

870131
6
2º

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA.



Incorporada a:

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO.

Escuela de Artes Plásticas.

Aplicación de Símbolos de Estados de México en placas de vehículos.

[Signature]
ARQ. GUILLERMO DE LA TORRE
PRESIDENTE DE LA COMISION
REGULA DE TESIS

Tesis Profesional para obtener el Título de.

Licenciado en Diseño Gráfico.

Presentada por:

[Signature]
ARQ. Y MS. GUILLERMO DE LA TORRE
DIRECTOR
ESCUELA DE ARTES PLASTICAS

Thelma Isabel Izundegui Taracena.

Guadalajara, Jalisco.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Junio 1989.



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 está 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.

INDICE

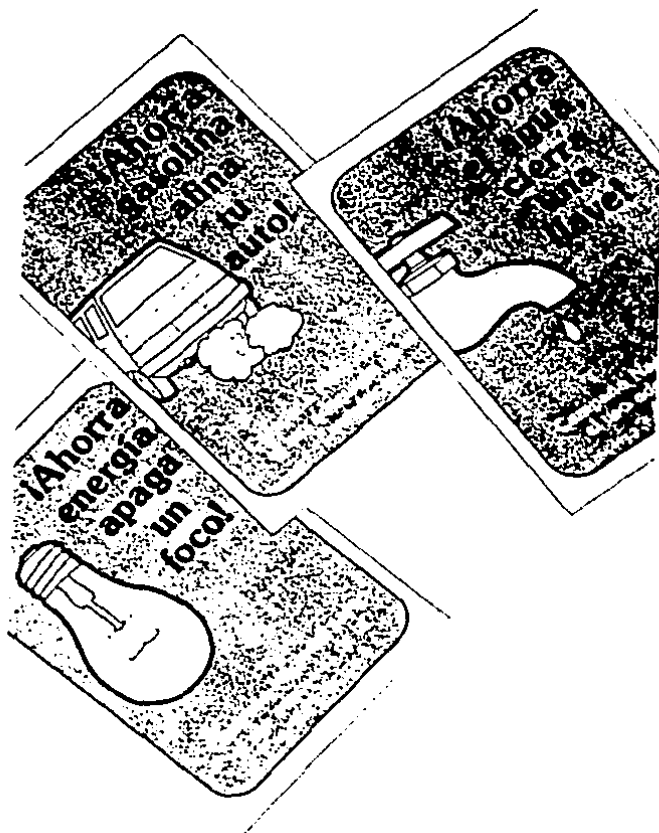
INTRODUCCION GENERAL AL DISEÑO.	8
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	13
OBJETIVOS.	16
METODOLOGIA	18
CONTENIDO	19
COMUNICACION VISUAL	21
PERCEPCION VISUAL	30
SIMBOLOGIA.	38
LEGIBILIDAD	43
ESTILIZACION.	48
PLACAS.	51
ANALISIS DE ALGUNOS ESTADOS:	
Guanajuato.	56
Guerrero.	58
Jalisco	60
Nuevo León.	62
Oaxaca.	63

Sinaloa	65
Sonora.	67
Tabasco	69
Veracruz.	71
Yucatán	73
Conclusión	76
Aportación.	84
BIBLIOGRAFIA.	103

Introducción general al diseño

Toda persona que se pasea por las calles de una ciudad cualquiera se dará cuenta de la extraordinaria proliferación y de la persistente presencia de toda clase de comunicados que llaman su atención, por sus formas, colores, letras, signos, fotografías y que le acompañan insistentemente a cada paso. Desde las señales de tráfico hasta los quioscos, los carteles publicitarios y los rótulos luminosos, las ciudades han llegado a ser unos verdaderos soportes para obligar, manifestar y divulgar por medio de comunicados visuales.

Rodean al hombre día tras día, y de la mañana a la noche.



La mayoría de estos comunicados son bidimensionales y gráficos; tienen un soporte plano y constan de signos, letras, colores y formas. Pertenecen al área de actividad de diseñador, más específicamente del diseñador gráfico.

Estos, como comunicadores visuales comienzan con los elementos gráficos básicos de diseño, forma, color, composición y dibujo; aprendiendo a entender los deseos humanos porque es a la gente a quien servirán.

Se han creado bastantes confusiones respecto al concepto "diseñador-artista". Hay ciertamente un importante aspecto estético en la elaboración de un diseño comunicativo, aunque no por ello se puede considerar al diseñador como artista (en el sentido convencional de la palabra) dado que basa sus diseños en otros supuestos: debe actuar como intermediario entre el emisor y el receptor del mensaje, debe clarificarlo para éste último.

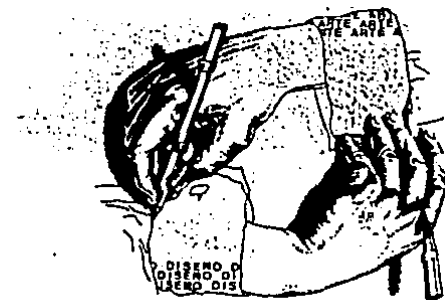


El artista que tiene una imagen personal del mundo sólo tiene valor si la comunicación visual, tiene un valor objetivo, ya que en otro caso solamente algunos mensajes pueden ser atendidos por algunas personas; y entre ellas, aquellas personas que ya conocen de antemano el mensaje.

Conocer las imágenes que nos rodean, equivale a ampliar las posibilidades de contacto con la realidad; equivale a ver y comprender más.

Para un diseñador, el problema del color tiene dos aspectos: cómo utilizar el material ya coloreado y con qué criterio insertar el elemento color en la proyectación de los objetos.

El diseñador ha de utilizar el color de una manera objetiva. Los colores más adecuados son los de las materias con que se producen los objetos



Como comunicadores visuales, los diseñadores deben saber qué área es la de la efectividad: esta se encuentra donde puedan resolver problemas de diseño que presenten la imagen de individuos, compañías, instituciones y productos.

Los diseñadores gráficos, en publicidad trabajan generalmente con los medios de comunicación masiva para comunicar al cliente acerca de productos y servicios. Ellos son responsables ante los clientes de producir mensajes visuales motivantes a los cuales responderá un público; en eso consiste su fuerza.

Una vez conseguido el carácter que se quiere dar al diseño, se procederá a escoger el medio más adecuado para difundirlo.

Cada medio de comunicación visual se ha de utilizar de acuerdo a sus características y posibilidades.



Para ilustrar el total involucramiento del diseñador gráfico en el proceso creativo, se usa el siguiente enunciado: "con corazón, cabeza y manos"; que son los componentes necesarios para el éxito y la satisfacción.

Esto nos da una buena definición de lo que llamaremos profesionalismo.

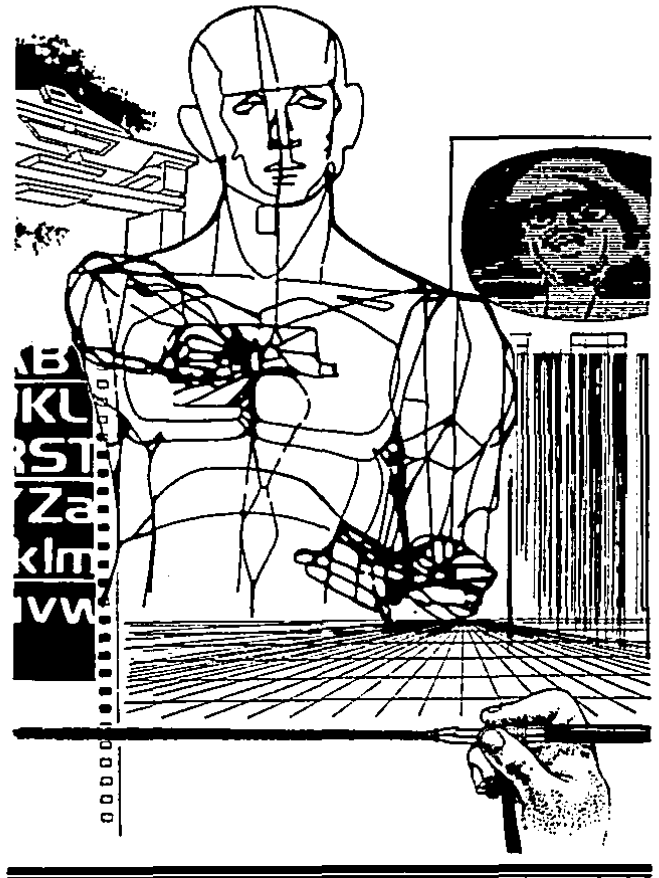


Planteamiento del problema

No existe una imagen que distinga correctamente las placas de un estado y otro.

Las condiciones naturales del país favorecen el desarrollo de diversos tipos de actividades, las cuales se han enfocado de un modo particular, único y diferente en los estados de la República mexicana, por lo que resulta importante recalcar las características de algunos de ellos para lograr una distinción más clara y con menos esfuerzo de interpretación.

El arraigo de los propios de cada uno de los Estados por él, es en verdad motivante para hacerlos destacar a todos

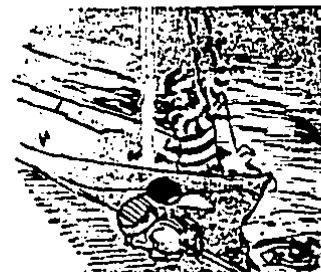
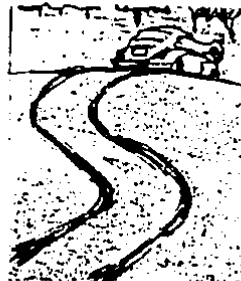


y cada uno de ellos de manera muy peculiar, pero solo podremos hacer el análisis de algunos, dada la extensión que resultaría si se hiciera de los 31 estados y el Distrito Federal. Conservaremos todos aquellos elementos que sean considerados significativos para los nacidos en ese lugar en particular y que a la vez nos hacen identificarlo y reconocerlo.

Se tratarán de enfocar los aspectos destacados de nuestra realidad, vista a través de sus valores estéticos, históricos y folklóricos.

Se trata de un problema de claridad e identificación regional.

El estándar de identificación regional es sólo en tres siglas como Jal., Yuc., Tab., etc. motivo por el cual, ésta es sumamente escasa.



Hay quienes no sólo deterioran la placa sino que la doblan y sólo muestran el número.

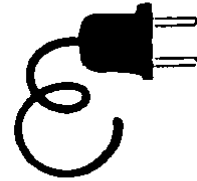
La necesidad de identificación regional se observa en la copia de un original en inglés: I♥NY.

I ♥ NY

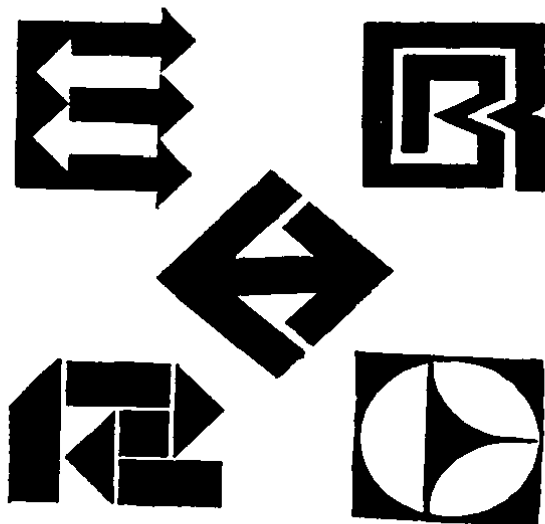
Objetivo

Desarrollar gráficos representativos para las placas de automóviles de los estados de la República Mexicana, así como los derivados de dichos diseños como calcomanías, llaveros, cerillos o auto-adheribles, etc.

A fin de dar a conocer con la mayor exactitud posible las características regionales de los estados de la República, se precisa la creación de una imagen en las que se ofrezca una visión representativa de cualquiera de los aspectos naturales, históricos, económicos, sociales o culturales, que más los representen.



Se ha de producir un gráfico que no solamente tenga calidad estética sino que en él, cada uno de sus componentes sea representativo de un solo estado en particular, evitando cualquier tipo de parecido con el de los otros estados, pero sin olvidar el aire de familia del grupo en general.

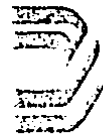


Metodología

Se analizará bajo 2 componentes principales: el físico y el psicológico. El componente físico se refiere a la forma que ha de tener el gráfico que ha de proyectar y el componente psicológico se refiere a la relación entre el objeto y su usuario.



López-Hortón



Contenido:

- + INTRODUCCION GENERAL AL DISEÑO
- + PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
- + OBJETIVO
- + METODOLOGIA
- + COMUNICACION VISUAL
- + PERCEPCION VISUAL
- + SIMBOLOGIA
- + LEGIBILIDAD
- + METODOS DE INVESTIGACION
- + ESTILIZACION
- + PLACAS
- + ANALISIS DE ALGUNOS ESTADOS:
 - GUÁNAJUATO
 - GUERRERO
 - JALISCO

- NUEVO LEON
- OAXACA
- SINALOA
- SONORA
- TABASCO
- VERACRUZ
- YUCATAN
- + CONCLUSION
- + APORTACION
- + BIBLIOGRAFIA

Comunicación Visual

La comunicación visual es un tema muy vasto, que va desde el diseño de la fotografía, la plástica, el cine, y las formas abstractas a las formas reales; de las imágenes simples a las imágenes complejas; a los problemas de percepción visual, que se refieren al aspecto psicológico del problema, tales como relaciones entre figura y fondo, mimetismo, moiré, ilusiones ópticas, movimiento aparente, imágenes y ambiente, permanencia retinica e imágenes posteriores. Tema que comprende todo el grafismo, todas las expresiones gráficas, desde la forma de un carácter de letra a la compaginación de un periódico, del límite de legibilidad de

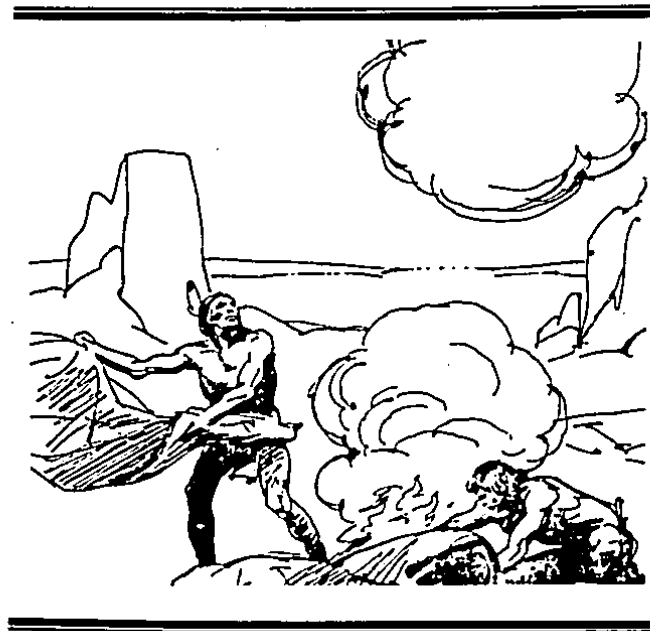


una palabra a todos los medios que facilitan la lectura de un texto.

Comunicación visual es prácticamente todo lo que ven nuestros ojos.

Imágenes que, como todas las demás, tienen un valor distinto, según el contexto en el que están insertas, dando informaciones diferentes. Con todo, entre tantos mensajes que pasan delante de nuestros ojos, se puede proceder al menos a dos distinciones: la comunicación puede ser intencional o casual. La nube es una comunicación visual casual, ya que al pasar por el cielo no tiene intención alguna de advertir que se acerca el temporal. En cambio es una comunicación intencional aquella serie de nubecillas de humo que hacen los indios para comunicar, por medio de un código preciso, una información precisa.

Una comunicación casual puede ser interpretada libremente por el que la



recibe, ya como mensaje científico o estético, o como otra cosa. En cambio una comunicación intencional debería ser recibida en el pleno significado querido en la intención del emisor

La comunicación visual intencional puede a su vez, ser dividida bajo 2 aspectos: el de la información estética y el de la información práctica.

Por información práctica se entiende un dibujo, fotografía o noticias de la televisión. Por información estética se entiende un mensaje que nos informa por ejemplo, de las líneas armónicas de una forma.

Esta es en algunos casos, un medio imprescindible para pasar informaciones de un emisor a un receptor pero la condición esencial para su funcionamiento es la exactitud de las informaciones, la objetividad de las señales, la codificación unitaria, la ausencia de falsas interpretaciones.



Todas estas condiciones se pueden alcanzar solamente si las dos partes que participan en la comunicación tienen un conocimiento instrumental del fenómeno.

Pero existen numerosos casos, no codificados aún o codificados en parte en los que la comunicación visual se produce de una manera confusa, ya sea porque lleva consigo otras informaciones no necesarias, porque la formulación visual es "sucia", o por que no se ha establecido ni controlado adecuadamente el código.

En la gran cantidad de informaciones visuales que nos asaltan por todas partes de una manera desordenada, la comunicación visual intenta definir, cual es la relación más exacta posible entre información y soporte.

Toda información tiene su soporte óptimo, incluso cuando puede ser transmitida por medio de varios soportes.



De cuando en cuando se ha de estudiar el tipo de soporte más adecuado al tipo de información que se desea transmitir, para transmitirla de manera mas completa. Se han de tener en cuenta el tipo de receptor y sus condiciones fisiológicas y sensoriales que, actuando como filtros dejan pasar o no la información.

Siempre se trata de un problema de claridad y simplicidad.

Una información callejera se trasmite con un soporte en el que se tiene en consideración el valor óptico cromático y el efecto figura-fondo, tanto de la misma señal como de la señal del ambiente.

En la comunicación visual existen 2 componentes: la información y el soporte. Componentes que se pueden separar y estudiar aisladamente. Un soporte exacto quiere decir que ha sido comprobado como código visual y como medio material. A su vez, el código puede



ser establecido a priori de una manera artificial o bien puede ser estudiado como formando parte automáticamente de un determinado ambiente. Un código visual artificial podría ser el de las señales de tránsito; un código espontáneo podría ser el que se expresa por un determinado ambiente en el que los individuos se reconocen: el vestido gris de los empleados.

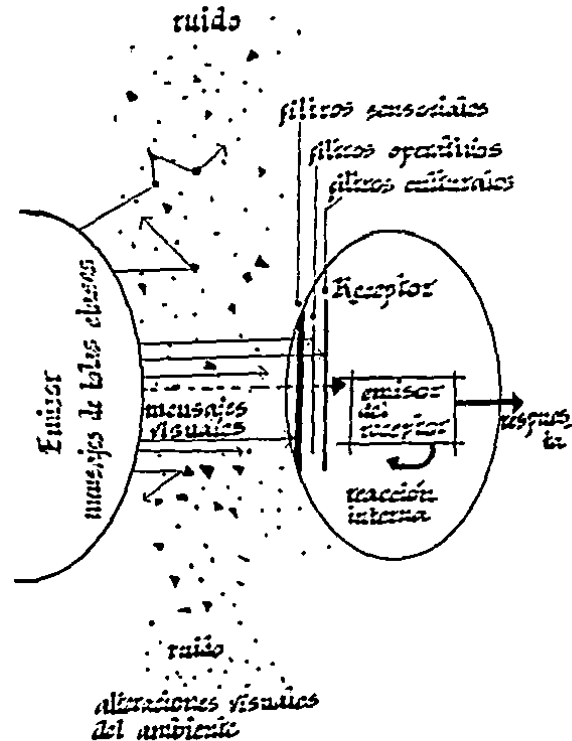
El soporte de la comunicación visual puede también existir solo, sin información: la caja que contiene las banderas de las señales navales. Y puede contener una información cuando es utilizado. Así, son soportes para la comunicación visual el signo, el color, la luz, el movimiento, etc., que se utilizan en relación con el que ha de recibir el mensaje.

La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales, que forman parte de la gran familia de todos los mensajes que actúan sobre nuestros sentidos, sonoros, térmicos, dinámicos, etc



Por ello se presume que un emisor emite mensajes y un receptor los recibe. Por ejemplo una señal roja en un ambiente en el que predomine la luz roja en un ambiente en el que predomine la luz roja quedará casi anulada; o bien un cartel en la calle de colores banales, fijado entre otros carteles igualmente banales, se mezclará con ellos anulándose en la uniformidad.

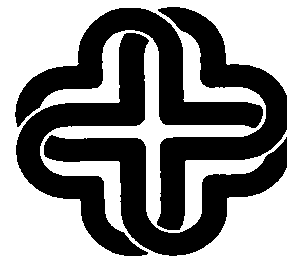
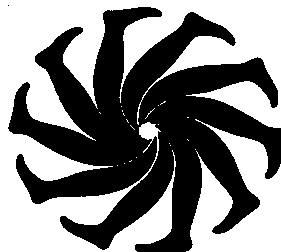
Supongamos que el mensaje visual está bien proyectado, de manera que no sea deformado durante la emisión; llegará al receptor, pero allí encontrará otros obstáculos. Cada receptor, y cada uno a su manera, tiene algo que podríamos llamar filtros, a través de los cuales ha de pasar el mensaje para que sea recibido. Uno de estos filtros es de carácter sensorial (daltonismo), otro, lo podríamos llamar operativo, o dependiente de las características constitucionales del receptor. Un tercer filtro que se podrá llamar cultural, dejará pasar



solamente aquellos mensajes que el receptor reconoce, es decir, los que forman parte de su universo cultural.

Estos 3 filtros no se distinguen de una manera rigurosa y si bien se suceden en el orden indicado, pueden producirse inversiones, alteraciones o contaminaciones reciprocas. Supongamos en fin que el mensaje, una vez atravesada la zona de interferencias y de los filtros, llega a la zona interna del receptor, que llamaremos zona emisora del receptor. Esta zona puede emitir dos tipos de respuestas al mensaje recibido: una interna y otra externa.

Una imagen exterior intenta establecer contacto con las imágenes que uno lleva dentro de sí. Cada uno de nosotros tiene un almacén de imágenes que forman parte del mundo propio, almacén que se ha ido formando durante toda la vida del individuo y que este ha acumulado; imágenes conscientes e



inconscientes, y junto a ellas y estrechamente ligadas las emociones.

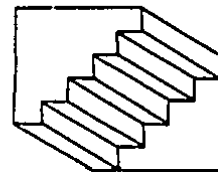
El contacto se produce con este conjunto personal, y en este bloque de imágenes y de sensaciones; se han de buscar las objetivas, las imágenes que son comunes para muchos.

De esta manera se podrá saber que imágenes, que formas, y qué colores se han de utilizar para comunicar unas informaciones determinadas a un determinado público.

La comprensión de un mensaje entre los participantes de un proceso de comunicación tiene lugar cuando el emisor y el receptor emplean un mismo código; tanto en la lengua como en los símbolos gráficos.

Como se puede comprender fácilmente, en este campo no existe el artista que dice: yo lo veo así, y los demás que se arreglen, si no lo comprenden peor para ellos.

¿Una escalera vista por encima o vista por debajo?

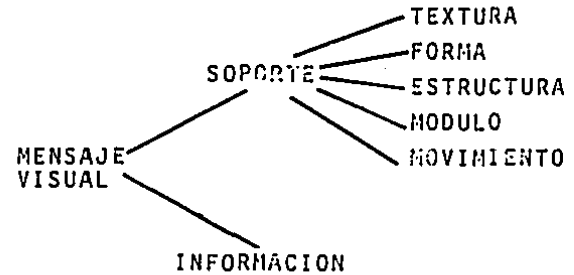


Percepción Visual

Podemos dividir el mensaje en dos partes: una es la información propiamente dicha, que lleva consigo el mensaje y la otra es el soporte visual.

El soporte visual es el conjunto de elementos que hacen visible el mensaje: textura, forma, estructura, módulo y movimiento. No es sencillo, y quizás sea imposible establecer un límite exacto entre las partes antes enunciadas, tanto más, cuanto a veces se presentan todas juntas.

Ya que ocupamos de comunicaciones visuales, podemos afirmar que cuando el ojo percibe una superficie uniforme pero caracterizada gráficamente, se podrá



considerar como una textura, en tanto que cuando perciba una textura de módulos más grandes, se lo podrá considerar como una estructura.

Los signos y señales son formas de comunicación. Su función explícita consiste en informarnos sobre la identidad de los individuos (o grupos) y en transmitir informaciones apropiadas para coordinar la acción.

Todos los aspectos de la comunicación visual tienen en común una cosa que es básica: la objetividad. Si la imagen utilizada para un mensaje determinado no es objetiva, tiene muchas menos posibilidades de comunicación visual:

Es preciso que la imagen utilizada sea legible por y para todos y de la misma manera, ya que en otro caso no hay comunicación visual, sino confusión visual, y es al diseñador gráfico a



NARANJA



OVILLO



PELOTA DE
MADERA



MANZANA



LUNA

quién corresponde establecer esa comunicación efectiva.

Todo diseño está hecho de signos y se puede decir que es el que sensibiliza el diseño. Disponemos de un signo para escribir y de un signo para dibujar. Consideremos antes el signo que el dibujo. El signo que empleamos para escribir no ha de tener necesariamente también la función de sensibilizar la escritura.

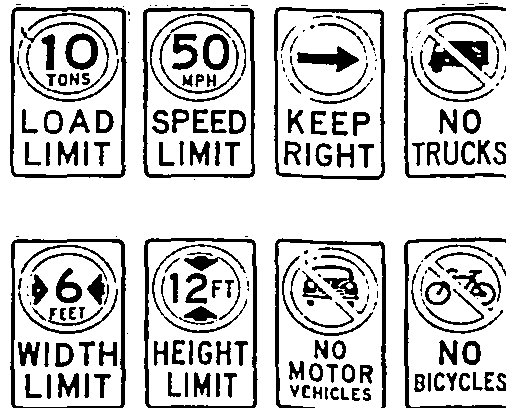
Todo diseñador que se interese por la comunicación visual por medio del diseño, se preocupa por sensibilizar este signo. Esto equivale a dar una característica gráfica visible por lo cuál el signo se convierte de un signo vulgar, común, a uno con una personalidad propia. Por ejemplo podemos pensar que un hilo de lana y un hilo de acero (considerados como signos plásticos) son distintos como materia y dan una comunicación visual diferente en relación a su naturaleza propia.



Un lenguaje de signos necesita 2 funciones: los elementos semánticos que sirven para la expresión de una circunstancia y la función sintáctica que asocia la expresión de una circunstancia particular a una proposición. Así aparece un cigarrillo humeante como símbolo de la acción de fumar. Una línea transversal significa prohibición. Estas dos señales al ser coordinadas sintacticamente dando como resultado: prohibido fumar.

La lectura de una imagen o de un símbolo gráfico se capta simultáneamente.

Aquellas señales de circulación que están organizadas en base a la escritura, es decir, que tienen que leerse no sólo son conceptualmente falsas sino además peligrosas, dada la actual velocidad de circulación. La escritura en las señales de tráfico sería admisible en el caso de que la propia palabra se convirtiera en imagen, es decir, si pudiera percibirse como unidad y totalidad.

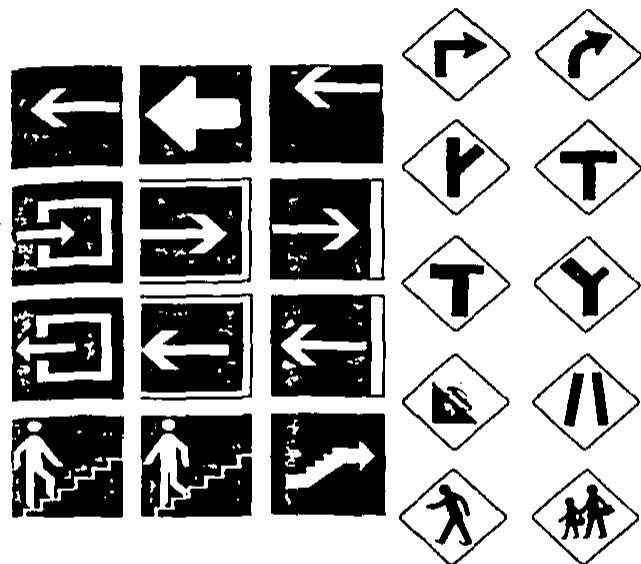


Esto es un ejemplo de lo que hay que entender por consición gráfica. Consición gráfica no es una cualidad que haga referencia a la estética sino a la claridad visual.

Muchas comunicaciones visuales de nuestra época son equivocadas, desde las señales de tránsito hasta la publicidad, de la compaginación de los periódicos a la forma de los objetos.

El concepto central es el de la participación, tanto en la elaboración de mensajes, como en la búsqueda de alternativas de distribución y en la lectura, en la capacidad de analizar textos o imágenes. Objetivo nada sencillo si se toma en cuenta la manera en que son diseñados, difundidos y consumidos los mensajes.

Detrás de los mensajes hay un proceso. El perceptor recibe sólo el producto final de ese proceso; el mensaje y queda preso en él en tanto lo acepta.

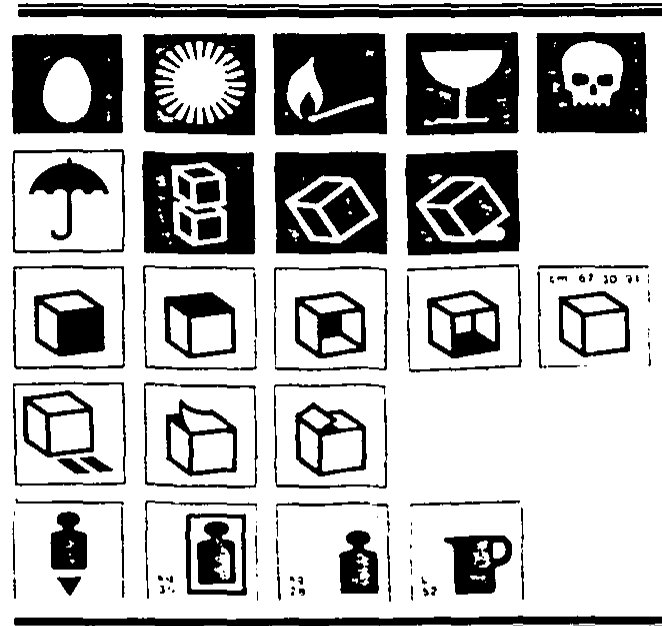


De la teoría de la percepción derivada de la psicología de la forma (Coestaltpsychologie) puede deducirse que los símbolos "Simplificadas" deberían ser más rápidamente reconocibles desde lejos que aquellos otros más "realistas" con un contenido excesivamente detallado.

Los pictogramas se diferencian, inequívocamente entre sí, por su reconocibilidad a distancia.

Una regla de comunicación visual muy antigua es la de los contrastes simultáneos, según la cuál, la proximidad de dos formas de naturaleza se valoran entre sí e intensifican su comunicación.

Además de toda la gama de contrastes cromáticos que se obtienen con el empleo de los colores complementarios, se pueden experimentar contrastes entre negativos y positivo, entre cubo negro y una línea



ligera y flexible, entre lo estático y la dinámica, entre lo sencillo y lo complejo. El contraste entre grande y pequeño y entre grueso y delgado siempre ha hecho reír al público infantil; en tanto que el contraste entre convergente y divergente no puede ser apreciado más que por algunos pocos entendidos: en contrastes; se pueden expresar otros contrastes entre ligeros y pesados, preciso y vago, cóncavo y convexo....

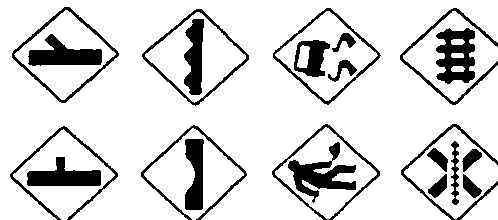
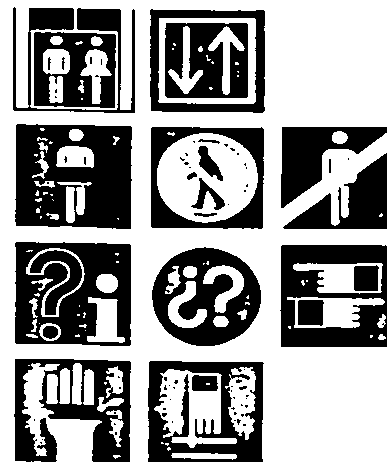
Existe frecuentemente una relación entre la figura que puede ser o no geométrica, y el fondo sobre el que se encuentra. En esta imagen una vez hace de figura central el fondo, y otra vez las propias figuras, una vez se considera como fondo lo claro y otra lo oscuro.

En el estudio de los elementos de la comunicación visual este hecho es muy importante, ya que el diseñador siempre ha de proyectar imágenes y por tanto, ha



de tomar en consideración el fondo sobre el cuál ha de aparecer. Ha de saber que puede proyectar una determinada figura que se destaque, sin posibilidad de otras interpretaciones, de su fondo, o bien proyectar conscientemente una ambivalencia de imágenes.

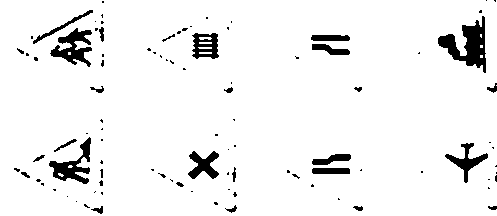
El efecto de figura y fondo, el color (o el blanco y negro) se mueve continuamente en la visión entre el objetivo y el espectador, adquiriendo así un efecto nuevo.



Simbología

La comunicación gráfica es el proceso de transmitir mensajes por medio de imágenes visuales que normalmente están en una superficie plana. Se usan dos clases de imágenes: las ilustraciones que incluyen fotografías, pinturas y dibujos y los símbolos, y las palabras que se representan gráficamente mediante símbolos llamados letras. Estas letras y las palabras se llaman símbolos, porque nada en ellas puede relacionarse con los objetos o ideas que representan. El símbolo representa algo más debido a una convención, es decir, un acuerdo entre sus usuarios.

Para realizar un sistema de

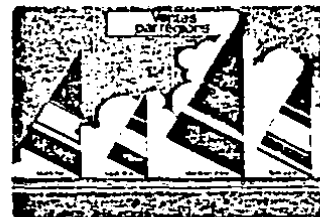


señalización se propone las siguientes posibilidades. Desde el punto de vista de la legibilidad se aconseja una coherencia general en la presentación incluyendo los diagramas, el estilo de las letras de acompañamiento, las flechas la relación entre tamaños, colores, iluminación, una fórmula convenida de tamaño-distancia.

La ubicación del símbolo será mayor cuanto más se acerque a la línea natural de la visión humana.

La legibilidad varía mucho de un símbolo a otro, o de un estilo a otro color, luz, espacio y ángulo de visión.

Los símbolos no deberán distinguirse menos que la letra. El tamaño de la letra es calcular una pulgada de altura por $c/50$ pies de distancia para la visión ($2.54 \text{ cms.}/15 \text{ m}$).



Dentro de cada sistema debe utilizarse solo un estilo de letras. La elección del estilo de la tipografía debe tener en cuenta la legibilidad, y compatibilidad de símbolos.

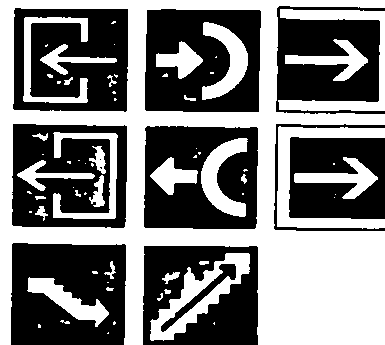
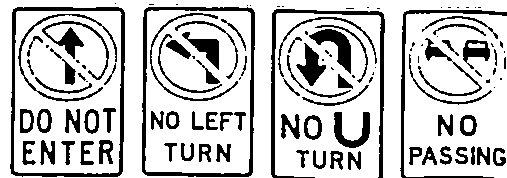
La letra blanca sobre fondo oscuro requiere mayor espacio entre letras que el habitual para letra negra sobre fondo blanco.

La letra helvética medium es una de la más aconsejables en los señalamientos.

Para asegurar la legibilidad es necesario mantener un contraste de claro oscuro.

Debe mantenerse siempre la relación entre el símbolo y el campo visual que ocupa.

El punto de partida para la utilización de señales reside en el propósito del emisor de transmitir un

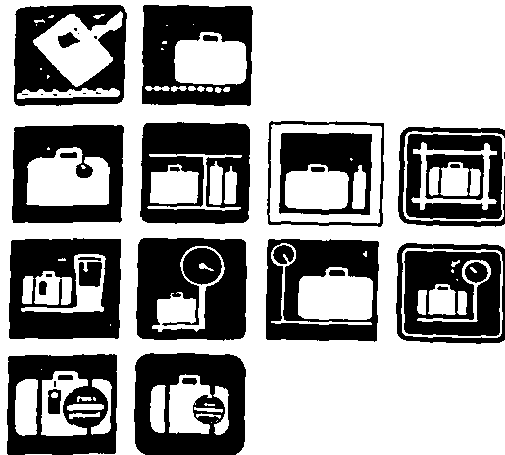
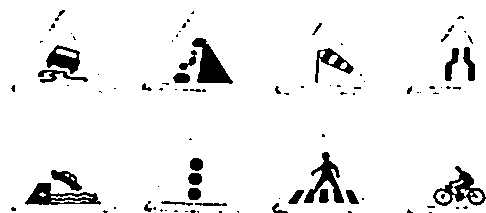


mensaje. Solo así será posible que el receptor pueda identificar el mensaje enviado por el emisor mediante una señal.

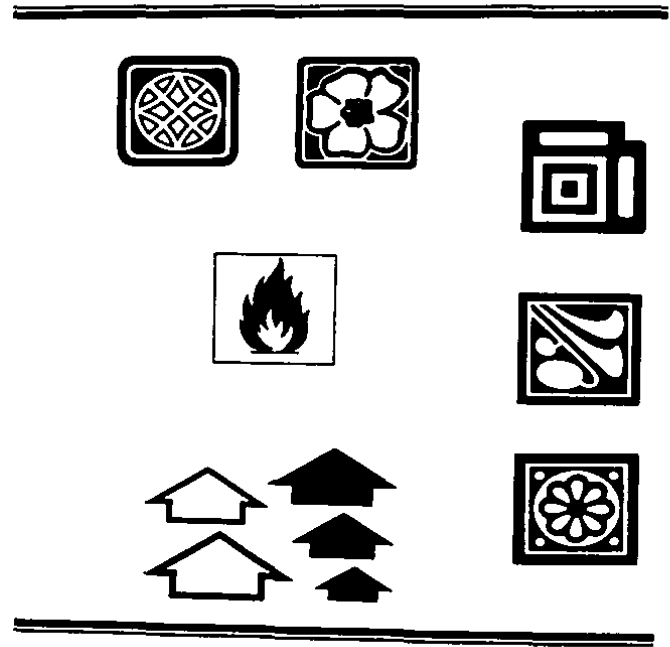
Una señal puede transmitir un gran número de mensajes distintos. El conjunto de variantes en los mensajes se designa como el significado de la señal misma. El conjunto de variantes que admite un significado respecto a la señal, se denomina significante de la señal.

En otras palabras, el significado hace referencia al contenido interno del mensaje, mientras que el significante lo hace al contenido externo y visible. Ambos niveles son necesarios para que la comunicación pueda efectuarse.

Entre 1950 y 1952 la comisión de transporte y circulación de las naciones unidas realizó una investigación comparativa en los 5 continentes basándose en un cierto número de señales



de los 3 sistemas (europeo, panamericano y africano) principalmente su reconocibilidad a distancia. En estos "tests" de campo las formas angulosas obtuvieron resultados por encima de las circulares. Las figuras negras sobre fondo amarillo resultaron ser más visibles que las figuras negras sobre fondo blanco.



Legibilidad

Es el reconocimiento de los diversos elementos que hacen comprensible el símbolo. Sin la ayuda de la palabra ni de otra condición previa.

Uno de los aspectos más importantes de la buena señalización es la ubicación correcta.

La tipografía tiene una finalidad definida: comunicar información por medio de la letra impresa. La elección del estilo de las letras debe tener en cuenta la legibilidad y la compatibilidad con los símbolos y con el entorno. Tanto las letras elegidas como la separación entre las palabras afectan la legibilidad.



y la apariencia de diferentes estilos y a diferentes distancias.

La familia Helvética Medium fué elegida para las ilustraciones en este caso, dada su excelente legibilidad, su compatibilidad con los símbolos y su calidad estética.

Métodos de investigación

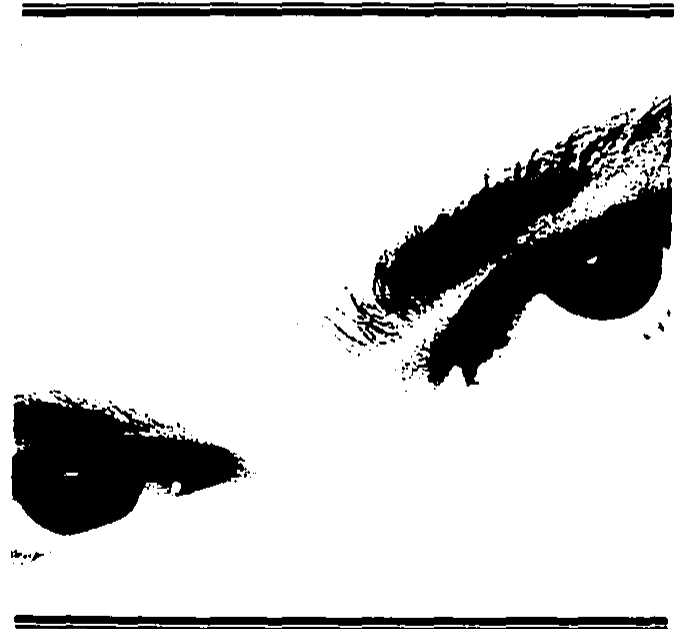
1. Velocidad de percepción.
Mediante el empleo de una técnica de corta exposición, se mide la rapidez y claridad con que letras, dígitos, palabras y frases pueden ser percibidas. Este método ha sido encontrado útil para determinar la legibilidad relativa de letras del alfabeto, letras particulares, diferentes tipos, en la percepción de materiales impresos.

Mara

3. Perceptibilidad en visión periferal. Esto involucra la medición de la distancia horizontal desde un punto fijo al cual un símbolo impreso puede ser percibido claramente. Ha sido útil en estudios sobre legibilidad relativa de letras y en impresiones blanco contra negro.

4. Visibilidad a distancia. Este método ha sido encontrado considerablemente útil en estudios de legibilidad (actualmente, visibilidad o perceptibilidad a distancia) de símbolos solos y símbolos en grupos y con palabras.

Solo cuando las palabras y imágenes están en el contexto correcto serán entendibles correctamente.



El medio en el que se manejen las palabras afectan el modo en que lo leemos.

"La puntuación" tipográfica es muy importante. El modo considerable en que se dividen y miden las palabras distribuidas es parte del entendimiento de la legibilidad. Un respeto para el lenguaje es mucho más importante que crear un bonito "lay out".

Es normalmente aceptado que las minúsculas son más fáciles de leer, bajo mayores circunstancias, que las mayúsculas. Esto es por que las mayúsculas se desarrollaron de las inscripciones en piedra y otros materiales, y las minúsculas fueron la etapa final del desarrollo de la escritura a mano.

Los ascendentes de una línea de tipografía son de mayor importancia que los descendentes.

LA LOUISIANE

indispensable

Etienne

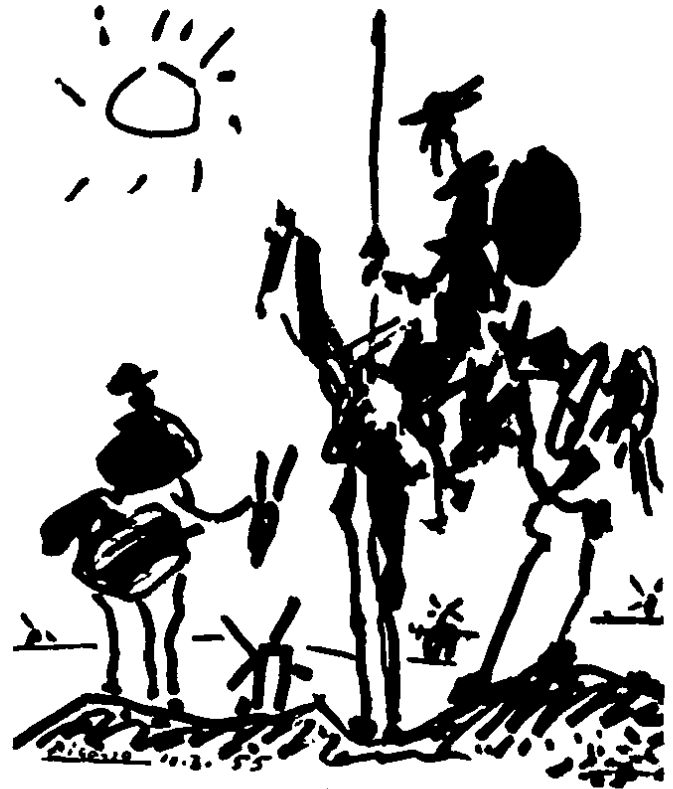
La percepción de mensajes es un problema relativamente fácil de manejar en una situación estática.- Diseñar un libro por ejemplo. En situaciones más dinámicas es a veces muy difícil: El diseño de un paquete que aparecerá al lado de diversas marcas de la competencia es un supermercado, en situaciones donde aparece el movimiento es envuelto, señalamientos de tránsito, captaciones de cine y televisión, signos de vehículos, anuncios luminosos o en computadora.



Estilización

El verbo estilizar se utilizó para expresar las modificaciones arbitrarias que transforman la representación pura y simple de lo real.

La estilización antigua se usaba para representar algo importante como es el caso de las pinturas rupestres. Luego cobra un nuevo valor; encaminado a la recreación y simplificación de la naturaleza hacia lo bello. Es un lenguaje tomado de la realidad. La estilización es el proceso de abstracción y deformación artística; es exagerar los detalles característicos y eliminar los superfluos.

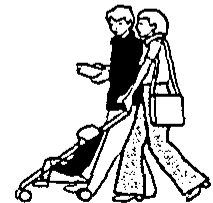
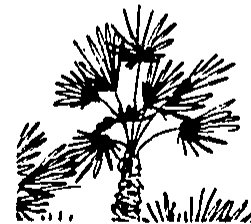
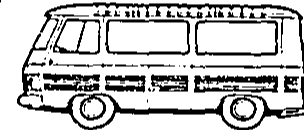
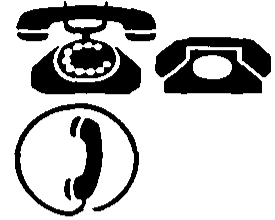


La diferencia que existe entre estilización y sintetización es la siguiente:

- 1) La estilización es decorativa.
- 2) La sintetización es quitar elementos para hacerla más sencilla.

Un símbolo es una abstracción que representa un movimiento u organización. La creación de símbolos tiene un agrado natural para los diseñadores. Esto ha resultado en una sobreproliferación de marcas para representar pequeñas compañías e Institutos. Entre más hay, menos significan. Para solucionar esto, el mensaje debe ser escrito lo más simple y claro que sea posible.

La señal se introduce en el campo de visión del individuo casi en contra de la voluntad de éste. El texto impreso, en cambio, puede ser ignorado o apreciado por el lector conforme a sus deseos. La señal ha pasado a formar



parte donde apenas podemos esquivarla.

La determinación de las señalizaciones de tráfico fué elegido consciente o inconscientemente atendiendo a la intensidad del impacto visual.

Así, las señales redondeadas son las más visibles en el entorno.

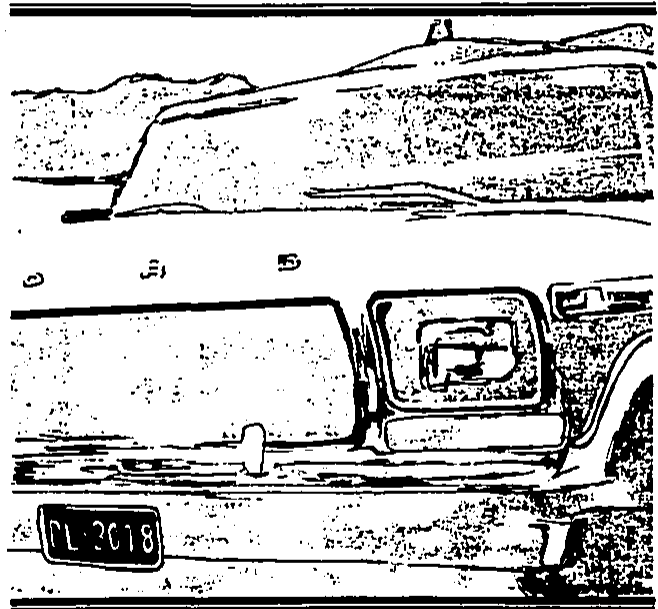
En vista de la densidad del tránsito rodado y con miras a su regulación sería sin duda de interés, reflexionar acerca de que, por lo que hace a los peatones y en parte, a los conductores, son por lo menos tres las reacciones fundamentales que podemos observar en ellos ante las señales. En primer lugar y ante la señal del peligro reaccionan por lo común de manera habitualmente egofista. Igual cuando su vida no está directamente en peligro, pero siente amenazado su bolsillo ante la posibilidad multa. Como tercera reacción resulta a veces difícil el quitar el pie del acelerador cuando se pide prudencia.



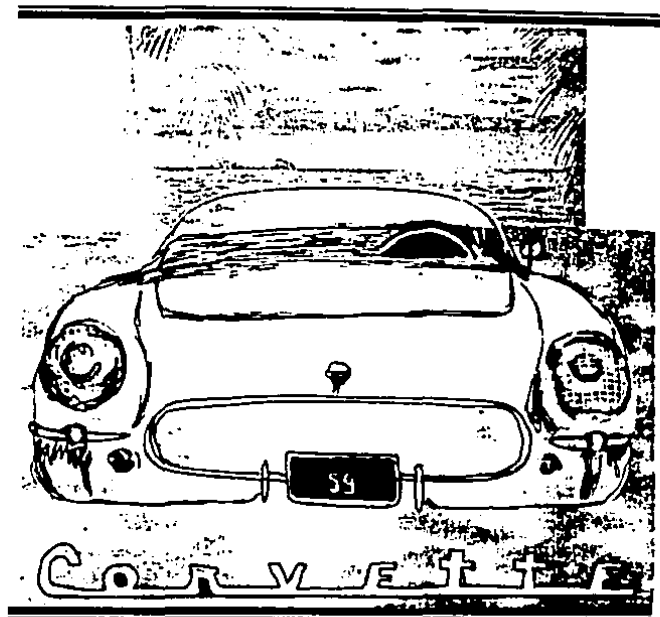
Placas

Las placas para automóviles son muy importantes en todo el mundo. Sin ellas, no puede manejarse legalmente por las calles. De este modo, usted puede identificar cada coche, y si es necesario, el dueño de un auto en particular puede ser localizado. Deben ser colocadas en el frente y en la parte trasera del automóvil.

Las placas son hechas cada 2 ó 3 años, pero en México es un sistema diferente. Estas son expedidas ahora, por un tiempo indefinido. Su color también cambiaba cada dos años. Ahora, hay uno sólo: crema con letras azul oscuro.



En el Distrito Federal, tienen 3 números y 3 letras. Cuando son expedidas en cualquier otro estado, tienen la misma cantidad de números y letras, pero el orden es al revés.



Elaboración.

Para hacer una placa, se colocan rollos de acero en una máquina que los desenrolla. Otra máquina corta el acero del tamaño correcto, que es aproximadamente 15 x 30 cms. Esta misma máquina hace 4 perforaciones (para los tornillos) y un 5º agujero en la esquina superior derecha. Esta es una marca que da la autenticidad a la placa. Después de esto, las placas van de 2 en 2 a una impresora donde los números y las letras son puestos en un gran cubo. Esta máquina baja y presiona estos en las placas de acero, para resaltarlos en él.



Luego van a una máquina que los remoja en la pintura base y luego a otra que le aplica el 2° color a las partes realizadas. Generalmente es más oscuro que el primero.

De aquí, las placas van a un horno eléctrico en donde son secadas.

Posteriormente se mandan al departamento de tránsito, desde donde son distribuidas a los dueños de los vehículos.



Análisis de algunos Estados:

Se analizarán las características de algunos estados del país; como son: Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Nuevo León, Oaxaca, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Veracruz y Yucatán, así como también los factores en ellos explotados

Guanajuato

Se ubica en el centro de la República Mexicana y colinda al norte con el estado de San Luis Potosí, al sur y este con el estado de Querétaro, al oeste con los estados de Jalisco y Aguascalientes y al suroeste con el estado de Michoacán.

La producción agrícola es importante y diversificada.

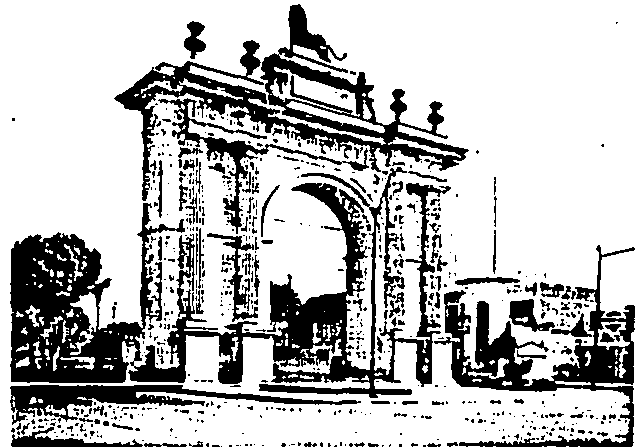
La cría de cerdos es una de las actividades pecuarias más importantes.

Del sector industrial sobresalen la industria alimenticia, la del cuero y del calzado, la del petróleo; sus derivados y la petroquímica.



Es uno de los estados más ricos en artesanías de la República desde su conocida cerámica: jarrones, ollas, cazuelas y jarros vidriados, hasta sus productos de madera, carrizo y papel maché con los que se producen los famosos juguetes.

Dentro del folklore son importantes las fiestas donde se representa una contienda entre "Moros" y "cristianos", las danzas de los compadres, los toreros, los apaches y las rosas, las danzas del plumero y la sonaja. Guanajuato es identificado por sus canciones rancheras o "corridos". Su traje típico es pantalón rebordado, camisa blanca, moño rojo, y un rebozo; sombrero y botas.



Guerrero

Recibe su nombre en honor al General Vicente Guerrero. Limita al norte con los estados de México, Puebla, y Morelos; al sur con el Océano Pacífico al este con Oaxaca y al oeste con Mich.

Nacionalmente es el primer productor de copra y ajonjolí.

Taxco, de fama mundial, ha sido un importante centro minero desde la colonia y añade al atractivo de sus retorcidas calles empedradas la mejor joyería de plata del país.

Los huipiles y las camisas decoradas con chaquiras de Ometepec, forman



parte del traje típico de la Costa Chica, los enredos bordados y adornados con lentejuela de Acatlán; los gabanes de Metlatonoc y los jorongos de Malinaltepec son prendas de gran belleza.

Las máscaras utilizadas en algunas de las danzas regionales son talladas en Olinalá.

En los bailables guerrerenses los muchachos danzan al compás de la música y desbordan gracia, alegría y color.



Jalisco

El estado se localiza en la parte centro-oeste del territorio nacional. Limita al norte con los Estados de Zacatecas y Aguascalientes, al este con Guanajuato, al Sureste con Michoacán, al sur con Colima, al oeste con el Océano Pacífico y al noroeste con Nayarit.

En la charrería se combinan toda suerte de destrezas en las que el charro con su caballo, laza vacas y becerros, ejecuta el peligroso paso de la muerte, monta animales broncos, o simplemente lo hace bailar graciosamente al compás de una melodía típica.

El traje regional que llevan los jaliscienses en las Fiestas populares, es



el charro. Está hecho de gamuza y alamorado sombrero de fieltro y ala ancha con hermosos bordados y ricos motivos. Anudado al cuello listón de color brillante formando un moño.

Los recursos pesqueros de Jalisco son importantes.

Es uno de los estados que con mayor entusiasmo y fidelidad conservan la tradición charra. La bebida típica es el tequila o el tepache.

La alfarería es una actividad artesanal muy importante. Tlaquepaque cuenta con gran variedad de objetos de hojalata y también de "papier maché".



Nuevo León

Está situado en la zona fronteriza noroeste. Al norte limita con Estados Unidos, al este con Tamaulipas, al suroeste con San Luis Potosí y Zacatecas y al oeste con Coahuila.

La región de Monterrey es el segundo centro industrial del país. En el ramo de los minerales no metálicos comprende la producción de vidrio. Es también el segundo productor de sustancias químicas.

Dentro del folklore, los bailes más importantes son: "El Cerro de la Silla" y la "Cápsula", los trajes regionales son sobrios y discretos, llevan como único adorno oñanes, imprescindible rebozo y botas altas.



Oaxaca

Se caracteriza por su accidentado relieve. Limita al norte con el estado de Puebla, al sur con el Océano Pacífico, al este con Chiapas, al oeste con Guerrero y al noroeste con Veracruz.

Es un estado agrícola.

En la minería destaca el oro, y mármol.

La industria oaxaqueña cuenta con fábricas de papel, empacadoras de piña, planta de beneficio de hule y despepitadora de algodón.

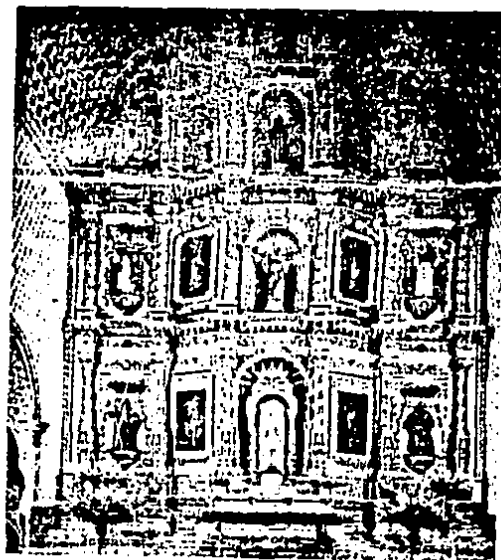


Es uno de los estados más ricos en artesanías y folklore. Destaca la cerámica del barro negro de San Bartolo Coyotepec, y su cuchillería.

Cada región tiene su propia danza; La Zandunga, La Tortuga, los Cuatro Vientos, y El Tuno, Los Rubios, Los Moras, Charreos y Mahomas.

Oaxaca es un estado que aún conserva su carácter regional y sus tradiciones que se manifiestan a través de sus fiestas folklóricas llenas de colorido. El atuendo es, por lo tanto, diferente para cada región y para cada ocasión; es el estado que cuenta con mayor número de trajes típicos. Unos son majestuosos, otros abigarrados y otros sencillos, pero todos decorados con vibrantes colores que las mujeres saben llevar con altivez.

La tehuana, la mixteca, la Yalalteca, la Zapoteca, lucen orgullosos su traje distinto.



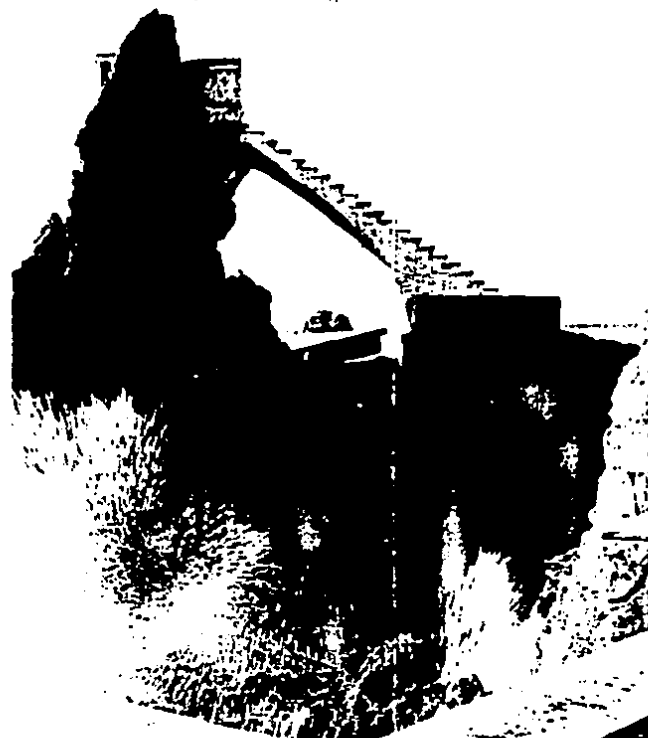
Sinaloa

Limita al norte con Sonora y Chihuahua, al este con Durango, al sur con Nayarit y al oeste con el golfo de California.

Sinaloa finca su desarrollo en la agricultura de riego.

Posee además uno de los litorales más ricos en cuanto a especies marinas.

El folkllore sinaloense tiene características muy especiales. Tomando parte de la expresión musical gozan de gran fama el "Corrido de Heraclio Bernal" el Corrido de Sinaloa", "El



Quelite", "El Torito" y muchas composiciones más, mismas que muestran el carácter, el sentimiento y el alma de los pobladores de la región.

En lo que respecta a sus bailables, una de las expresiones más interesantes es el baile del Conejo.

Es frecuente que en festejos y celebraciones se presenten bandas populares en las que los músicos tocan instrumentos de viento y la tradicional "tambora" imprimiendo gran alegría y animación a la festividad.

Su traje regional consta de blusa y falda con blancos encajes, rebozo de color llamativo y un gran moño adornando su peinado.



Sonora

Está situado al noroeste de la República Mexicana y colinda al oriente con Chihuahua, al sur con Sinaloa, al norte con Estados Unidos y al poniente con Baja California y el Mar de Cortés.

Sonora significa "lugar del maíz".

Es un estado esencialmente rico en minerales, principalmente cobre. Es reserva forestal: Palo-fierro. Es muy común en el tejido de fibras.

Es un estado inminentemente desértico.



En sus danzas folklóricas se encuentran: la danza del venado, común entre las tribus yaquis y mayas, el venado representa el espíritu del bien y el coyote, se considera como fuerza fecundadora; la Pascola, el Coyote y los Matachines.

La música con la que acompañan su danza es interpretada con monocordio (violín de dos cuerdas) y con tambores y raspador de carrizo.

El traje con que se ejecuta la danza del venado consta solamente de un taparabo y un penacho con una cabeza de venado. Se acompaña con sonajas y cascabeles en los tobillos.



Tabasco

Se localiza en la región sureste de la República, colinda al norte con el golfo de México, al sur con Chiapas, al noroeste con Campeche, al este con Guatemala y al oeste con Veracruz.

Por su situación geográfica y clima es uno de los estados más ricos del país.

Ultimamente, la industria tabasqueña en especial se basa en la explotación petrolera ya que posee grandes cantidades de yacimientos de hidrocarburos, además el estado cuenta con industrias procesadoras de los productos agropecuarios y plantas para la extracción de aceite de copra e industrialización de cacao.



Es un Estado de contrastes, combina de un modo agradable al progreso y la simplicidad de sus gentes, las tradiciones, un rico folklore y un menú sin comparación de comidas encontradas solamente en Tabasco.

El traje típico consta de blusa escotada, salpicada de colores en sus bordados. Vaporosa falda, amplia y larga. Fino rebozo de delicada forma. Ese es el atuendo propio de las mujeres del lugar, del romántico y tropical Tabasco.



Veracruz

Está situado en la porción central y meridional de la República Mexicana colinda al norte con el estado de Tamaulipas, al sur con los estados de Chiapas y Tabasco, al este con el Océano Atlántico y al oeste con los estados de San Luis Potosí, Hidalgo y Puebla, y al Suroeste con Oaxaca.

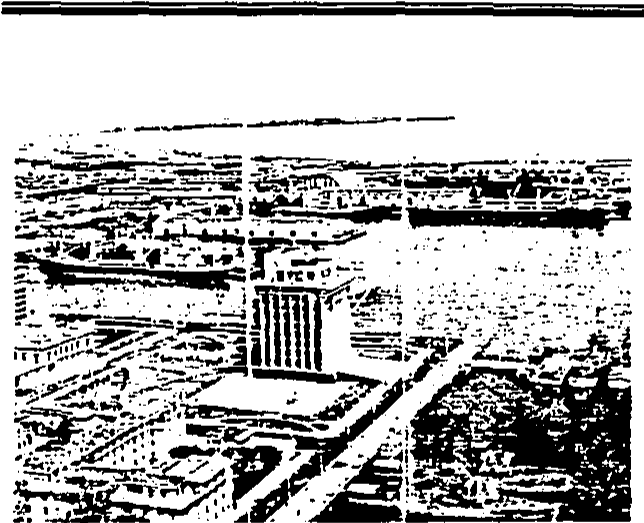
Es tradicionalmente uno de los más ricos y productivos estados agrícolas del país.

El folklore alegre y lleno de color tienen sus raíces en la música española y se parece mucho a otras del Caribe, Cuba principalmente.



Los voladores de Papantla, que siguen recordando sus ritos religiosos de la época prehispánica.

Es uno de los estados que tienen mayor tradición y colorido en los trajes típicos que utilizan los jarochos en sus fiestas populares. Consta de una falda ancha orleada, chal de llamativo color y un pequeño manton negro bordado. En la cabeza llevan flores y lazo y peineta de carey. En el cuello cadenas de oro y un rebozo enredado en los brazos formando así un conjunto armonioso y atractivo.



Yucatán

Colinda al norte con el Golfo de México, al este y sureste con Quintana Roo y al suroeste con Campeche.

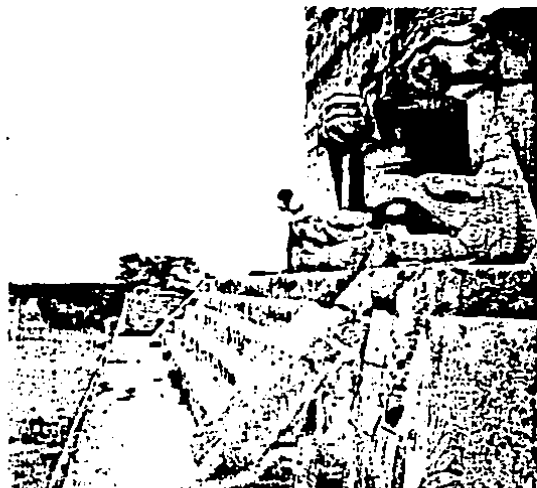
La economía yucateca depende en alto de dos elementos: el cultivo del henequén y el turismo.

Tienen un gran patrimonio cultural, desde su arqueología hasta sus gentes, gastronomía y artesanías.

Los indígenas que habitan la Península, usan un huipil de manta blanca. El traje de mestiza se deriva de



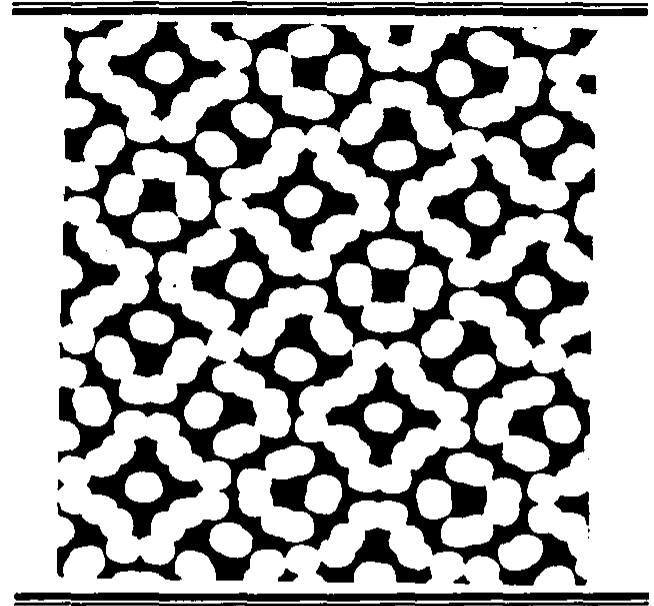
aquel. Se compone de 3 partes, de ahí que le llaman "terno": el huipil, el jubón y el Fustán. Por lo general están hechos de batista de lino, algodón o seda natural. Para la Yucateca, el atavío no está completo si no lleva alhajas de oro y zapatos bordados. Se bailan alegres jaranas.



Conclusión

Se resolverán los posibles problemas de percepción visual que se refieran al aspecto psicológico por medio de soluciones de figura-fondo que nos permitan permanecer en el ojo del receptor para luego crear una imagen posterior y perdurable, que identifique dicho estado con plena facilidad y consciencia.

Se utilizará la comunicación visual de tipo intencional ya que se tiene un propósito determinado para lograr la respuesta del receptor. Se examinará a su vez bajo los 2 aspectos posibles: la información estética y la práctica.



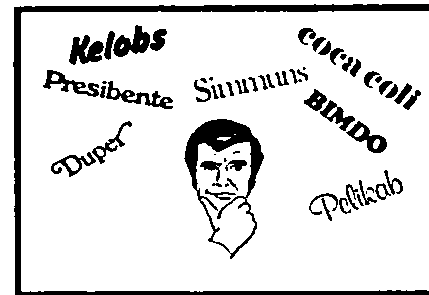
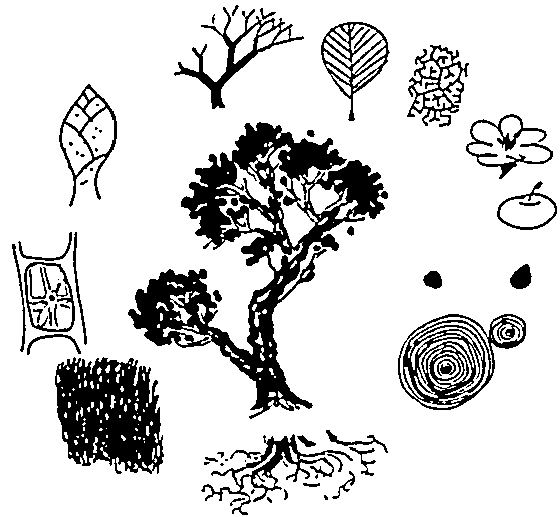
La información será estética ya que se trata de formas agradables a aquellos que lo observarán y práctica porque serán dibujos que nos expresan una idea determinada.

El código creado será conciso y claro, sin informaciones innecesarias o confusas, para que la comunicación visual sea "limpia" y pueda ser controlada adecuadamente.

Se tomará en cuenta el grado cultural de la masa de público a la que se le quiere dar la información. En todo caso serán muy claros.

Se ha de trabajar mucho para quitar lo superfluo para dar una información exacta; y lograr en el público la reacción que esperamos.

El soporte deberá ser exacto, comprobando como código visual y como medio material. El código será establecido de una manera artificial, es

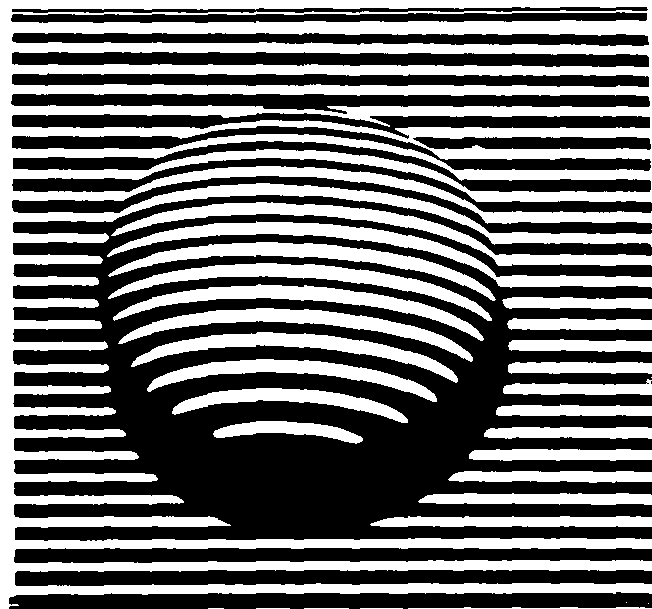


decir, de acuerdo a nuestro propósito de identificación y no habiendo formado parte de un ambiente en forma automática.

Utilizaremos soportes, tales como el signo, el color y el movimiento para transmitir una información en relación con el que ha de recibir el mensaje.

Debido a que el receptor está inmerso en un ambiente lleno de interferencias que pueden alterar e incluso anular el mensaje, este deberá ser adecuado al lugar en el que va a ser colocado; en este caso en la parte delantera y la trasera de los automóviles.

Se deberán quitar todos aquellos filtros que puedan interferir con el mensaje que queremos proyectar. La utilización de colores contrastantes eliminaría el problema del filtro sensorial; el cultural se resolverá al contener el símbolo mismo las características de cada estado; las cuales serán reconocibles fácilmente.



Por medio de la imagen se intenta establecer contacto con las imágenes internas de los receptores, así como despertar las emociones de los propios de los estados, al reconocer a su estado en las placas de los vehículos como uno de los medios posibles, siendo éstas uno de los elementos que por su clasificación son representativos del estado. Aparte de la identificación particular del vehículo, al poder identificarlos bajo el aspecto estatal; implica situarlos, identificarlos y clasificarlos siendo este un buen punto para situar la caracterización regional.

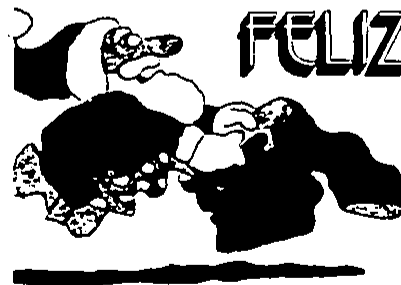
Se tratará de utilizar el mismo código que pudieran tener los posibles receptores para lograr una comunicación visual efectiva y que el mensaje sea comprendido adecuadamente.

La información que lleva consigo el mensaje y el soporte visual hacen posible la mejor transmisión del mismo.



**¡ YA VIENE!
NOSOTROS
LOS NIÑOS**

**ILUMINA
PINTA
RECORTA
DECORA**



FELIZ NAVIDAD

*y Próspe
Año Nuevo
les dese*

Cada una de nuestras imágenes tendrá como función informarnos sobre la identidad de un grupo de personas, las nacidas en ese estado; y transmitir informaciones apropiadas para la identificación regional y fomentar el arraigamiento de los mismos.

La imagen utilizada será legible por y para todos de la misma manera para lograr una comunicación visual efectiva.

Se buscará sensibilizar el signo dándole una característica gráfica visible por la cual se desmaterialice como signo vulgar y común y asuma una personalidad propia.

Nuestro símbolo tendrá 2 funciones: los elementos semánticos para expresar por medio de ellos la característica de los estados; y la función sintáctica que asociará esta expresión con el símbolo que lo



representará. Estas 2 señales, al ser combinadas nos darán como resultado la identificación regional que es el objetivo final de estas.

Se busca que la interpretación se concluya, es decir, que sea interpretable y que sea completa, esto se logra cuando el mensaje es comprendido.

Se hará una comunicación visual efectiva e inequívoca, guardando adecuadamente la relación entre aquellos que lo desconocen. Para ello utilizaremos formas simples y realmente representativas para que sean fácilmente reconocible y recordadas.

La distribución de los elementos que conformarán la imagen deberá ser el concepto central para la elaboración del mensaje.

La elaboración del mensaje seguirá un proceso metódico y minuciosamente estudiado ya que su efectividad depende



de ello. El receptor sólo recibe el resultado final y si lo acepta habremos conseguido la efectividad deseada.

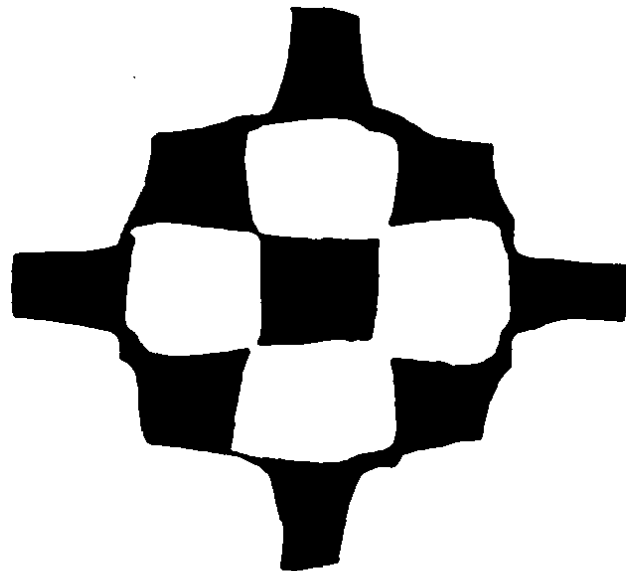
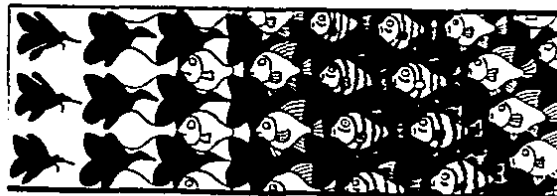
El símbolo deberá ser simplificado para ser más fácilmente reconocible a distancia, por ejemplo podría ser un pictograma, ya que se diferencia inequívocadamente a distancia, detalle que es muy conveniente para la identificación total.

La regla de los contrastes simultáneos podría utilizarse con los colores para lograr que se valoren e intensifiquen en la comunicación del mensaje.

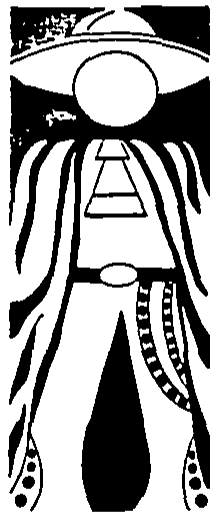
Para valorizar la imagen se utilizarán contrastes de todo tipo, tales como negativo y positivo, sencillo y complejo, grande y pequeño, grueso y delgado, etc. los cuales se pueden combinar fácilmente.

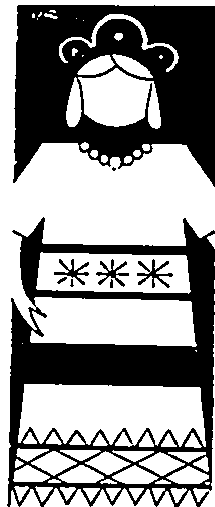
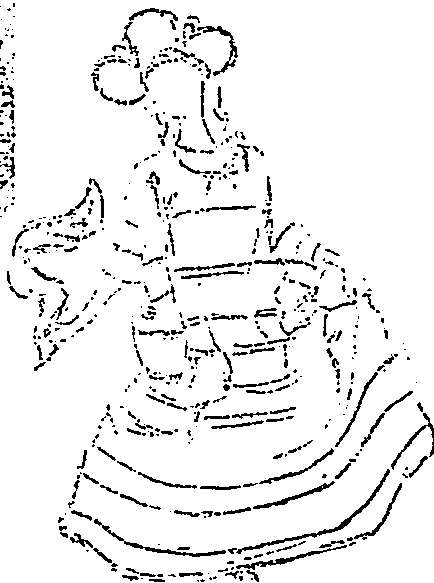


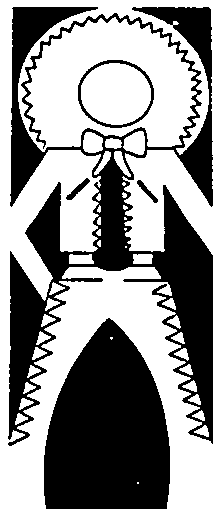
La relación que existe entre figura y fondo puede resultar una solución interesante para dar mayor énfasis y destacar la imagen, esto se puede lograr también por medio del color para adquirir un nuevo efecto.



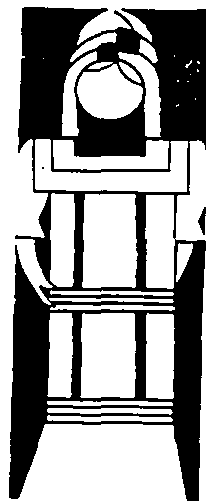
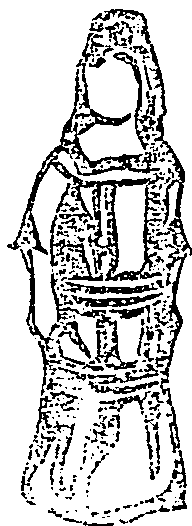
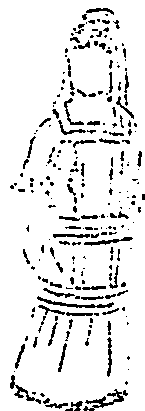
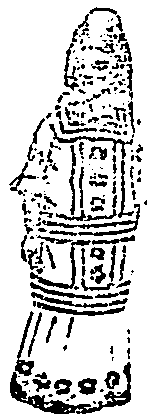
Aportación

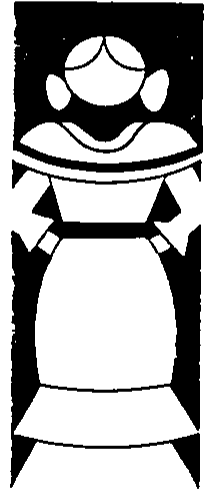




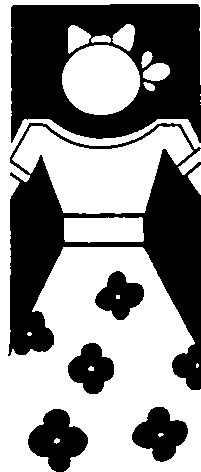
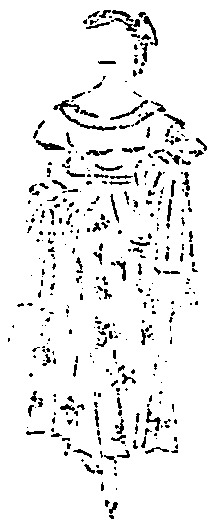




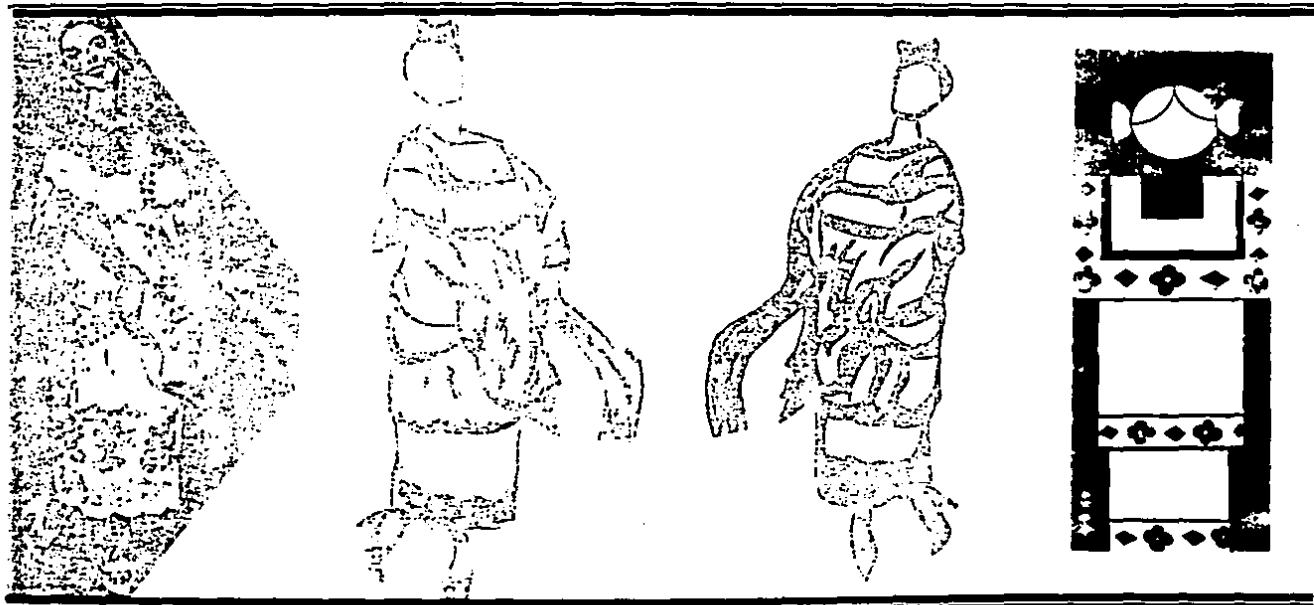


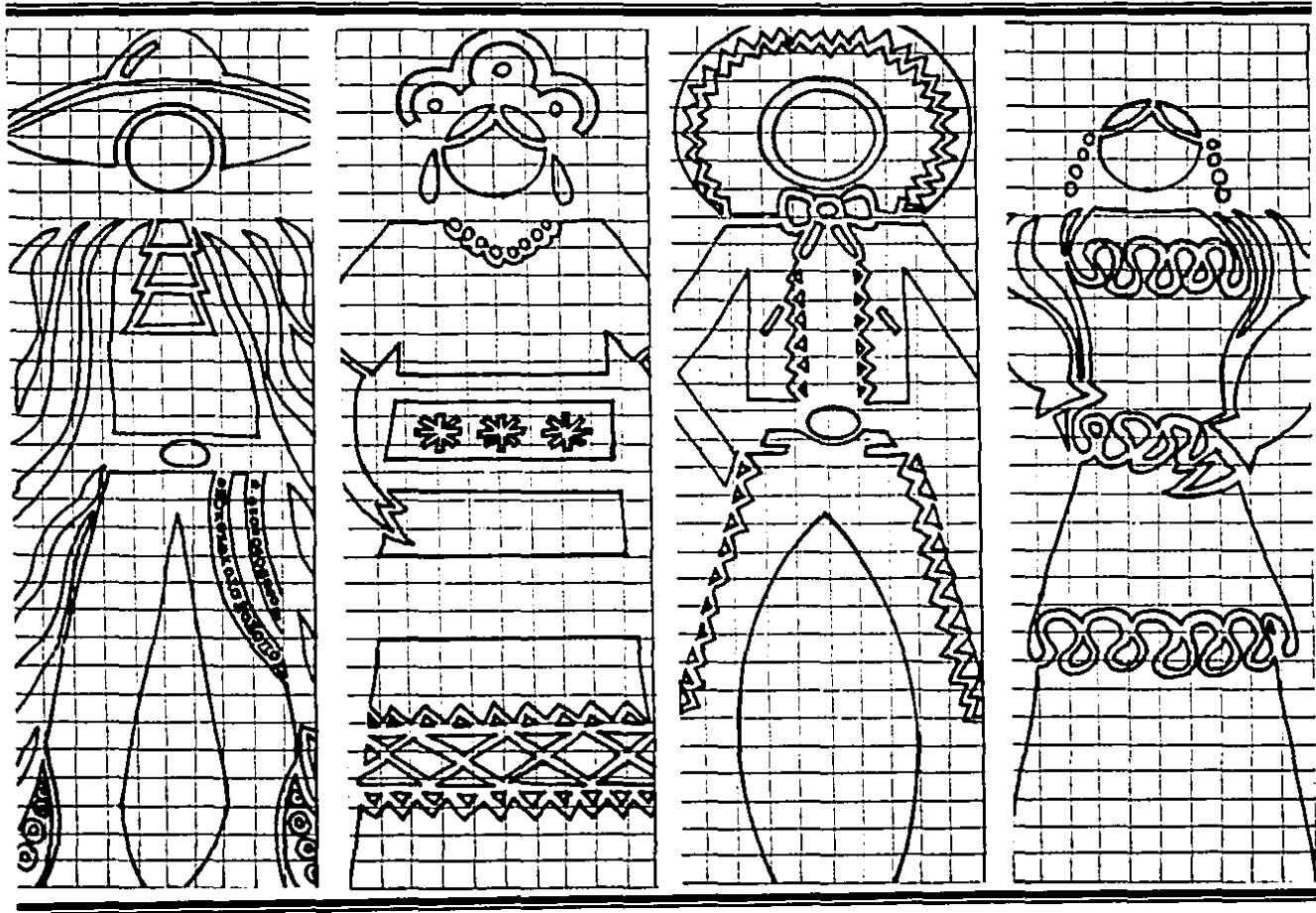


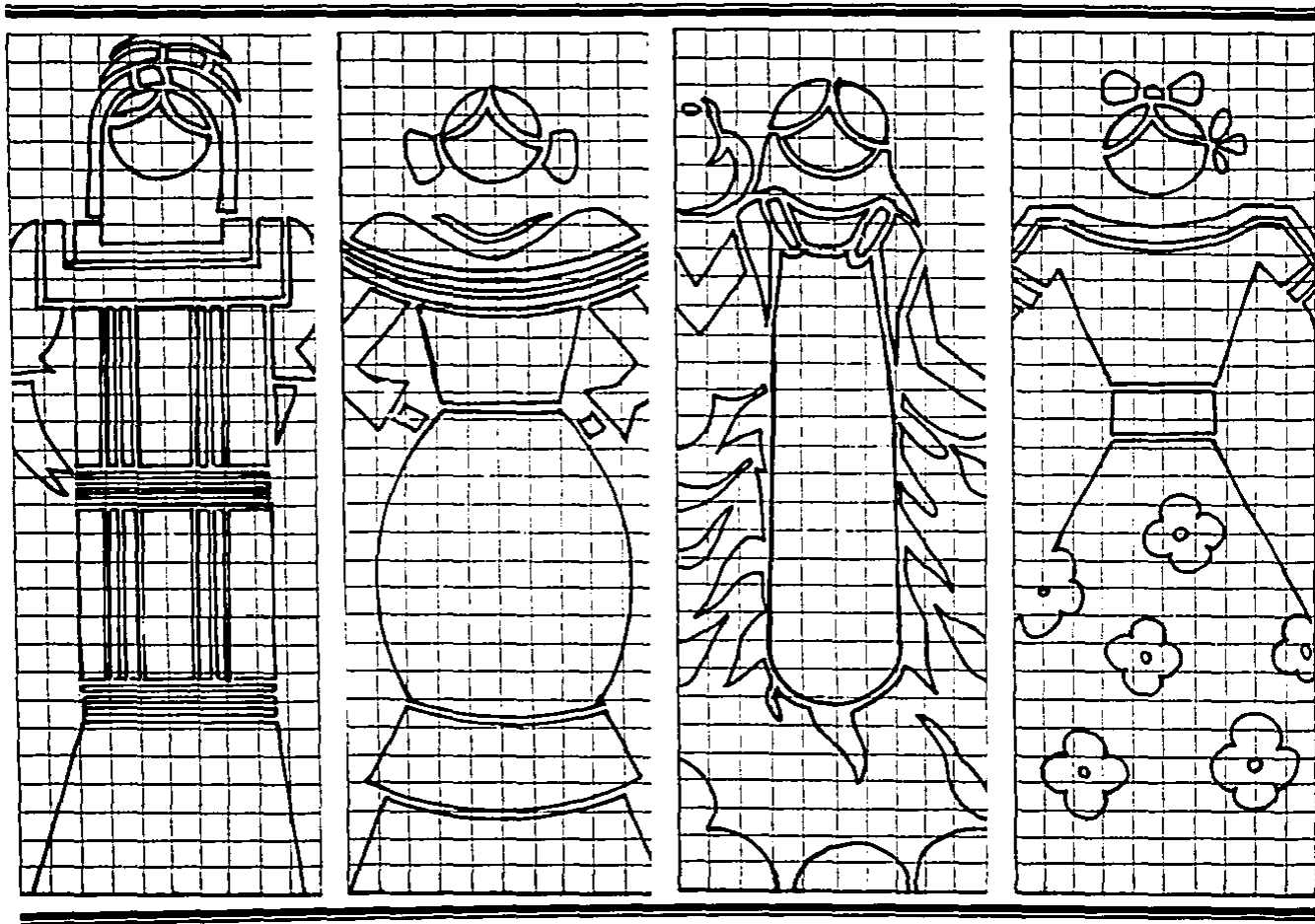


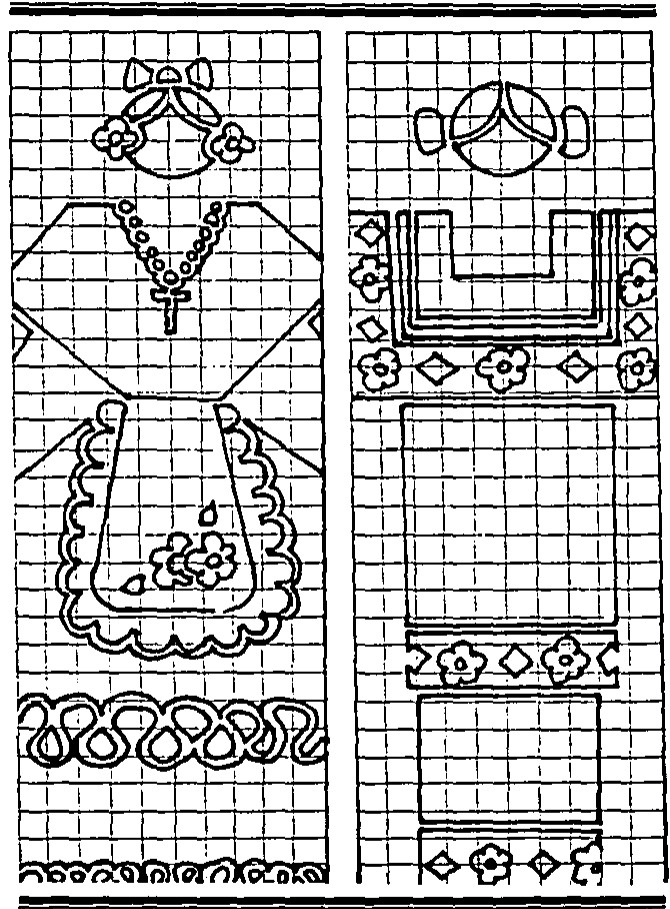








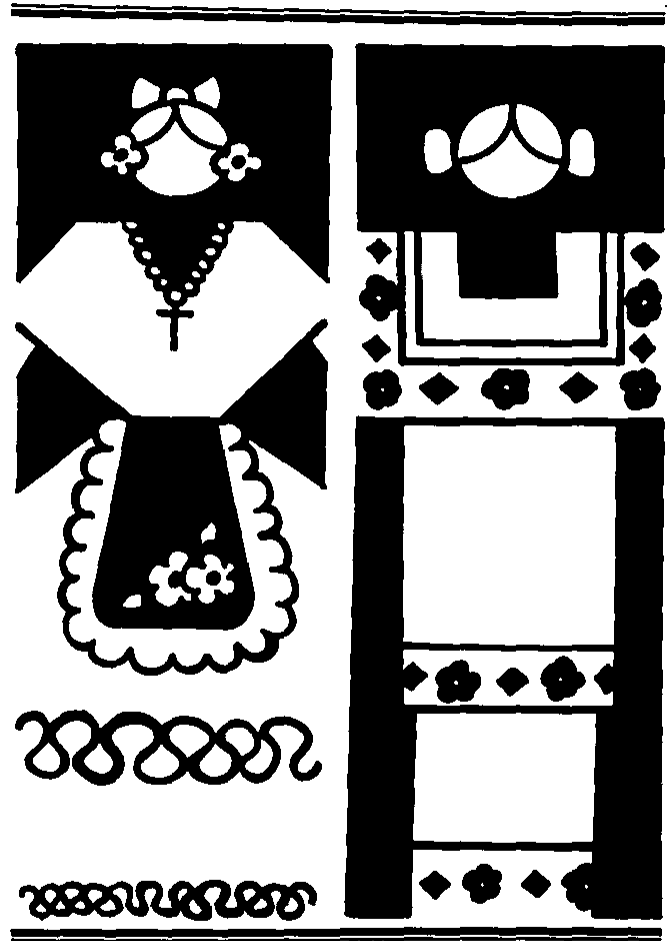








ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA



Integración



Bibliografía

- Aguilera de Luna, Lilia.
Diseño gráfico Manual para el Maestro
Editorial C.E.C.S.A.
México.
- Aicher, Otl; Kramper, Martin.
Sistema de signos en la comunicación
visual.
- Art Center Catalog.
Typecraft Inc.
California, U.S.A.
- Douglas, Torin; Blume, Hermánn
Gufa completa de la publicidad.
España. 1986.

- Engle y Shellgrave.
Psicología. Principios y aplicaciones
Publicadores Cultural S.A. de C.V.
México.
- Estampas. Un paseo por la bella
Ciudad de las naranjas.
H. Ayuntamiento de Hermosillo.
1985-1988.
- Folletos de los Edos. de la República.
Sectur. Pemex
Serigráfica Mexicana, 1981
1a. Edición.
- Frutiger, Adrian.
Signos, símbolos, señales y marcas.
Elementos. Morfología. Representación
Significación.
Gustavo Gili Editores
España 1981.
- Geomundo.
Vol. 4 No.10.
México, 1980.

- Geomundo.
Vol. 6 No.5
México. 1982.

- González Llaca, Edmundo.
Teoría y práctica de la propaganda.
Tratados y manuales Grijalvo.

- Guirard, Pierre
La Semiología
Siglo XXI Editores.
9a. Edición.

- Küppers, Harald
Atlas de los Colores
Editorial Blume.
España. 1979.

- Munari, Bruno.
Diseño y comunicación visual.
Contribución a una Metodología
didáctica.
Editorial Gustavo Gili, S.A.
España. 1985.

- Prieto Daniel
Diseño y comunicación.
Universidad Autónoma Metropolitana.
2a. Edición.
- Ruder, Emil
Manual de Diseño tipográfico.
Gustavo Gilli, Editores
España 1982.
- Símbolos de señalización
American Institute of Graphic Arts.
Editorial Gustavo Gilli, S.A.
México. 1984.
- Tabasco 77-82. Ferias Regionales
Gobierno del Edo. de Tabasco.
Oficialía Mayor.
1982.
1a. Edición.
- Turnbull, Arthur T.; Baird Ruseil N.
Comunicación gráfica.
Editorial Trillas.
México y otros 1986.

- Warford, H.S.
Design for print production
Focal Press, London and N.Y.
Great Britan 1971.

- Whittaker, James O.
Psicología.
Editorial Interamericana,
México.