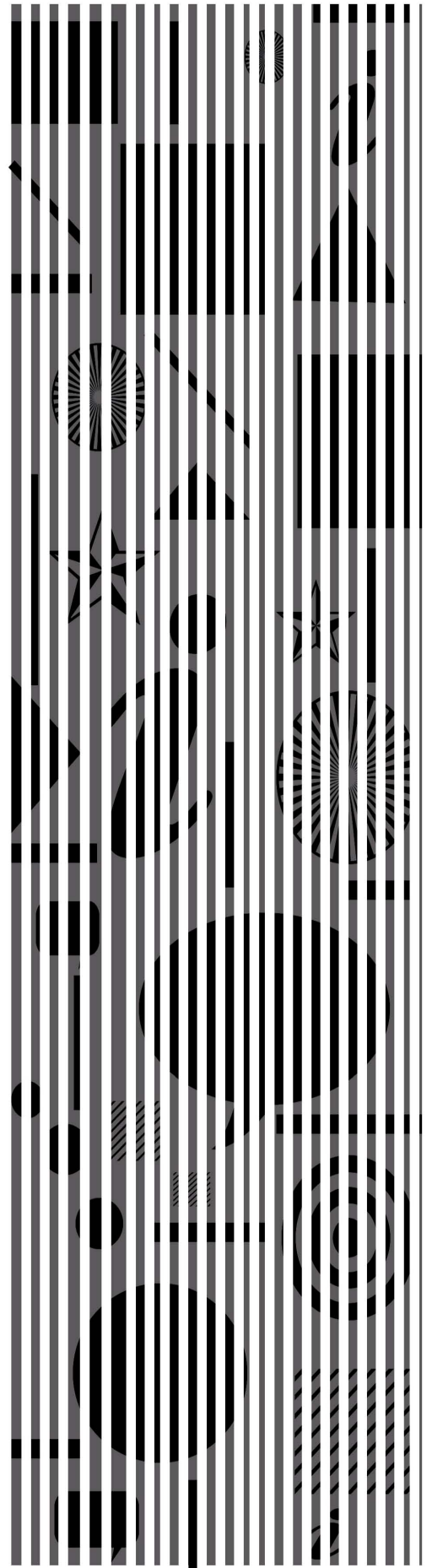
**Imágenes de La Revista A! diseño. Año 39.

Con todo este acontecimiento de las Olimpiadas, años posteriores se tomó más en cuenta la importancia al diseño gráfico y en el año de 1971 el Presidente Luis Echeverría, como parte de su trabajo en su sexenio funda el IMCE (Instituto Mexicano de Comercio Exterior) con el objetivo de aumentar las exportaciones del país, por lo que consideró crear dentro de esta institución un Centro de Diseño con la finalidad de presentar una buena imagen y elevar la calidad de productos. Y a partir de la promoción de este centro, surgen una serie de asociaciones como el CODIGRAM (Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, A. C.), para representar a los profesionales del diseño.

Estos han sido los personajes y situaciones que se presentaron y se fueron involucrando a lo largo de la formación de una nación, que fueron enriqueciendo con su aportación de su creatividad en formas, colores, estilos propios, que fueron creando una historia y desarrollo de lo que ahora conocemos como los antecedentes del diseño gráfico mexicano. Cada uno de ellos tuvo gran relevancia y por eso los mencionamos, ya que han dejado las muestras de su trabajo como el mejor ejemplo de la importancia de comunicar algo manejando la imagen no sólo como tal, sino también con un estilo de ver las cosas con armonía y estética aportando un beneficio social y cultural.

CAPITULO II
CAPITULO II
CAPITULO II

**EL DISEÑO, SUS ELEMENTOS
Y LA COMUNICACIÓN.**



En este segundo capítulo se mencionan las definiciones de varios conceptos que son propios de nuestra investigación, como lo que es diseño, sus partes esenciales, el proceso de comunicación, etc, para poder conocerlos, entenderlos y poder aplicarlos en un sentido más correcto, a la hora de trabajar con ellos.

2.1 Definición de Diseño.

Podemos definir al diseño como el proceso de plasmar una idea o concepto, seleccionando y ordenando ciertos elementos para producir objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados.

“El diseño es mucho más que la actividad de un maquillador de productos o de imágenes, es mucho más que una estética del consumo. Esta es la actividad que da categoría de existencia al mundo de los objetos tal como los conocemos; es la actividad fundante del orden actual de las cosas”⁶

La función principal del diseño gráfico es transmitir una información determinada por medio de producciones gráficas, que se hacen llegar a través de diferentes soportes, como folletos, carteles, trípticos, etc.

El diseño busca recalcar las ideas esenciales del mensaje de forma clara y directa, usando para ello diferentes elementos gráficos que den forma al mensaje y lo hagan fácilmente entendible por los destinatarios del mismo.

Por qué el diseño no es tan sólo el crear un dibujo o una imagen. Es algo más que contiene y se hace valer de todos esos elementos, aunque para poder conseguir el poder comunicar visualmente un mensaje de forma efectiva, el diseñador debe conocer a fondo los diferentes recursos gráficos a su disposición y tener la imaginación, la experiencia, el buen gusto y el sentido común necesarios para combinarlos de forma adecuada.

“El diseñador es uno de estos especialistas creativos, aquel que en esta concertación creativa se interesa correctamente por los problemas de uso de relación sensible entre la morfología del objeto y el hombre en todas las dimensiones...”⁷

El resultado final de un diseño gráfico se denomina grafismo, y es una unidad por sí misma, aunque esté compuesto por infinidad de elementos distintos, que unidos correctamente componen una obra final única y definida que va más allá de la suma de las partes que la forman.

6 Arfuch, Leonor. Diseño y comunicación. Ed .Paídos. Argentina .1997. p-32.

7 Ricard, Andre. Diseño ¿Por qué? . Ed. G. G, Barcelona, 1982. p-201

2.2. Elementos que componen al diseño.

La función del diseñador es transmitir una idea, un pensamiento de la forma más eficaz posible. Por lo tanto, el diseñador debe contar con una serie de herramientas tales como, la información necesaria de lo que se va a transmitir, los elementos gráficos adecuados, su imaginación y todo aquello que pueda servir para su comunicación.

Los diferentes elementos del diseño gráfico son percibidos por la influencia que ejercen cada uno estos conceptos de manera individual y grupal. Presentando en la unión de todos elementos en un diseño diversos complejos humanos como el lenguaje, la experiencia, la edad, el aprendizaje, la educación y la memoria. Esta información se debe representar por medio de diferentes elementos gráficos, que pueden ser muchos y variados.

Hemos logrado comunicarnos con los demás por medio del lenguaje hablado, verbal, formado por una serie de elementos básicos (letras, palabras, frases, etc.) que, combinados nos ayudan a un mejor entendimiento entre todos.

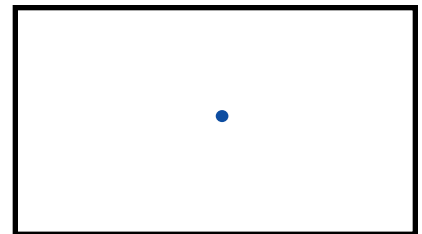
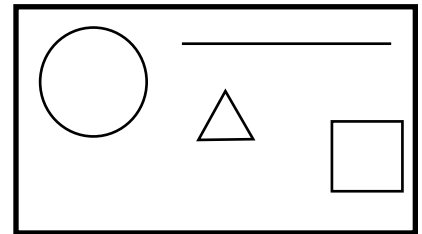
El lenguaje visual a través de grafismos se constituye formas básicas, cada una de las cuales tiene por sí misma un significado propio, pero que unidas de diferentes formas pueden formar elementos comunicativos diferentes.

Las formas básicas del diseño gráfico, son la materia prima de toda la información visual. Cada una de ellas posee un conjunto de características propias que las modifican y condicionan. A continuación mencionaremos tanto las formas básicas y otros elementos que se utilizan para el desarrollo de un diseño.

Nota: Las imágenes fueron realizadas por la autora del trabajo.

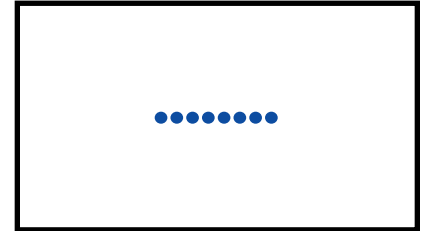
2.2.1 .El Punto.

El punto es la unidad mínima de información visual, por tanto el más importante y puede incrementar su valor por medio del color, el tamaño y la posición en el plano, está caracterizado por su forma generalmente circular, pero también puede ser rectangular, como podemos observar en los monitores, por su tamaño, por su color y por la ubicación que tenga dentro de la composición gráfica.



Tiene un gran poder de atracción visual, creando tensión sin dirección. Además cuando se sitúan próximos dos puntos pueden producir sensaciones de tensión o de dirección, llegando a producir una línea recta imaginaria que los une.

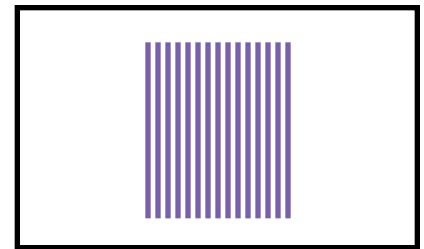
Si se encuentran diferentes puntos extensión presentan una dirección, cuanto más cercanos estén los puntos entre sí. Y cuando se concentran varios puntos podemos definir varias formas, contornos, tonos o colores.



2.2.2. La Línea.

La línea es el elemento esencial en el grafismo. Es la forma de expresión más sencilla y pura, pero también es la más dinámica y variada.

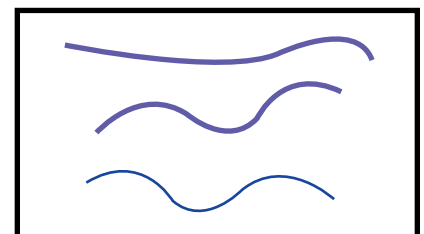
Está constituida por la unión de varios puntos en curso, generando una trayectoria seguida por un punto en movimiento, por lo que presenta mucha energía y dinamismo. Su sola presencia origina tensión y afecta a elementos que se encuentren próximos.



También posee una gran expresividad gráfica y mucha energía, por lo general refleja dinamismo, movimiento y dirección. También genera separación de espacios en el grafismo. La repetición de líneas próximas genera planos y texturas. La línea será caracterizada por su grosor, su longitud, su dirección, su posición, su forma y su color. La unión repetida de líneas produce un trazo, los cuales dan volumen a los objetos que dibujamos. Podemos considerar diferentes tipos de líneas, cada uno de los cuales tiene sus propias cualidades: Línea recta.- La línea recta horizontal expresa equilibrio, calma, equilibrio estable. No hay estabilidad sin una línea recta horizontal de referencia, una línea de horizonte, ya que nos movemos en un plano horizontal.



Línea curva.- Se define como la línea más libre y dinámica de todas, creando desde un movimiento magníficamente preciso hasta un movimiento caótico, sin reglas.



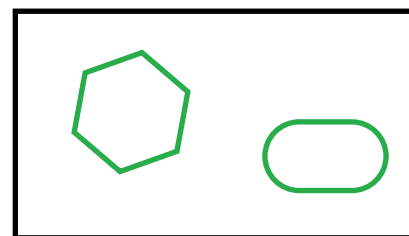
2.2.3. El Contorno.

Se define como el trazo de una línea del objeto gráfico. Lo constituye dos zonas, una limitada (el contorno y su interior) y otra infinita (el fondo), creando en cada forma definida por cada contorno.

La línea base de un contorno precisa lo complicado que puede llegar ser y sus características. Cuando una línea se cierra sobre sí misma, el contorno creado determina un espacio interno, generando una tensión entre este espacio y sus límites, permitiendo a la línea creadora poder de atracción visual.

Las cualidades gráficas de un contorno las determinan las líneas que lo constituyen y las propiedades que contengan.

Los principales contornos son el cuadrado, la circunferencia y el triángulo.

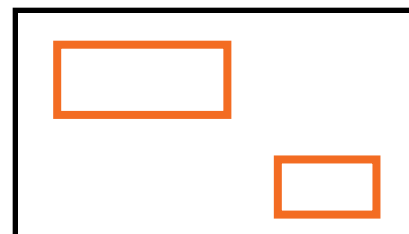
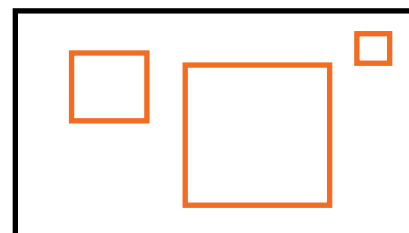


2.2.4. El Cuadrado.

El cuadrado es la figura geométrica formada por cuatro líneas rectas de igual longitud, llamadas lados, que forman ángulos perfectamente rectos en los puntos de unión entre ellas (esquinas a 90°). Es una figura muy estable y de carácter permanente, relacionada a conceptos como estabilidad, permanencia, honestidad, rectitud, limpieza, esmero y equilibrio.

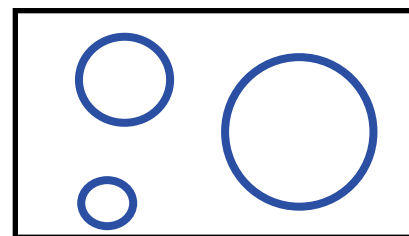
Los cuadrados y rectángulos verán modificadas sus cualidades visuales según su forma, tamaño, color del contorno y área interna, ubicación, escala, etc.

”La imagen de este signo es inquietante, su posición sobre un vértice sugiere determinada intención. De ahí que esa forma haya sido estimada como fondo para señales”⁸ La proyección tridimensional del cuadrado es el hexaedro o cubo,

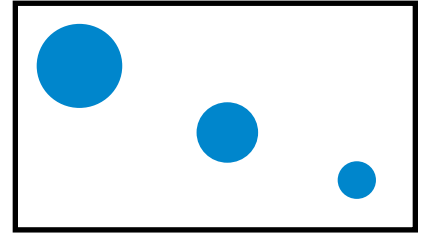


2.2.5. La Circunferencia.

La circunferencia constituye el área que contiene en su interior, denominada círculo. Su dirección es la curva, asociada al movimiento, al encuadramiento, a la repetición y al calor.

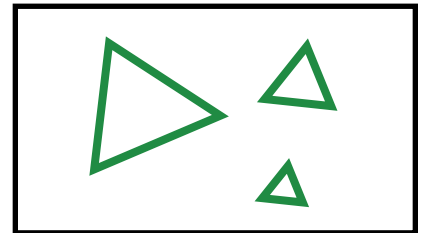


Su forma circular produce un movimiento de rotación, posee un gran valor simbólico, especialmente su centro, y tiene connotaciones psicológicas como protección, inestabilidad, totalidad, movimiento continuo o infinitud. La proyección tridimensional de la circunferencia es la esfera, el cuerpo geométrico más perfecto, el que contiene un mayor volumen en un menor espacio, el que define la forma tanto de los átomos como de los cuerpos celestes.



2.2.6. El Triángulo.

Es una figura de tres lados cuyos ángulos y lados son todos iguales. Es también una figura estable, con tres puntos de apoyo, uno en cada vértice, aunque no tan estático como el cuadrado.”⁹ Los triángulos con base horizontal, nos comunica la impresión de estabilidad, de firmeza (pirámide)” Su dirección es la diagonal. Puede tener un fuerte sentido de verticalidad siempre que se represente por la base. Se le asocian los significados de acción, conflicto y tensión. Su proyección tridimensional es el tetraedro.



2.2.7. Composición.

Podemos definir la composición dentro del diseño como el ordenar distintos elementos gráficos dentro de un espacio visual, que previamente se selecciona, combinándolos de tal forma que todos éstos sean capaces de aportar un significado para transmitir un mensaje claro.

La disposición de los elementos para crear un diseño satisfactorio debe constatar de un equilibrio, un peso y una colocación perfecta, estos elementos pueden ser imágenes, texto, ilustraciones, color, etc.



Imágen particular de la autora del trabajo.

Los acomodados a la derecha del área tienen un mayor peso visual y dan sensación de proyección y avance en la composición, pero los situados a la izquierda dan a la composición una sensación de ligereza visual que percibimos cuando nos acercamos al margen izquierdo de nuestra página.

Lo mismo nos ocurre si utilizamos la parte superior o inferior del espacio, la parte superior de la composición es la que tiene mayor ligereza visual, en esta parte el peso de los elementos es mínimo, al verse equilibrado por la zona inferior de la página. Por el contrario, en el borde inferior nos encontraremos que los elementos que ubiquemos tendrán un mayor peso.

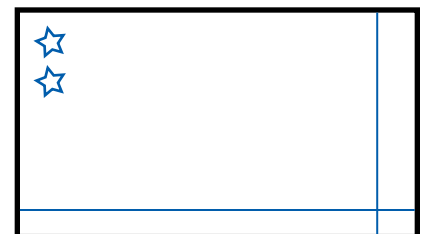
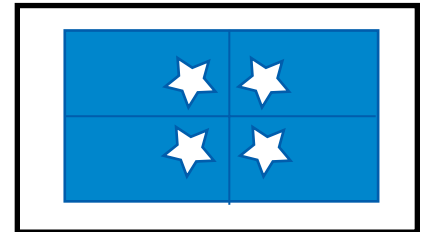
En una composición debemos buscar la máxima eficacia comunicativa, impactar visualmente al público receptor de nuestro mensaje. Realmente no existe una norma específica que nos asegure el éxito de nuestra composición, pero sí unas patrones, que si se conocen pueden hacer más eficaz nuestro diseño para transmitir un mensaje.

2.2.8. Equilibrio.

El equilibrio es la constitución de varios elementos en armonía y composición. Podemos conseguir en nuestra composición ese equilibrio de formas y líneas, es decir, los pesos de los elementos deben estar compensados. La manera de medir el peso de las formas y líneas del diseño es, analizando la importancia visual de estos dentro de nuestra composición.

Si dividimos la composición en dos partes obtenemos el *equilibrio simétrico* este se genera cuando existe igualdad de peso y tono en ambos lados de la composición, y el *equilibrio asimétrico* se genera cuando no se presentan las mismas dimensiones en tamaño o color en ambos lados, pero se presenta el equilibrio entre los elementos.

Otros tipos de equilibrio son: el *equilibrio formal* en el cual se busca el centro óptico dentro del diseño, que no es forsozo que coincida con el centro geométrico de una composición. Y se puede reflejar estabilidad y calma.



Y el equilibrio informal, está cargado de fuerza gráfica y dinamismo. relega a la simetría, y el equilibrio se obtiene de contraponer y contrastar los pesos visuales de los elementos, buscando diferentes densidades tanto formales como de color que consigan armonizar visualmente dentro de una asimetría intencionada.

2.2.9. Simetría.

“La palabra simetría proviene del griego –symmetros- que significa mensurado, adecuado, proporcionado, de proporción apropiada. La simetría proporciona la base natural para un ordenamiento sistemático de la variedad de todas las formas.”¹⁰

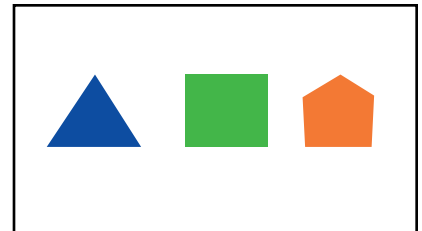
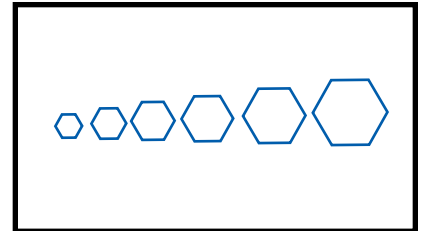
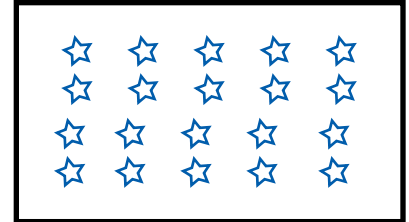
Los cuerpos simétricos se clasifican según los órganos de simetría, que pueden llegar a ser puntiformes, rectos, planos o curvos. Podemos encontrar que existen varios tipos de simetría como: la *simetría Isométrica* en la cual los motivos se distinguen y su disposición se repite uniformemente, después tenemos la *simetría homeométrica*, donde los motivos son iguales entre si pero de tamaño diferente o presentan una repetición monótona, y por último esta la *simetría catamétrica* aquí los motivos no presentan igual forma y tamaño pero se relacionan entre sí por algo en común.

2.2.10. Proporción

La proporción es un concepto también importante y que debemos contemplar a la hora de diseñar. Es una cuestión que interviene en el modo en el que percibimos las cosas .

Lo primero que se tiene que establecer es, en qué parte del área de diseño se colocarán los elementos, y que espacios ocuparán. “La proporción designa una relación de las partes entre ellas y de las partes con el todo” ¹¹

Una vez determinadas las áreas de diseño que vamos a ocupar con las líneas, ya sea de títulos o de textos y las formas como fotografías, ilustraciones, elementos gráficos, entre otros, podemos combinar estos componentes dentro de un mismo espacio para crear mejores composiciones visuales.



Imágenes de La Revista A! diseño. Año 39.

¹⁰ Iniciación a la evaluación del diseño, UAM Azcapotzalco.p-131.

¹¹ Ibidem. p-73.

Cada elemento tiene una función determinada dentro de la composición, por tanto la elección de su tamaño, forma, la dimensión que tiene dentro del área de diseño, será muy importante y determinante en el sentido que se le quiera tratar. Tenemos el conocimiento de que las formas pequeñas tienen menor peso visual que las más grandes. Pero si además la forma de la figura no es regular, su peso aumenta notablemente.

Además también podemos establecer proporciones mediante el color, que nos puede ayudar a definir las áreas tonales que nos permitan distribuir de forma adecuada toda la información gráfica. Otra opción que tenemos es el ser jugar con la distribución de los elementos en nuestra área de trabajo, que darán forma a nuestro diseño en un sentido más libre.

2.2.11. Color.

Empezaremos diciendo que el color en sí no existe, no es una característica del objeto, es más bien una apreciación subjetiva nuestra. “Con la palabra color se denomina en este estudio a la percepción no al estímulo”¹² Por tanto, podemos definirlo como una sensación que se produce en respuesta a la estimulación del ojo y de sus mecanismos nerviosos, por la energía luminosa de ciertas longitudes de onda.

El color es pues un hecho de la visión que resulta de las diferencias de percepciones del ojo a distintas longitudes de onda que componen lo que se denomina el “espectro” de luz blanca reflejada en una hoja de papel.

Lo que sucede es que cuando percibimos un objeto de un determinado color, es la superficie de ese objeto que refleja una parte del espectro de luz blanca que recibe y absorbe las demás. La luz blanca está formada por tres colores básicos: rojo, verde y azul.

La sensación de color se puede diferenciar en tres características: el tono, es la cualidad que distingue a un color de otro, la luminosidad, es la cualidad de brillo, de luz y oscuridad y la saturación, que es la intensidad del color. Se establecen los colores primarios que son el amarillo, rojo y azul.

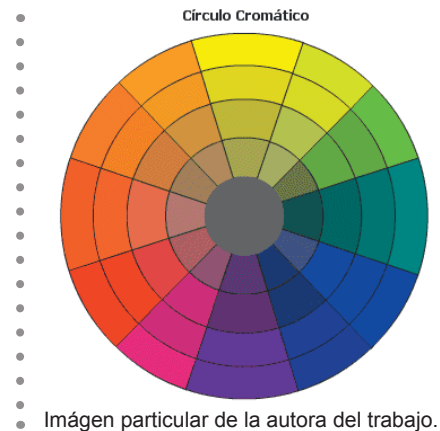


Después de la mezcla de estos colores se obtienen los secundarios que son el naranja, verde y violeta. Y con la combinación de los colores primarios y secundarios se obtienen otros colores. Con estas combinaciones podemos construir un círculo de doce tonos. Está es básicamente idea de Isaac Newton que realizó la curvatura del espectro de siete colores en un círculo.

¹² Ibidem. p-47.

El color es un elemento interesante cuando elaboramos un mensaje visual, ya que no sólo es un atributo que recubre la forma de las cosas, si no que en ocasiones el color llega a expresar o significar mucho más en lo gráfico. Puede llegar a ser una proyección visual de nuestros sentidos, o despertar éstos mediante la gama de colores utilizados. Se puede generar sensación de frío, de calor, de alegría, etc.

“El color se suele considerar un campo de experiencia íntima y subjetiva que parece que sea poco lo que se puede estudiar en base a principios objetivos” 13



El color también se involucra en todos los aspectos de una identidad empresarial o de alguna marca. Las empresas pueden hacer que el color sea el principal elemento de su identidad utilizando un único color o una paleta de colores como parte de su identidad visual.

Los contrastes de color se pueden trabajar de diversa formas:

Contraste luz-oscuridad.-es cuando dos colores son demasiado contrastados entre sí, parecen separarse.

Yuxtaposición de tonos.- esta relacionado con la oposición luz-oscuridad de los colores.

Contraste frío-calor.- los colores presentan lo que se llama temperatura de color, donde por ejemplo el color rojo es claramente caliente y el azul es frío.

Contraste de complementarios.- el color complementario es el color que compensa a cualquier color para mezclar en su relación el complemento a la tonalidad del color. El complementario del rojo es el verde (amarillo +azul), del amarillo es el violeta (azul +rojo) y del azul es el naranja (rojo + amarillo).

Contraste de proporciones.- el tamaño de la superficie ocupada por cierto color, tendrá mayor importancia por su posición y energía que proyecte en el espacio.

Contraste de formas de las áreas de color.- es también significativo tanto el área que ocupe el color, como la forma en que se presente.

Contraste por saturación.-este tipo de contraste se presenta entre el color puro y el diluido con blanco, negro y gris, los que son diluidos parece que presentan vitalidad y los colores puros pierden su brillo, cuando los observamos juntos.

2.2.12. Contraste.

El contraste es otro elemento donde podemos encontrar la forma de combinar diferentes equilibrios y desequilibrios, pero con cierta coherencia rítmica de los elementos gráficos.

En parte el contraste puede conseguirse a través de diferentes procesos como:

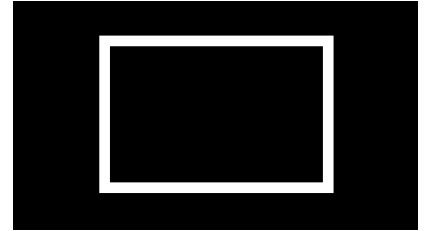
El Contraste de tono: el cual se produce por el empleo de tonos muy contrastados, claridad-oscuridad, establece el contraste tonal. El mayor peso tonal lo tendrá el elemento con mayor oscuridad o intensidad tonal, y el de menor intensidad, perderá su fuerza y dimensión en la composición.

El Contraste de colores: aquí el tono tiene mayor fuerza que el propio color en el establecimiento del contraste. En el color esta entre sus características el matiz, el tono y el cromo, es el segundo quien domina.

Después de la cualidad tonal, el contraste de color más interesante se establece en cuanto a cálidos-fríos. Y por medio de empleo de la temperatura de color en diferentes elementos dentro de la composición, se puede dar la sensación de mayor proximidad

El Contraste de contornos: Los contornos irregulares pueden arrebatar más la atención que los que son reconocibles y previsibles. Una forma abstracta atrae mucho más la curiosidad que una forma geométrica conocida. De la misma forma la creación de texturas o trazos diferentes.

Contraste de escala: también el contraste se obtiene por la comparación de elementos a diferentes escalas de las normales, o la utilización de proporciones irreales.



Imágenes de La Revista A! diseño. Año 13. No.72.

2.2.13. Tipografía.

La tipografía es el arte de diseñar diferentes familias o tipos de letras, así como el de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes. Estos caracteres incluyen letras en caja baja y alta, numerales, versalitas, fracciones, ligaduras (dos o más caracteres unidos entre sí formando una sola unidad), puntuación, signos matemáticos, acentos, símbolos monetarios, etc.

Al igual que el resto de los elementos que utilizamos en la composición de nuestro diseño, el conocimiento de los tipos de letras y sus características es necesario para una utilización correcta.

“Algunos principios fundamentales subyacen en toda buena tipografía, ya sea de periódicos, revistas, libros, Carteles, envases o pantallas de ordenador. Estos mismos principios, establecidos primero en los tipos móviles de Gutenberg y desarrollados más tarde con las revoluciones visuales modernas, serán todavía válidos en la nueva era de los medios, electrónicos, hipertextos, internet...” 14

Su clasificación histórica es la siguiente:

Gótico.- Fue el primer carácter de imprenta usado en Europa. Es un tipo de letra que imita la escritura a mano que llevaban a cabo los monjes con un plumín ancho. Varía desde la más antigua, de ojo pequeño, hasta las influenciadas por el estilo renacentista, de ojo más ancho y más legible.

Romana.- su estilo está inspirado en los edificios romanos y es más notorio en las mayúsculas, que en las minúsculas. Se caracterizan por contrastar rasgos suaves y fuertes y el uso de remates. El romano moderno tiene un aspecto más mecánico y menos artístico. Se distinguen cuatro tipos:

- * Son los primeros tipos romanos que se basan en la columna de Trajano. El palo de la letra está adornado con una base con serif que surge de las letras talladas en piedra (Bembo, Platin).

- * De transición: Se denominan así a los que se producen en el siglo XVIII. Las mejores calidades del papel y de impresión posibilitan una variación en su grosor y se hacen más finos (Garamond y Baskerville).

- * Modernos: Se caracterizan por tener los serif horizontales y delgados (Bodoni).

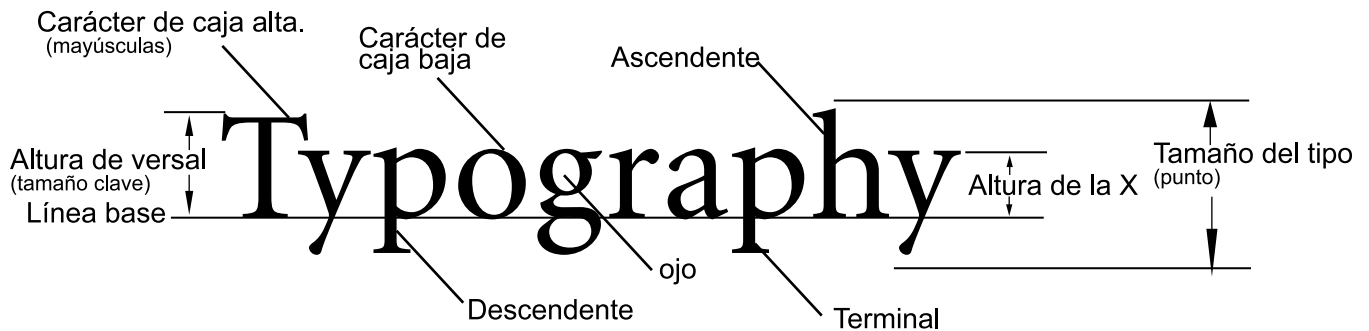
- * D. Del siglo XX: Mejoran su legibilidad. Se diseñan tipos de letra derivados del romano, con el ojo de mayor tamaño (Times New Roman). Por lo tanto, algunas de estas letras de estilo romano son: Times, Bodoni, Garamond, Bembo, Baskerville, Bodoni o Century Expanded. Además de que existan muchas otras, hay diferentes estilos dentro de cada una, como por ejemplo, Garamond Italic, Garamond Semi-bold.

* D. Del siglo XX: Mejoran su legibilidad. Se diseñan tipos de letra derivados del romano, con el ojo de mayor tamaño (Times New Roman). Por lo tanto, algunas de estas letras de estilo romano son: Times, Bodoni, Garamond, Bembo, Baskerville, Bodoni o Century Expanded. Además de que existan muchas otras, hay diferentes estilos dentro de cada una, como por ejemplo, Garamond Italic, Garamond Semi-bold.

Palo seco.- Son monótonas y esqueléticas con muy poco contraste en sus rasgos y carentes de remates. Algunas de estas letras son: Helvetica, Gill Sans, Franklin Gothic, Frutiger o Futura, Univers. al igual que el primer grupo, existen muchas más y hay diferentes estilos dentro de cada una, como por ejemplo, Gill Sans Bold, Gill Sans Bold Italic...

Algunos tipos más modernos y con amplias variaciones se escapan de la clasificación anterior creando nuevas familias como, la “caligráfica” que imita la escritura manual, la “mecano” letras densas y pesadas o la ornamental cargada de trazos y adornos.

Con el siguiente esquema podremos saber distinguir las partes de las que se componen los tipos de la tipografía:



Fuente del libro de Beamunt Michael. Tipo y Color.

Estas son las partes fundamentales de una letra, es importante distinguirlas en el caso de tener que crear una familia tipográfica especial para un trabajo determinado, ya que van a definir las características comunes que deben reunir las letras de la misma para mantener un estilo propio.

Los tamaños de los tipos generalmente son de 4 puntos a 72 puntos. Los tipos que varían de 4 a 12 puntos son normalmente referidos como tipo común, o de texto. Los tamaños de tipo para textos usados con mayor frecuencia van de 6 a 12 puntos y se incrementan cada vez por un punto, los tamaños para los tipos usados para titulares son de 14, 16, 18, 20, 24, 30, 36, 48, 60 y 72 puntos.

“Muchos son los cambios que ha sufrido la tipografía a lo largo de los tiempos, y el gran avance ha sido la entrada a la era digital”¹⁵. La aplicación de la informática a la impresión, al diseño gráfico y, posteriormente, al diseño web, ha revolucionado el mundo de la tipografía. Por una parte, la multitud de aplicaciones informáticas relacionadas con el diseño gráfico y editorial han hecho posible la creación de nuevas fuentes de forma cómoda y fácil. Por otro lado se han rediseñado muchas de las fuentes ya existentes para su correcta visualización y lectura en pantalla, haciendo que se ajusten a la rejilla de píxeles de la pantalla del monitor.

“

El tipo digital permite interletrar y diseñar caracteres mejor y con mayor fidelidad que el tipo metálico, existiendo actualmente en el mercado la mayoría de las familias tipográficas adaptadas al trabajo en ordenador, y las modernas aplicaciones de autoedición y diseño permiten manejar fácilmente las diferentes fuentes y sus posibles variantes en tamaño, grosor e inclinación.

Al igual que en el mundo de la creación gráfica, la división entre lo bitmap y lo vectorial sigue vigente en el entorno tipográfico digital. El tipo bitmap (mapa de bits) es aquel que está definido punto a punto, para cada cuerpo o tamaño de carácter. La calidad impresa de los caracteres no es muy buena cuando son de gran formato, debido a que la memoria que se requiere se satura al almacenar tantos. Y el tipo vectorial que se define por el conjunto de ecuaciones de la polilínea de contorno del carácter. Una de las ventajas de esta tipografía, es que se pueden imprimir en cualquier impresora o pantalla de cualquier resolución.

La tipografía PostScript se ha aceptado como un estándar en lo referente a la fotocomposición digital. Se ha adentrado en el campo tipográfico, al permitir contornos de letras perfectamente definidos, basados en funciones matemáticas. Trata los textos como si fueran gráficos definidos por la polilínea que contornea el carácter, a esta agrupación de líneas, se le llama path, que conforman la estructura del carácter permitiendo la especificación separada del interior y contorno del tipo en cuanto al tipo de línea, grosor, color, trama, etc.

Otro importante avance en la tipografía digital vino de la mano de la compañía Apple, que lanzó el sistema de fuentes TrueType, basado también en la definición matemática de las letras, lo que permite un perfecto escalado de las mismas, sin efectos de dientes de sierra, de forma similar a lo que ocurre en los gráficos vectoriales. Sus fuentes, contienen hints que mejoran la visualización a bajas resoluciones, en la pantalla.

Tipo TrueType

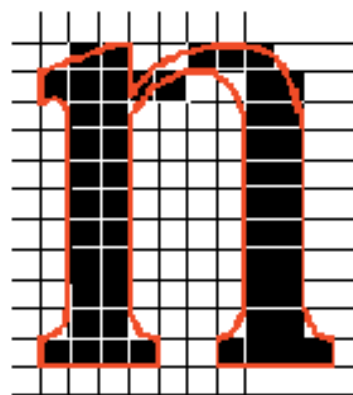


Imagen particular de la autora del trabajo.



Imagen particular de la autora del trabajo.

¹⁵ Marín Ibáñez, Ricardo. “El Sistema Multimedia de la enseñanza a distancia” Ed. UNED, Madrid, 1994.

2.3 Comunicación.

2.3.1. Definición de comunicación.

El hombre ante una necesidad de expresarse en su medio ambiente, comenzó a desarrollar lo que ahora conocemos como comunicación para poder manifestarse, “podemos definir la comunicación como el hecho de transmitir un mensaje de persona a persona; el mensaje corresponde a aquello que se juzga importante dar a conocer a los demás, ya sea una idea, un sentimiento, una actitud; etc.” 16, en efecto es lo que la humanidad ha estado efectuando desde hace tiempo, informar a los demás ya sea un conocimiento o alguna propia experiencia.

En la historia de la comunicación el primer medio que apareció, fue la escritura que aportó grandes cambios y dinamizó la vida social, con la aparición de la imprenta y por su gran propagación de conocimientos da pauta a la comunicación de masas. Después llegaron otros inventos como el telégrafo y la fotografía que intervinieron en el desarrollo de la comunicación de masas. Y ahora con los nuevos medios electrónicos abarcan el espacio comunicacional, pero lo comparten con la palabra escrita y oral.

2.3.2 Proceso de comunicación.

El proceso de comunicación fue objeto de estudio , científicos realizaron varios modelos tratando de explicar el proceso, hasta que después se tomó como prototipo el modelo de C. Shannon que en 1947 , en unas de sus investigaciones pero no sobre la comunicación humana sino de la comunicación electrónica para explicar como se llevaba acabo , presenta su funcionamiento de la siguiente manera: para él existe una fuente (que sería como el orador), un transmisor (el que envía el mensaje), una señal (será el mensaje), un receptor (quien recibe el mensaje) y un destino (a donde llega el mensaje).

Por lo tanto, por la serie de pasos y elementos que intervienen en este modelo, se adopta ahora para darle paso a una explicación más adecuada a la comunicación humana, mediante un proceso donde intervienen un emisor, un mensaje, un canal y un receptor.

El emisor es aquel individuo que se expresa o manifiesta algo con el fin de transmitirlo a otra persona, pero algo importante que destaca K. Berlo en su libro es el hecho de que el emisor debe tener un cierto conocimiento sobre el mensaje que va a hacer llegar, por que si los resultados no fueran satisfactorios no se entendería su mensaje y se perdería la comunicación, aparte de que debe de conocer hacia quien va dirigido este.

Como ya se había mencionado el mensaje es aquello que el emisor transmite, “en la comunicación humana un mensaje puede ser considerado como conducta física, traducción de ideas, propósitos e intenciones”¹⁷, el hombre es lo que ha comprobado que tal vez no se necesita una palabra para dar a entender algo por que el simple hecho de hacer un gesto estamos mandando un mensaje.

Pero estos mensajes deben estar establecidos en un código...”un código comunicativo es un conjunto de signos, es decir, elementos – como sonidos, imágenes, etc; y que transmiten ciertas informaciones a quienes los recibe”¹⁸ estos signos están presentes en nuestra vida cotidiana, por ejemplo: cuando un niño sonrío nos indica que esta contento o cuando nos abraza expresa su afecto, etc.

Para que estos mensajes se transmitan se determinará un canal por el propio emisor ya sea gráfico, visual o auditivo; que llegará a su destinatario que será el llamado receptor que será el último en intervenir en este proceso.

Es importante mencionar que los mensajes deben estar compuestos por signos que significarán lo mismo tanto para el emisor como para el receptor, para llevar a cabo un entendimiento, entonces habrá comunicación, por ambas partes.

En el diseño gráfico pasa algo semejante. En el cual el emisor es el usuario del diseño, como podría ser una empresa que recurre al diseño en todas sus formas, el diseñador hace el papel de codificador de los mensajes que la empresa desea exponer.

Por lo tanto los mensajes, se convierten en un conjunto de signos extraídos de un código visual, armados con cierto orden. El canal es el medio difusor por el que se presentarán los mensajes, y puede ser por medio de la prensa, el cartel, el libro, la televisión, etc. Y por último está el destinatario, que es el segmento social, que decide si entra al proceso de comunicación y acepta los mensajes.

2.3.1. Comunicación Visual.

“El objetivo del diseño gráfico es la comunicación visual necesaria para la vida social”¹⁹. Adapta a la forma gráfica los mensajes para las condiciones de su correcta comunicación.

El hombre se adentró al medio visual para transmitir sus mensajes, tanto en el campo de la industria, en del espectáculo y de los mass-media, logrando resultados estéticos de notable calidad. Por medio de la imagen y por sus características se comunica de modo más inmediato debido a que esta, nos puede transmitir información que es excesiva para poderse transmitir de forma verbal o escrita.

17 Berlo, David.K. El proceso de la comunicación. Ed. Ateneo, México, 1989.p-39.

18 Lazotti ,Fontana, Lucia. Comunicación Visual y Escuela. Ed Gustavo Gili, Barcelona, 1983. p-60

19 Arfuch, Leonor. Diseño y comunicación. p-41.

La comunicación visual, iniciándose por el hombre para difundir mensajes de una manera eficaz, “ lenguaje visual como todos los lenguajes no verbales, es particularmente apto para transmitir emociones , sensaciones, afectos que a menudo las palabras no logran expresar con la misma precisión ” 20 , es cierto que a veces es adecuado el emplear una imagen para definir, demostrar o comprobar una idea o concepto para nuestros receptores y que suele no suceder con las palabras en algunos casos . Se juega un poco más con los elementos que intervendrán en la comunicación, sin descuidar la intención del mensaje a quien va dirigido.

Y el diseño gráfico estructura los mensajes verbales o no verbales a partir de los elementos gráficos, y así se estará adentrando en la comunicación visual, ya que el diseño actúa sobre la sociedad articulando sus elementos con la intención de comunicar.

2.4 Términos Gráficos.

En este apartado se mencionan las diferentes representaciones gráficas que encontramos en el diseño, que es necesario saber su significado y saber diferenciarlos por sus características que los constituyen, para poder tener un mejor entendimiento de éstos. La información y la mayoría de las imágenes son tomadas de un artículo de la revista A!diseño del llamado “Marcaje Personal” por Rafael Pérez y presenta la siguiente clasificación:

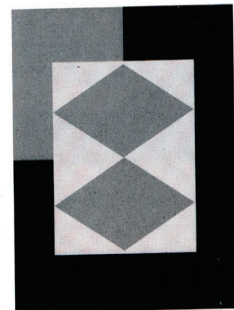
2.4.1. Emblema.

Es aquella que explica gráficamente una leyenda, para ser más claros ponemos el ejemplo del Emblema Nacional, donde se observa el águila devorando la serpiente posada en un islote en medio de un lago, estos elementos son los protagonistas de la historia que nos han inculcado del surgimiento de nuestra nación.



2.4.2. Heráldica.

Es la representación de los escudos que distinguen a las familias, el linaje o una ciudad, siguiendo un número de reglas.



**Imágenes de La Revista A! diseño. Año 10.No.48.
20 Berlo, David.K. El proceso de la comunicación.p22.

2.4.3. Escudo.

Va relacionado con la heráldica y nos indica que es un elemento de tradición. Varias instituciones de enseñanza, clubes sociales, deportivos, Asociaciones los emplean para reflejar los valores de lealtad, fuerza, victoria, etc.



2.4.4. Insignia.

Es un distintivo para otorgar los diferentes grados que se encuentran en el ejército, la armada, la aviación y la marina.



2.4.5. Símbolo.

Es la representación gráfica de objetos complejos o abstractos que no son directamente ni físicos ni perceptibles. Por ejemplo la palabra paz la simbolizamos con la paloma blanca, la justicia la simboliza la balanza, la muerte la simboliza la cruz, solo por citar algunos.



2.4.6. Señal.

Es la representación de una indicación o aviso, aquí encontramos las señales de tránsito que pueden ser preventivas, restrictivas e informativas. Además de los semáforos, conos y gráficos de alerta y precaución.



2.4.7. Señal.

Es una indicación en la que se emplea la mímica y tendrá su significado y empleo particular del lugar donde se origine, por ejemplo el guiño de un ojo, un puño cerrado, etc.



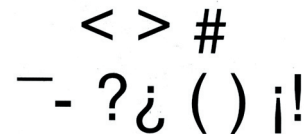
2.4.8. Señalización.

Es la representación del grupo de indicaciones gráficas y / o tipográficas que se emplean para guiar o indicar rutas y lugares específicos, las encontramos en lugares públicos, hospitales, estadios, en avenidas, accesos, salidas de emergencia, etc.



2.4.9. Signo.

Es la representación gráfica de algún objeto.” El signo representa al objeto o al conjunto de objetos a que se refiere.” 21 Como signos podemos encontrar la escritura como las comillas, guiones, en las operaciones matemáticas y hasta en la astrología.



2.4.10. Marca.

Esta proviene desde los orígenes del hombre, pero anteriormente era una huella que utilizaban para identificar sus propiedades o delimitar su territorio. Pero ahora la marca puede ser una forma de una inscripción, un rasgo distintivo, una figura, una sigla o un pictograma simbólico, que se utilizan para identificar productos o servicios de forma gráfica.

La marca siempre se relaciona al mismo producto de consumo, y permanecerá en la memoria de las personas por un tiempo.



**Imágenes de La Revista A! diseño. Año 10.No.48.

21 Charles Sanders, Pierce.”La ciencia de la semiótica”. Ed. Nueva Visión.Argentina, 1986.p-24.

2.4.11. Marca registrada.

Es la denominación que se le asigna a un producto por medio de un nombre, símbolo, figura, etc, que fue realizado por una manufacturera o comercializadora para indicar quien los elaboró y sean reconocidos por el resto.



2.4.12. Imagen.

Es la representación de algo por medio de una fotografía, una pintura o una escultura.



Imágen de La Revista A! diseño. Año 12 No.68.

2.4.13. Imagen corporativa.

Es una es una representación en breve para dar a conocer una empresa o corporación, que se basa en lo visual reflejando orden, congruencia y un estilo. Y se plasma en documentos como la papelería, folletos, catálogos, reportes o informes, etc.

NIVEA

2.4.14. Identidad corporativa.

Es la representación no sólo de los productos o servicios, también de los valores de la empresa se la comunicación visual y verbal por medio de signos y símbolos.

“La identidad corporativa nacida-como idea y como técnica- de una situación socio-económica precisa y desarrollada dentro de un contexto comunicacional ciertamente complejo, no tiene sólo por objeto *marcar* físicamente los productos y *firmar* los mensajes (que son funciones de la marca), sino desarrollar visualmente un concepto de personalidad corporativa en forma de programa”²²



**Imágenes de La Revista A! diseño. Año 10.No.48.

22 Costa, Joan.” Imagen Global”. Ed.CEAC. Barcelona, 1987,p-80.

2.4.15. *Imagen Global.*

Es la conjunción de las diferentes aplicaciones que puede tener el diseño, donde los mensajes indican el estilo de la empresa.

“...la imagen global trasciende esta área específica y se constituye en un sistema multi-media, donde interviene el diseño de programas del medio ambiente, de los productos y de la comunicación por mensajes selectivos y colectivos” 23



Imágen de La Revista A! diseño. Año 8 No.48.

2.4.16. *Fonograma.*

Es la representación de la imagen con la palabra que indican el mismo concepto, es decir, tenemos la imagen de un león y abajo dice la palabra.



2.4.17. *Monograma.*

Es la representación que está compuesta por las iniciales de los nombres, podemos encontrar dos o varias letras.



2.4.18. *Tipograma.*

Es cuando se emplea una tipografía para crear una figura original y distinta.

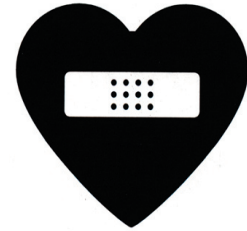


**Imágenes de La Revista A! diseño. Año 10.No.48.

23 ibidem.p.92.

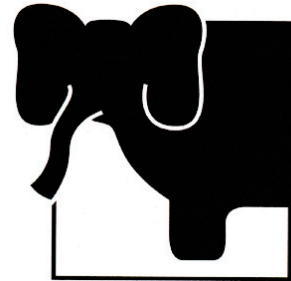
2.4.19. Ideograma.

“signo fonético que representa una idea” como el concepto amor se puede representar por un corazón.” 24



2.4.20. Pictograma.

Son las primeras representaciones gráficas que existen en todo el mundo. Es la representación en la que se retoman ciertos elementos de cosas, de figuras de animales o figuras humanas y que carecen de tipografía, las podemos encontrar en zonas arqueológicas, zoológicos o en las olimpiadas.



2.4.21. Icono.

Es la representación gráfica de una figura que tiene una relación de similitud con un objeto.” Un icono es un signo que se refiere al objeto al que denota meramente en virtud de caracteres que le son propios, y que posee exista o no exista el objeto” 25



2.4.22. Logo.

Es la representación grafica que identifica una marca y no presenta tipografía.



**Imágenes de La Revista A! diseño. Año 10.No.48.

24 Pérez,Rafael. Revista Adiseño. No.55, Año 10. p-58.

25 Charles Sanders, Pierce.”La ciencia de la semiótica”.p-30.

2.4.23. Logotipo.

Es la representación visual abstracta en un nombre propio. Se relaciona al nombre de la marca o de la empresa por su función descriptiva.



2.4.24. Logosímbolo.

“Se entiende por logosímbolo el uso de logotipo adosado a un gráfico a un elemento gráfico.” 25



Puede haber combinaciones las marcas pueden llegar a ser escudos, los monogramas, los tipogramas, los ideogramas, etc, lo que es realmente importante es lograr identificar que es cada diseño y no nombrar a todo como logotipo solamente.

2.5 La clasificación del discurso, género y código por la Dra. Luz del Carmen Vilchis.

2.5.1. Tipos de discursos.

En este siguiente tema retomamos las definiciones de ciertos temas que se adjudican al diseño gráfico, que presenta la Dra. Luz del Carmen Vilchis en su libro Diseño Universo de Conocimiento. La cual nos presenta ampliamente estos temas.

Un discurso es un método de comunicación que de cierta forma organiza a los mensajes para poder llegar a quien sea que se involucre en el proceso de comunicación. Por lo tanto existen diferentes tipos de discursos:

**Imágenes de La Revista A! diseño. Año 10.No.48.

Discurso publicitario.

Es donde los productos o servicios se encaminan hacia lo mercantil, siendo responsables las empresas o marcas de estos productos de generar la publicidad para estos, mandando mensajes de que son de buena calidad y de prestigio a los consumidores, que llegan a ser desde niños, adolescentes y adultos de cualquier clase social.

En este discurso sus recursos retóricos son *la persuasión o el convencimiento* para que el receptor termine consumiendo, *la retórica de la evocación*, que tiene el propósito de enganchar al consumidor por las emociones recalcando situaciones de nuestra vida cotidiana. *La retórica de la pseudofactibilidad* que ofrecen ideas positivas posteriores como el obtener un nivel de vida diferente.

Discurso Propagandístico.

Aquí la imagen diseñada esta relacionada con la postura política, con el objeto de promover y persuadir ciertas ideas por de partidos, candidatos, sindicatos, etc; cuyo interés es llegarles a niños, madres, ancianos, parejas, trabajadores, con mensajes que están relacionados con el mismo tema de la política, como el voto, la democracia, el poder, la solidaridad, entre otros.

Los recursos retóricos son *la retórica de la implicación* que convocan a colaborar en la acción política, *la retórica de la denuncia* en la que se expone la verdad de algún conflicto. *La retórica de la oposición* cuando se le da a elegir a la persona entre dos posturas, *la retórica de la exaltación*, que nos lleva a la retórica de la glorificación de eventos o la retórica de la conmemoración con el fin de solemnizar eventos del pasado.

Discurso educativo.

Es cuando la imagen diseñada esta encaminada hacia lo que es la enseñanza formal, es decir la escolar y la no formal, que podemos aprender, en nuestra familia, por los medios impresos, audiovisuales y muchos más.



Imágen de La Revista Conozca más.May-Jun.2005.



Imágen particular de la autora del trabajo.



Imágen particular de la autora del trabajo.

Quienes llevan acabo este discurso son los docentes, capacitados, promotores, informadores, que trabajan para todo aquel que entre en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Los mensajes son de contenido didáctico, como información simbólica que abarca los símbolos de identidad, museografía y aquigrafía y la información de contenido que la encontramos en revistas, periódicos, libros. Sus recursos retóricos son la *retórica de la formación* que comprende la enseñanza sistematizada para la comprensión y respuesta de los contenidos dirigida a la modificación de la conducta y la *retórica de la información*, cuyo objetivo es enterar a los demás.

Discurso Plástico.

En este discurso se presenta la imagen diseñada dentro del pensamiento estético y el lúdico, enfocado más a las artes visuales. Los diseñadores son los encargados en este discurso de enviar los mensajes con valores estéticos, dirigidos a cualquier persona que entre en el proceso de la comunicación gráfica. Sus recursos retóricos son: la *retórica estética* y *lúdica* que invitan a la admiración.

Discurso Ornamental.

La imagen diseñada esta ligada con las artes decorativas y los oficios artesanales, aquí también los diseñadores están involucrados, cuyos mensajes tiene valores estéticos. Su recurso retórico es la *retórica lúdica*, además las imágenes diseñadas son para ser contempladas y con cierto interés mercantil.

Discurso Perverso.

Contempla a los géneros de la comunicación gráfica que ocasionan un perjuicio visual, moral, intelectual a los demás, los cuales son los siguientes: *la comunicación amarillista*, aquí podemos encontrar que se enfoca en el sensacionalismo dando a conocer acontecimientos ruines. La *comunicación violenta*, en este tipo de comunicación se manifiesta acciones ofensivas.



Imagen de La Revista Al diseño. Año 12 No.68.



Imagen de La Revista Conozca más.Nov-Dic.2005.

La comunicación aberrante.-se presentan situaciones que no obedecen a las leyes de la lógica, la física y de la biología, pues podemos ser testigos de acciones irreales. La comunicación morbosa- abarca lo que son imágenes de objetos o personas en situaciones íntimas, que generan un interés perverso.

La comunicación escatológica- en ésta, las imágenes se involucra las creencias y doctrinas de la vida de ultratumba. Y la comunicación pornográfica- se presentan los mensajes de manifestaciones eróticas, que son transformadas y son tomadas como algo ofensivo.

Todos estos tipos de comunicaciones son meramente de carácter publicitario, propagandístico, informativo y plásticos, cuyos receptores pueden ser cualquiera, los mensajes que presentan son de la realidad pero manipulada.

Y por último tenemos al discurso híbrido conformado por dos tipos de discurso, totalmente opuestos, que lo único que transmiten son mensajes confusos.

2.5.2. Géneros.

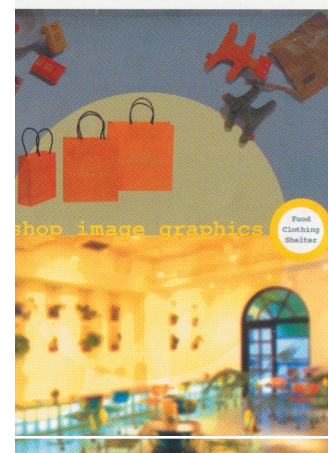
En el género encontramos como están clasificados los medios, sus características, la producción y su reproducción dentro de la comunicación gráfica, y son los siguientes:

Género Editorial.

Hablamos de lo que son impresos, que en su diseño gráfico aportan cierto conocimiento interesante o vago, su texto es continuo y pueden tener una permanencia corta o indefinida, encontramos a: el Libro, el Periódico, el Cuadernillo, la Revista, el Informe Anual y el Catálogo.

Género Paraeditorial.

Son aquellos impresos con un diseño gráfico, que consta de un texto mínimo de información breve y específica, llegan a sobresalir más las imágenes con un período de existencia efímera, encontrando a: los Volantes, los Calendarios, las Etiquetas, Los Embalajes, el Correo directo, los Timbres Postales, los Puntos de Venta, las Calcomanías, los Empaques, los Promocionales, Portadas y los Billetes. Estando cercanos a todos.



Imágen de La Revista A! diseño. Año 36 No.55.



Imágen de La Revista A! diseño. Año 36 No.55.

Género Extraeditorial.

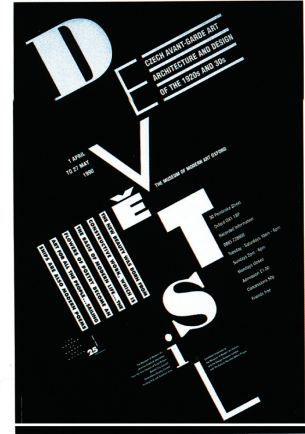
Abarca los impresos que su diseño gráfico es de un sólo tema, no es necesario que tenga texto, pero si contiene imagen, casi siempre es algo pasajero y tienden al discurso plástico y encontramos a: al Cartel, el Espectacular, el Anuncio mural, el Periódico mural y las Escenografías, y todo esto se encuentra lejos de todos.

Género informativo e indicativo.

Son los impresos que su diseño gráfico abarca solo la imagen que llega a dar información, emplea recursos de la presentación simbólica y su permanencia es de largo plazo, teniendo a una proximidad media con todos, encontrando a: la Aquigrafía, la Imagen Institucional o empresarial, la Identidad Corporativa, los Sistemas de identificación, Sistemas de señalización y Sistemas Museográficos.

Género Ornamental.-

Son aquellos impresos que se encuentran en diferentes soportes, como la tela, el papel, los plásticos, entre otros, su diseño gráfico consta de elementos morfológicos simples, no presentan texto, por lo tanto no dan información, son cercanos a todos y su permanencia es pasajera, encontramos a: los Papeles decorativos, Objetos decorativos, los Papeles de envoltura, Objetos Promocionales y Objetos para fiestas.



Imágen de La Revista A! diseño. Año 8 No.44.



Imágen de La Revista A! diseño. Año 8 No.44.



Imágen particular de la autora del trabajo.

Género Narrativo Lineal.

Son las manifestaciones impresas que se interpretan por medio de dibujos donde puede haber cierta narración, teniendo un texto presente, se encuentran muy cerca de todos e indefinidamente, encontramos a: La Ilustración, la Historieta, el Dibujo Animado, el Multivisión, la Viñeta, la Fotonovela y el Diaporama.

Género Narrativo no lineal.

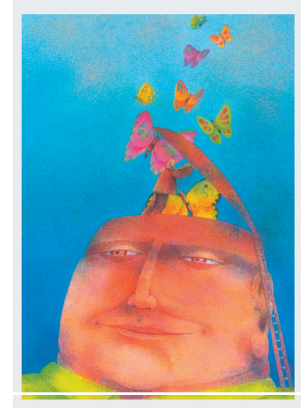
Son unas manifestaciones gráficas a base de dibujos y texto basado en un lenguaje digital cuya lectura es electrónica, limitada a la navegación y la interactividad, se estará en contacto dependiendo del tiempo que se pase frente al monitor, encontramos a: los Desarrollos gráficos, el Multimedia, las Presentaciones, las Páginas Electrónicas y las Publicaciones Electrónicas.

2.5.3. Códigos.

Los códigos son los que conforman el sistema de comunicación gráfica y posibilitan la articulación de mensajes, y son los siguientes.

Código Morfológico.

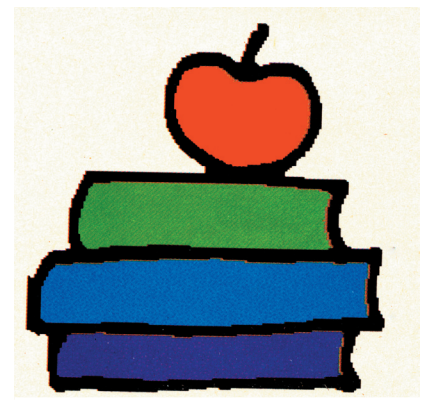
Abarca los esquemas formales abstractos como plecas, planos, contornos, entre otros, y los elementos formales figurativos como dibujos, ilustraciones y viñetas, etc. Y pueden ser orgánicos, geométricos, regulares e irregulares, teniendo aparte grados de iconicidad y de figuratividad.



Imágen de La Revista A! diseño. No.31.



Imágen de La Revista A! diseño. Año 12 No.68.



Imágen particular de la autora del trabajo.

Código Cromático.

Abarca los esquemas de color , ubicados en un diseño caracterizados por la elección de intensidad, del valor dinámico, de la legibilidad por contraste, la iluminosidad de la reflexión y las condiciones semánticas donde los colores tiene referencias culturales.



Imágen particular de la autora del trabajo.

Código tipográfico.

Abarca los textos caracterizados por la elección de tamaño de valor, grano, forma y orientación de los caracteres, además de la elección de signos o de figuras estructuradas o estilizadas.

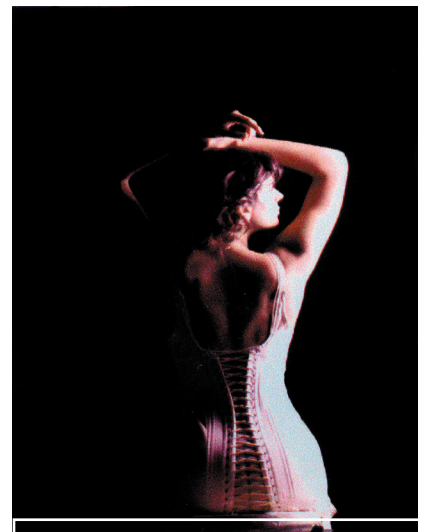
Cumple con la función metalingüística de la comunicación gráfica. Las tipografías son diversas como la “*caligrafía*” que es la escritura manual, la “*legible*” su tipografía permite una buena lectura, la “*formal*” el texto puede ser la representación de una idea, la “*simbólica*” que tiene un significado convencional y la ornamental, la cual emplea a sus caracteres como elementos morfológicos.



Imágen de La Revista A! diseño. Año 8 No.44.

Código fotográfico.

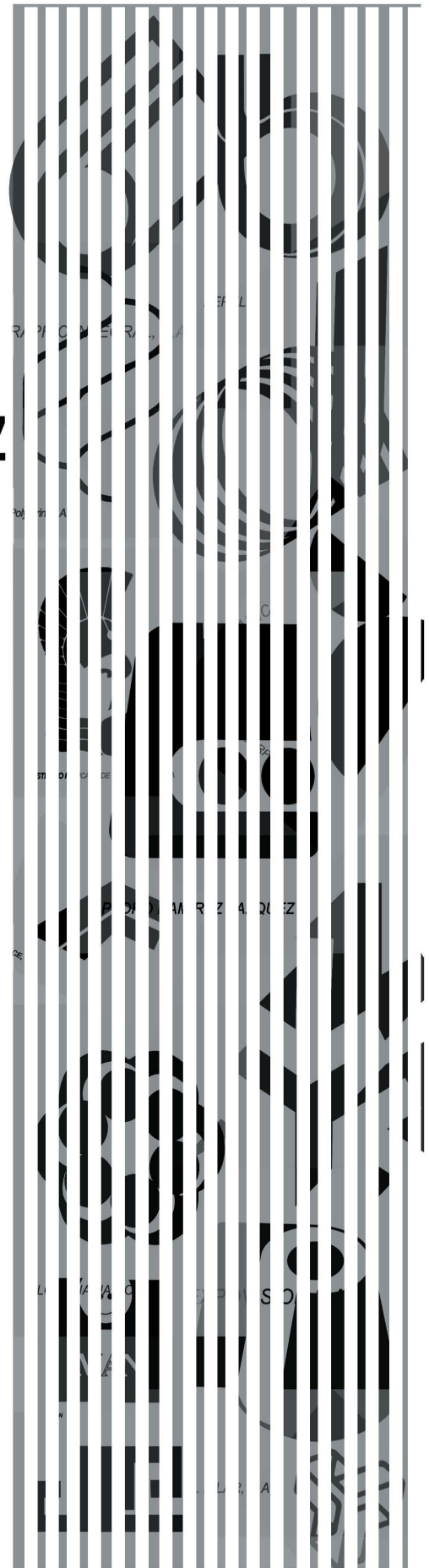
Abarca las imágenes fotográficas que están caracterizadas por las tomas, los encuadres, tramados, etc. También tiene la función metalingüística en la comunicación gráfica, que además implica un análisis entre la sintaxis de la imagen fotográfica y la del diseño. Este código tiene otras funciones como de “*núcleo*” como único elemento del diseño, de “*testigo*” como testimonio, de “*documento*” que representa hechos, de “*emoción*” retoma los sentimientos, de “*narración*” articulación de ideas, de “*símbolo*” con algún significado, de “*anclaje*” para determinar la primera idea del diseño, de “*soporte*” como apoyo de la idea, de “*ornamento*” como aditamento plástico y de “*texto*” metalenguaje de la tipografía.



Imágen de La Revista A! diseño. Año 12 No.68.

CAPITULO III
CAPITULO III
CAPITULO III

EL ARQ. PEDRO RAMÍREZ VÁZQUEZ
EN EL DISEÑO GRÁFICO.



En este último capítulo se hace una remembranza de la vida del Arquitecto Pedro Ramírez Vázquez , Además de una presentación de su muestra gráfica de los trabajos que dirigió y análisis de los mismos retomando la información desarrollada en el capítulo anterior.

3.1 Biografía Breve.

Pedro Ramírez Vázquez, nace el 16 de abril de 1919, estudia la carrera de arquitectura en la Escuela Nacional de Arquitectura, UNAM, obteniendo el título de arquitecto el 17 de diciembre de 1943, por la Tesis de Estudio Urbanístico de ciudad Guzmán. Ha sido exitoso en su profesión construyendo numerosos edificios de carácter público en nuestro país y el extranjero, junto con otros arquitectos entre ellos, Rafael Mijares, Jorge Campuzano, Eduardo Terrazas, Félix Candela, solo por mencionar algunos. Además tuvo su colaboración en actividades dentro de Organizaciones y la administración pública, obteniendo también reconocimientos.



Imágen del libro "Pedro Ramírez Vázquez. Un arquitecto mexicano"

Asimismo, cabe mencionar algunos de sus trabajos: En 1944 es nombrado jefe de zona del Comité Administrador del Programa Federal de Construcciones de Escuelas del Estado de Tabasco. En 1951 construye la Escuela Nacional de Medicina, en 1953 es miembro del Comité Ejecutivo de la Unión Internacional de Arquitectos.

En 1955 realiza una serie de mercados en la Lagunilla, Tepito, Coyoacan, Azcapotzalco, San Pedro de los Pinos, la Colonia Anáhuac y Balbuena. En 1956 recibe el Premio de Honor del Festival Internacional de Arquitectura y Arte monumental en París, Francia.

En 1962 es Presidente de la Comisión de Constructores escolares de la Unión de Arquitectos. En 1964 construye el Museo Nacional de Antropología. En 1966 es nombrado presidente del Comité Organizador de la XIX Olimpiada, efectuada en el año 1968 realizando la imagen y difusión con un equipo de especialistas.

En 1970 es miembro del Consejo Internacional del Museo de Arte Moderno en New York, en ese mismo año realiza la exposición Imagen México y el Museo Infantil del IMAN. En 1974 es fundador y rector general de la Universidad Autónoma Metropolitana.

En 1976 construye la Basílica de Guadalupe, también ese mismo año dirige la propaganda para la campaña presidencial del Lic. José López Portillo. En 1980 es asesor del proyecto de la Universidad Iberoamericana en Santa Fe. En 1984 construye el edificio de Galerías de Arte en la ciudad de México. En 1989 edifica la Capilla de la Virgen de Guadalupe en Roma y también el Word Trade Center de México.

3.2 El diseño por el Arquitecto Pedro Ramírez Vázquez.

El arquitecto Ramírez Vázquez incursionó también en el diseño gráfico, para él también era parte de su profesión. En algunos proyectos de diseño desarrolló el solo el concepto y en otros seleccionaba un equipo para coordinarlo y llevar a cabo el trabajo. Para el arquitecto el diseño tiene un programa que cumplir y una serie de necesidades que satisfacer. Llevo a cabo coordinación de varios proyectos de diseño, que fueron de gran importancia, demostrando su excelente capacidad y calidad dentro de esta disciplina, podemos mencionar algunos de estos trabajos, uno de los más importantes, recordados y destacados fue el desarrollo de todo el diseño de los Juegos Olímpicos del año 1968 que se celebraron en México.

Siendo asignado el expresidente López Mateos para organizar este magno evento, y al no poder cumplir con este compromiso, se asignó a Ramírez Vázquez junto con el presidente Díaz Ordaz, su planeación. El arquitecto, se adentró de lleno a esta organización, realizó una previa investigación del origen de los juegos olímpicos de los griegos, descubriendo que en esa época, alternadamente a las competencias, contaban también con eventos culturales, y entonces retomando esta idea se tomo la decisión de estructurar todo un programa de actividades culturales de diversos países, aparte de las competencias, para ser aún más enriquecedor el evento.

El diseño de los juegos Olímpicos abarcó desde los señalamientos, publicaciones de difusión, carteles, boletos, souvenirs, etc, creando una imagen unitaria de México. La influencia que tuvo este diseño fue “el arte op” que constaba de la vibración de líneas generalmente paralelas y en la plástica mexicana había una semejanza del arte huichol de nuestra cultura.

Para el desarrollo de todo esto el arquitecto conjuntó a un grupo de diseñadores de distintos lugares del mundo, por el motivo de que el diseño gráfico en nuestro país no se encontraba en un buen momento. El norteamericano Lance Wyman, junto con Eduardo Terrazas desarrollaron los símbolos deportivos que inicio Jesús Virches y el cartel oficial a partir de un diseño huichol, Michel Gross, Robert Pelegrini y Susan Smith trabajaron en Publicaciones dirigidos por Beatrice Trueblood. También participó el ilustrador y fotógrafo David Paladín, quien realizó una serie de carteles culturales, el inglés Peter Murdoch intervino en el diseño del ornato urbano, además de Julia Johnson para el diseño de souvenirs.

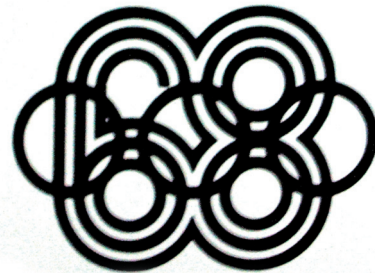
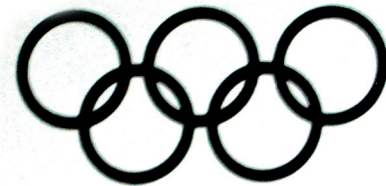
El grupo de Manuel Villasón, con Quiapa, Jesús Virches y alumnos del quinto año de la Universidad Iberoamericana ayudaron en la papelería y diseño de productos.

“El diseño, de gran calidad técnica, comparable a cualquiera en el mundo en este momento, pero con expresión propia, logró un ambiente inolvidable. Como arquitecto, entiendo mi participación en este sentido: la realización de la Olimpiada significó orientar y hacer funcionar una ciudad para cumplir un propósito común; lo cual es una experiencia de urbanismo vivo, activo”²⁷

- Lance Wyman crea en 1967 un alfabeto, el cual está compuesto bandas de listones, la idea la retoma del arte huichol mexicano, para aplicarlo en diferentes aspectos del diseño para la gráfica de las Olimpiadas.

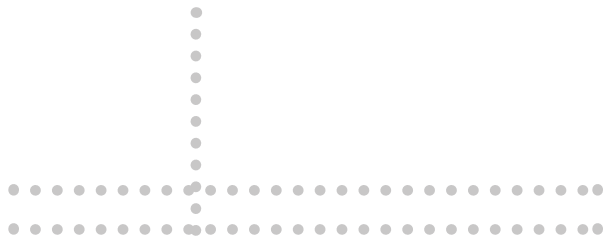


Crea también Wyman, el Logo de las Olimpiadas a partir de la unión de los aros olímpicos y el número 68.



Después crea el Logotipo con la palabra México y el número 68.

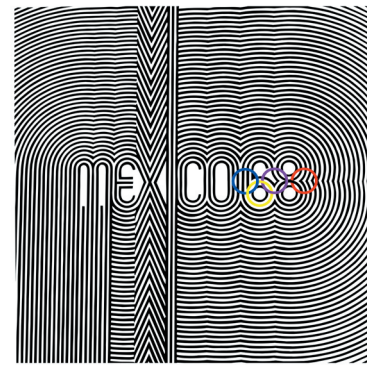
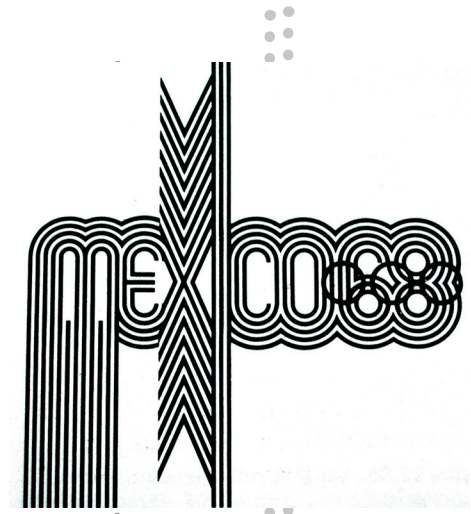




Partiendo del logotipo trazó Lance Wyman, una repetición de líneas como se hacía en el arte op, que se encontraba en aquellos años, aparte de que había visto en el arte huichol una semejanza.



Como resultado Wyman creo el Cartel oficial que representaba a las Olimpiadas en México.



Lance Wyman y Eduardo Terrazas diseñaron los símbolos deportivos para la XIX Olimpiada en 1967. Esta pictografía se utilizó para identificar de manera inmediata cada evento deportivo.



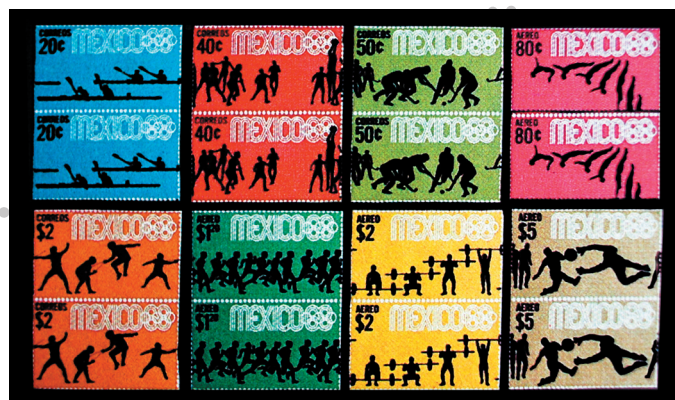
Diseño de cartel de Quezada cuya colaboración fue magnífica.



Cartel de David Paladini para la olimpiada cultural .Se publicaron más de 550 publicaciones en tres idiomas diferentes.



Lance Wyman también diseño una serie de estampillas en los años 1967-68, pintadas con siluetas refiriendose a los deportes, se imprimieron en un diseño continuo en colores brillantes.



Otro de los trabajos del que estuvo a cargo dentro del área del diseño gráfico fue la campaña política de José López Portillo llevada a cabo en 1976. Se organizaron equipos de diseñadores, fotógrafos, editores, investigadores y miembros del partido para llevarla a cabo con éxito. Entre sus colaboradores estuvieron Eduardo Terrazas y Beatrice Trueblood.

Principalmente se realizó a base de las ideas políticas del candidato se diseñaron los símbolos fundamentales de su campaña, en la que este proclama “la unión de los opuestos”, idea en la que se emplea la figura de Quetzalcoatl, también el signo de ollín (movimiento), que se integra a la simbología como expresión de cambio, vida y transformación.

El logotipo se crea de la influencia de una de las grecas mayas, que muestra la mexicanidad del candidato.

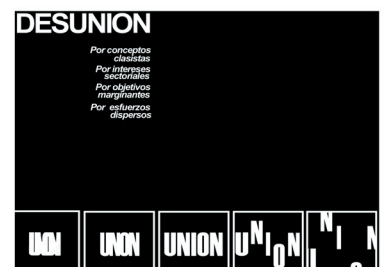
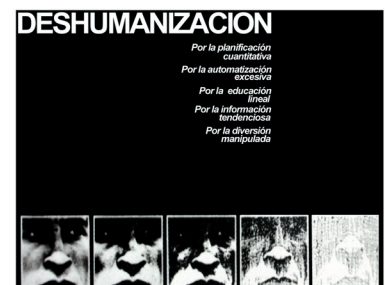
En la frase “la solución somos todos” abrevia sus conceptos sobre la unidad, la necesaria labor conjunta del gobierno con el pueblo.

La palabra “todos” fue usada como mensaje que representa la conciliación de intereses y la participación ciudadana.

En los carteles “hombres que respiran luz”, representa a los personajes universales que han destacado en el campo de la política, arte y ciencia.

En otras propuestas de carteles se empleaban imágenes para ejemplificar los conceptos que el precandidato quería hacer llegar. Como en el “Deshumanización” que muestra la imagen de un rostro de un hombre que poco a poco se desvanece y así se ve el significado de la palabra con la imagen. Y también se utilizó tipografía como el elemento visual como en el Cartel “Desunión” en el que los mismos tipos se separan y ejemplifican el significado.

Se aprovecharon todos los medios de comunicación como prensa, radio, cine y televisión para la difusión.



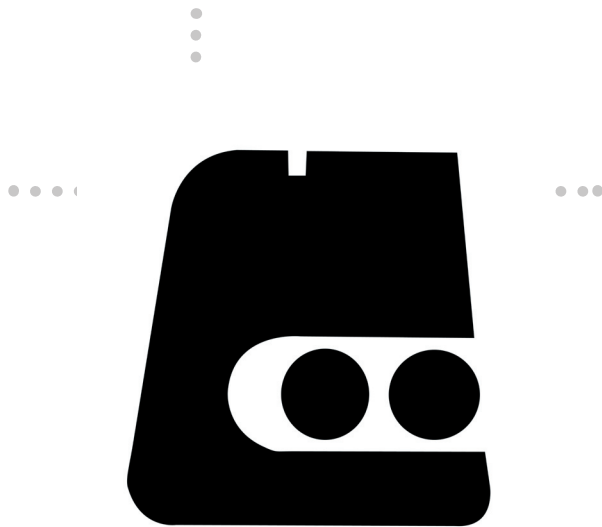
“Un logo es un símbolo que transmite en lenguaje Universal, un concepto sin necesidad de palabras”

28

El Arquitecto también para los años setenta llevo a cabo diversas imágenes corporativas de grandes compañías, el diseño global de varias instituciones, de organizaciones comerciales y oficiales.

Despacho Ramírez Vázquez-Mijares.

Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez / Rafael Mijares Alcerreca.



PEDRO RAMIREZ VAZQUEZ

Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
Rafael Mijares Alcerreca.
Año: 1950.



IMAN

Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
Dolores Sierra.
Año: 1970.

**Imágenes del libro “Ramírez Vázquez”.



TELEVISA

Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
Año: 1972.



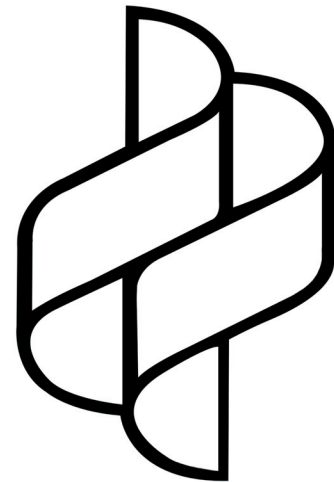
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
Año: 1973.



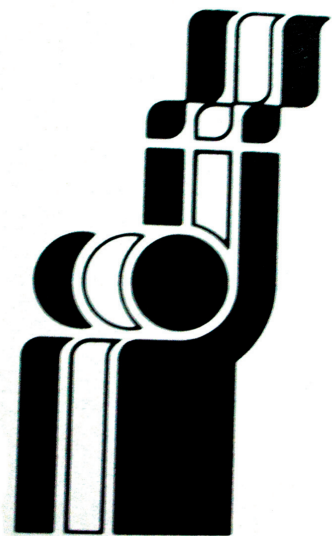
INSTITUTO MEXICANO DE CULTURA HELENICA

Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
Año: 1974.



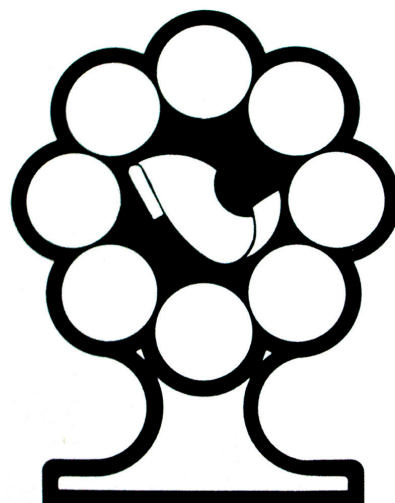
Poly Print, S.A.

Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
Javier Ramírez Campuzano.
Año: 1975.



INSTITUTO NACIONAL DEL DEPORTE

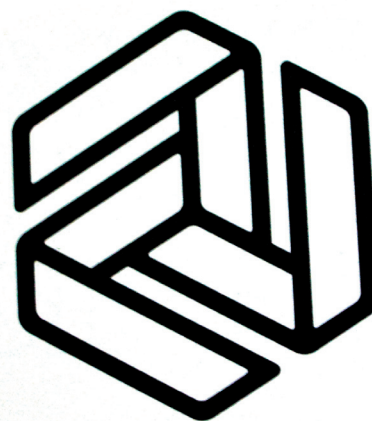
Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
Javier Ramírez Campuzano.
Año: 1977.



FUNDACIÓN MEXICANA DE LA SALUD

Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
Año: 1985.

Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
José Antonio Mijares.
Año: 1985.



SEGUROS OLMECA

Despacho : Diseñadores Asociados.

Diseñador: Pedro Ramírez Vázquez / Octavio López Márquez



FACE, S.A.

Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
Octavio López Márquez.

Año: 1970.



EL PILAR, S.A.

Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
Octavio López Márquez.

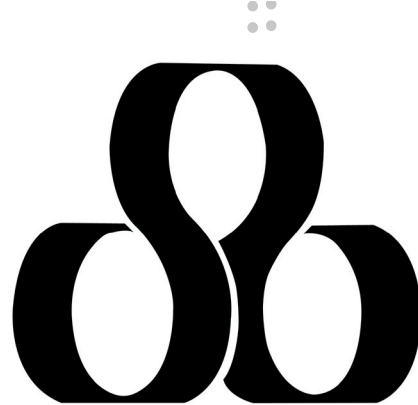
Año: 1971.



COLEGIO DE INGENIEROS
CIVILES DE MEXICO, A.C.

Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
Octavio López Márquez.

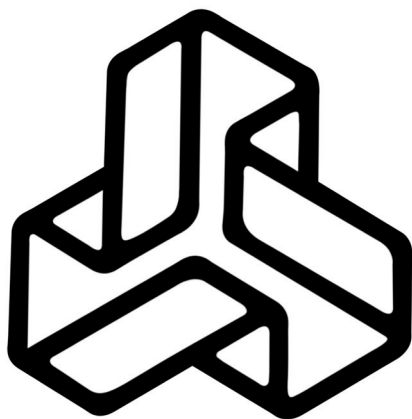
Año: 1972.



SEGUROS AZTECA

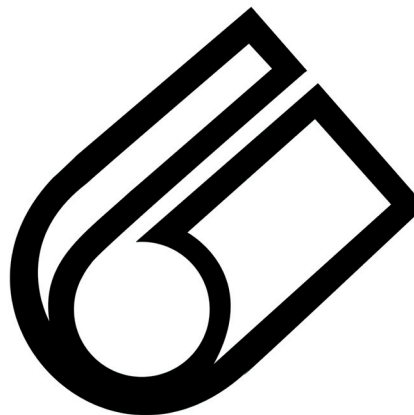
Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
Octavio López Márquez.

Año: 1972.



ATLANTICO

Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
Octavio López Márquez.
Año: 1974.



GRAPHIC INTEGRAL, S.A.

Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
Octavio López Márquez.
Año: 1974.



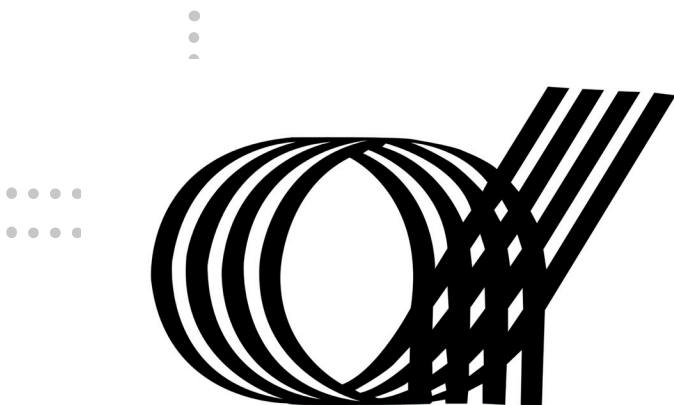
UNIVERSIDAD LASALLE

Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
Octavio López Márquez.
Año: 1975.



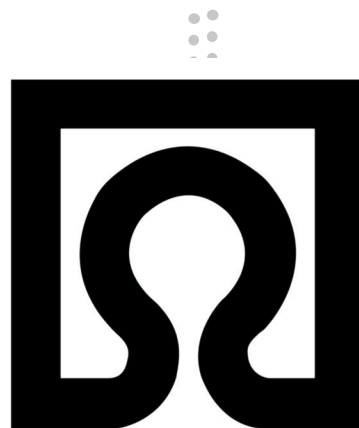
APASCO

Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
Octavio López Márquez.
Año: 1975.



DINAMICA

Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
Octavio López Márquez.
Año: 1976.



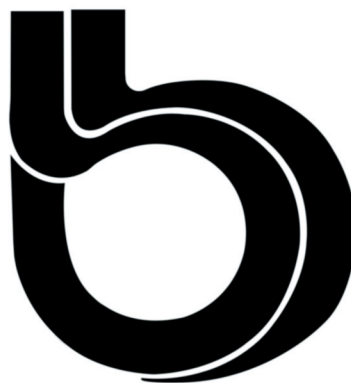
SICARTSA

Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
Octavio López Márquez.
Año: 1976.



PRONOSTICOS DEPORTIVOS

Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
Octavio López Márquez.
Año: 1977.



BEREL

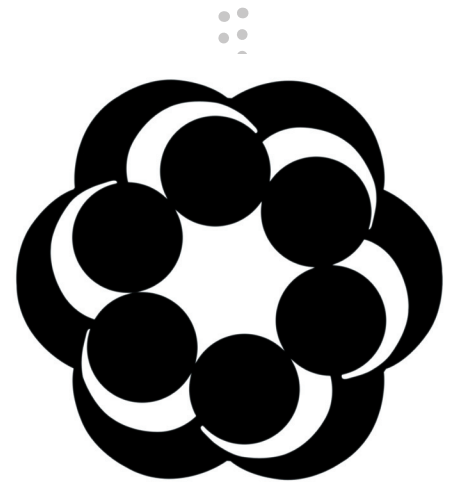
Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
Octavio López Márquez.
Año: 1977.



NOVA

Diseñador-Pedro Ramírez Vázquez.
Octavio López Márquez.

Año: 1977.



LOTERIA NACIONAL

No se encontró datos

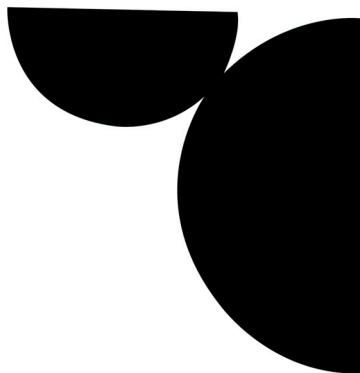
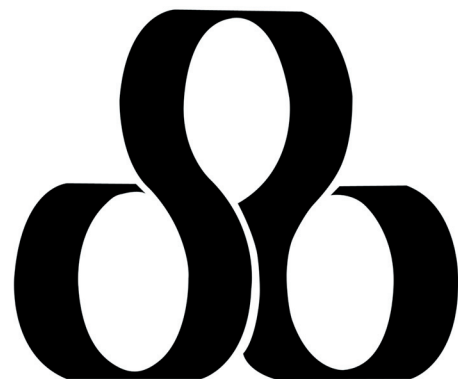


IMAGEN CORPORATIVA

No se encontró datos



SEGUROS AZTECA

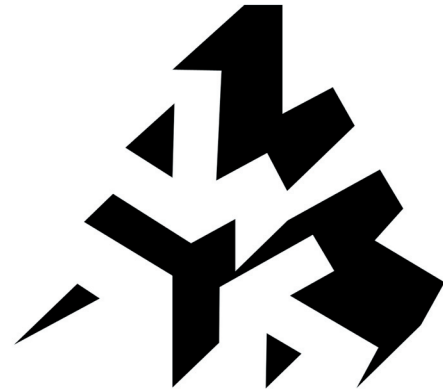
No se encontró datos

** Imágenes del libro "Ramírez Vázquez".

* Imagen Nova ,es de el libro Marcas, Símbolos y Logos.



FEDERACION DE COLEGIOS
DE INGENIEROS CIVILES



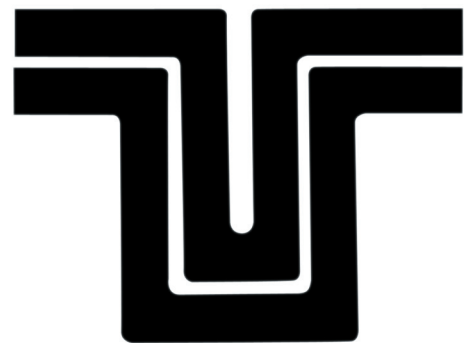
EXPOVISION, S.A.

No se encontró datos



TELSA

No se encontró datos



TAURO

No se encontró datos

No se encontró datos

3.2.1 .Análisis general del trabajo de diseño del Arq. P.Rámirez Vázquez.

A pesar de que el arquitecto no constaba con una formación propia de un diseñador, suponemos que pudo resolver con éxito los trabajos de diseño que realizó gracias a las bases que obtuvo en su carrera de arquitectura por la manera de trabajar, al tener el conocimiento del manejo correcto de ciertos elementos, como la geometría, la proporción, la simetría, entre otros. Y también observamos que tenía un estilo en cualquiera de sus diseños tanto gráficos como arquitectónicos, quería plasmar elementos de nuestra cultura.

Presenta un buen desempeño dentro del área del diseño por que varias empresas algunas muy importantes requirieron de su creatividad para que les realizara su proyección visual. Y lo más admirable es que todavía uno que otro diseño de Ramírez Vázquez sigue vigente, ya que siguen siendo visualmente estéticos y cumplen con el propósito de comunicar.

Es importante mencionar la ubicación que tienen sus diseños conforme a la clasificación de la Dra. Luz del Carmen Vilchis.

El trabajo de diseño de Ramírez Vázquez se encuentran en el discurso plástico, ya que los logotipos, las identidades, las simbologías, etc, que realizó tienen la finalidad de cumplir tanto con la representación simbólica como el de tener un valor estético. También entra en el discurso propagandístico al haber trabajado en la elaboración de una campaña política.

En cuestión de género lo ubicamos en el informativo e indicativo por el simple hecho de haber llevado a cabo identidades gráficas y en el extraeditorial por la elaboración de carteles. Y todos sus diseños cumplen con el código morfológico, cromático y tipográfico.

3.3 La Universidad Autónoma Metropolitana.

3.3.1. Breve Historia de la Universidad Autónoma Metropolitana.

“Nace la Universidad Autónoma Metropolitana cuyo espíritu se basa en ser una universidad asentada en la tradición, abierta, interdisciplinaria y autónoma, sin instituirse como valor absoluto sino con la flexibilidad de los cambios que genera el devenir histórico: Casa abierta al Tiempo”²⁹.

La Universidad Autónoma Metropolitana surge en un momento crucial para el país, recogiendo los esfuerzos que a finales de los años sesenta y principios de los setenta se dieron en materia de organización de la educación, revisión de estudios y de los métodos de enseñanza.

Todo esto producto del movimiento estudiantil del 68 y de los subsecuentes movimientos en favor de la educación y de reclamos de mejoras sociales.

El 10 de enero de 1974 se designa como primer Rector de la UAM al Arquitecto Pedro Ramírez Vázquez, quien concibe a la UAM distribuida en tres unidades, ubicando la investigación científica en la Unidad Iztapalapa; a las carreras tradicionales como la Ingeniería civil y la Arquitectura en la Unidad Azcapotzalco; y el área de la salud en la Unidad Xochimilco. Para ello convocó a tres personalidades de la comunidad universitaria y científica del país, nombró al Dr. Juan Casillas García de León como Rector de la Unidad Azcapotzalco; al Dr. Alonso Fernández para la Unidad Iztapalapa; y al Dr. Ramón Villarreal como Rector de la Unidad Xochimilco.

Cada uno de ellos con una trayectoria importante en el ámbito científico nacional e internacional. Se puede afirmar que la UAM es una universidad que rompe con el esquema tradicional universitario y se ubica dentro de la transición del sistema educativo superior de lo tradicional a lo moderno, dando forma al mercado académico y un perfil específico a cada profesión.

3.3.2. Análisis particular de la identidad de la Universidad Autónoma Metropolitana.

El diseño que decidí analizar es la identidad de la UAM, debido a que el diseño de una Institución Educativa de prestigio y de gran importancia en México. Además de que fue un diseño que realizó exclusivamente el arq. Pedro Ramírez Vázquez.

Por lo que creo es de gran importancia realizar un desglose de lo que comprende este diseño, además que es un buen prototipo que muestra y nos ubica el estilo de su autor y los inicios del diseño que se realizaba en esa época.

Los temas que se desarrollaron en capítulo anterior, me fueron de gran apoyo para realizar dichas observaciones que explico a continuación.



Casa abierta al tiempo

Comenzaremos por definir que su representación gráfica es un Tipograma, por el manejo que tiene de la tipografía, al querer asemejar la figura de una pirámide.

Se logra observar que la envolvente es una pirámide, por el simple hecho de ser una universidad mexicana debía tener un diseño que así lo asentaré.

La forma básica por la que esta compuesta es el trapecio, el cual combina las propiedades del cuadrado y el triángulo, lo que nos concede una figura sumamente estable y equilibrada, debido a que su base por ser más grande que la parte superior se presenta como una figura firme.

Por otra parte, nos es claro que se encuentra unas letras U,A,M formando esta estructura, que son las iniciales del nombre de la institución educativa.

Además de que este conjunto de elementos que se presentan entrelazados dan la sensación de movimiento de arriba hacia abajo y hacia delante, proyectando una imagen moderna, flexible y sólida. Además podemos observar que por sus ángulos nos da la sensación de ascendencia.

También se distingue que tiene un elemento de contorno en la parte central y se utiliza para resaltar la letra "V". Aunque esta pareciera que se separa de los otros elementos de la composición, no es así, si no por el contrario los une y al mismo tiempo se hacen evidentes las diferentes partes de las que consta.



En este diseño existe la presencia del contraste de tono ya que presenta dos tonos opuestos el blanco y el negro.

Y que consta igualmente de un equilibrio asimétrico por que al dividirlo por el centro no presenta ni igualdad de tono ni figura.



Además la familia tipográfica que se ocupa para su lema es Helvética Condensed Regular, tipografía que se empleo en los años setentas.

Pero también adquiere el término de Emblema que junto con su lema “Casa abierta al Tiempo “, nos ejemplifica el surgimiento de una institución educativa con valores y tradición, por que recordemos que una representación gráfica puede adquirir otra terminología, ya que en el diseño tiene varias combinaciones .

Además, el tipo de discurso en que lo ubicamos es en el Educativo, el género en que se encuentra es el Informativo y los códigos que posee son el Morfológico, el Cromático y el Tipográfico.

Con este análisis podemos deducir, que el arquitecto Ramírez Vázquez pudo realizar este trabajo con éxito, ya que observamos que sus elementos se encuentran resueltos en una forma adecuada, siendo él no propiamente un diseñador gráfico y cumple con el objetivo de comunicar a través de sus formas, y nos expresa el estilo característico que presenta el arquitecto al retomar elementos de nuestra cultura para llevar a cabo algún diseño. Además ya es un emblema distintivo y representativo de esta importante Institución Educativa.

Lo importante de la primera parte de esta investigación fue que adquirimos el conocimiento de que todos los acontecimientos políticos sociales, culturales que acompañaron y forjaron de cierta forma al diseño y que surgieron grandes personalidades que con su talento aportaron tantas cosas que nos ayudaron a entender y conocer todo el proceso de desarrollo de esta disciplina, para darlos a conocer para quienes consulten este trabajo.

Podemos también concretar que la palabra diseño es denominar a la acción del hombre de poder crear algo para comunicarlo empleando diversos elementos para que adquiriera un enfoque estético y funcional. Fue realmente necesario el recopilar toda la información acerca del diseño, ya que nos ayudo a entender las bases fundamentales por las que se basa su producción.

También cabe mencionar el haber incluido el libro de la Dra. Luz del Carmen Vilchis, por que fue interesante conocer esta clasificación que ella realiza en su obra, nos enseñó y facilitó donde ubicar de las diversos soportes de los que se basa el diseño gráfico para llegar al receptor.

Además de que fue de igual relevancia el conocer el papel del Arquitecto Pedro Ramírez Vázquez, que al no ser propiamente un diseñador supo resolver con acierto las necesidades de comunicación y valor estético que requerían los proyectos que se le presentaron algunas veces para dirigirlos y otros el mismo los realizó y que durante aquellos años de finales de los sesenta inicios de los setenta, se encontró que no había lineamientos de los cuales apoyarse para llevar a cabo el proceso de diseño. Por lo que el analizar su labor también fue útil para ubicar el estilo y el trabajo de diseño que se desempeñaba en su época.

Y de igual importancia fue el haber participado en la exposición del proyecto “México en el diseño gráfico :signos visuales de un siglo”, en el que la Lic. Olga América Duarte Hernández encamino la época de los años 1960-2000 para su mejor desarrollo y que fue de gran ayuda para la realización de este proyecto, el cual me dejó una experiencia y satisfacción el aportar algo para el estudio de los antecedentes del diseño para futuras generaciones de diseñadores y no diseñadores.

WESTHEIM, Paul. "Arte Antiguo de México." Ed. Fondo de cultura económica, México, 1970

SATUE, Enric. "El Diseño Gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días." Ed. Alianza, Madrid.

Diseño antes del Diseño. Diseño Gráfico en México 1920-1960. Museo de Arte Carrillo Gil.

ESCALANTE Gonzalbo, Pablo. "Nueva Historia Mínima de México," Ed. Colegio de México, 2004

VILCHIS, Luz del Carmen. Diseño Universo de Conocimiento. 2ª edición, México, 2002.

ARFUCH, Leonor. Diseño y Comunicación. Ed. Paidós. Argentina, 1997.

Iniciación a la evaluación del diseño. UAM Azcapotzalco.

RICARD, Andre. Diseño ¿Por qué?. Ed. G. Gili, Barcelona, 1982.

DE SAUSMAREZ, Maurice. Diseño Básico. 1975.

TURNBULL, Arthur. Comunicación Gráfica. Ed. Trillas, México, 1980.

BERLO, K, Berlo. El Proceso de la comunicación. Ed. El Ateneo, México, 1989.

Vicente Rojo: 40 años de diseño gráfico. Ed. Era. México, 1990.

TRUEBLOOD Beatrice. "Pedro Ramírez Vázquez. Un arquitecto mexicano. Ed. Edificios y Proyectos Kramer. México.

Ramírez Vázquez en la Arquitectura. UNAM. Fac. de Arquitectura. Ed. Diana, 1989.

COSTA, Joan. "Imagen Global". Ed. CEAC. Barcelona, 1987

CHARLES Sanders, Pierce. "La ciencia de la semiótica". Ed. Nueva Visión. Argentina, 1986.

Revista Adiseño. No. 55, Año 10.

www.newsartesvisuales.com.