

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Análisis tipográfico de la cultura urbana popular para eventos de beneficio social

Autor: Misael López Uribe

**Tesina presentada para obtener el título de:
Lic. en Diseño Gráfico**

**Nombre del asesor:
Ernesto Tena Vences**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





UNIVERSIDAD
VASCO DE QUIROGA



LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

ANÁLISIS TIPOGRÁFICO DE
LA CULTURA URBANA POPULAR
PARA EVENTOS DE BENEFICIO SOCIAL

Tesis

Que para obtener el título de
Licenciado en Diseño Gráfico

Presenta MISAEL LÓPEZ URIBE

Asesor de tesis: L.C.G. Ernesto Tena Verjés
Morelia, Mich., julio 1995

1998
JO ZAVALA



T978



LICENCIATURA EN DISEÑO GRAFICO

ANÁLISIS TIPOGRÁFICO DE
LA CULTURA URBANA POPULAR
PARA EVENTOS DE BENEFICIO SOCIAL

Tesina
Que para obtener el título de
Licenciado en Diseño Gráfico

Presenta MISAEAL LÓPEZ URIBE

Asesor de Tesis: L.C.G. Ernesto Tena Vences
Morelia, Mich. Julio 1998

A mis padres, a quienes les
dedico mi primer paso
en esta vida.

A mis hermanos por su
paciencia y tolerancia.

Para América, TE AMO.

Gracias a todos los maestros que
me han ayudado.

Al Diseño Gráfico por ser mi
pasión.

Indice de contenido

| | |
|---|-----------|
| 1. Introducción | 1 |
| 1.1 Justificación | 1 |
| 2. Objetivos | 2 |
| 2.1 Para el universo | 2 |
| 2.2 Para los investigadores | 2 |
| 2.3 Para la unidad operativa | 2 |
| 2.4 Para el desarrollo de México | 3 |
| 3. Conceptualización | 4 |
| 3.1 El trazo | 4 |
| 3.1.1 El principio | 4 |
| 3.1.2 Emergencia de la expresión gráfica, el trazo | 5 |
| 3.1.3 La diferenciación de sexos | 7 |
| 3.1.4 Escritura cuneiforme | 8 |
| 3.1.5 Jeroglíficos egipcios | 8 |
| 3.1.6 Los sistemas orientales de escritura | 9 |
| 3.1.7 Los símbolos y códigos mesoamericanos | 9 |
| 3.1.8 De la separación dibujo-escrito | 10 |
| 3.2 La diez grandes familias tipográficas en la historia | 11 |
| 3.2.1 Las góticas y las civiles | 11 |
| 3.2.2 Las humanas | 12 |
| 3.2.3 Las garaldas | 12 |
| 3.2.4 Las reales o de transición | 13 |
| 3.2.5 Las didonas | 13 |
| 3.2.6 Las mecanas o egipcias | 14 |
| 3.2.7 Las incisivas | 14 |
| 3.2.8 Las lineales | 15 |
| 3.2.9 Las lineales moduladas | 15 |
| 3.2.10 Las scriptas | 16 |
| 3.3 Anatomía tipográfica | 17 |
| 3.4 Creatividad tipográfica | 18 |
| 3.4.1 ¿Qué es la tipografía creativa? | 18 |
| 3.4.2 Aprendiendo a mirar a tu alrededor | 18 |
| 3.4.3 Juegos con los cuerpos | 19 |
| 3.4.4 Disposición del texto | 20 |
| 3.4.5 Características del lenguaje | 21 |
| 3.4.6 Utilización del color | 22 |
| 3.4.7 Escritura, garabatos y trazos a mano | 23 |
| 3.4.8 Construcción y destrucción | 24 |
| 3.4.9 Las reglas se hicieron para ser violadas | 25 |

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 3.5 | Contaminación visual | 26 |
| 3.6 | Cultura | 26 |
| 4. | Tesis | 27 |
| 4.1 | De lo que vamos a hablar en esta tesis | 27 |
| 4.2 | Del ambiente tipográfico urbano popular | 28 |
| 4.3 | El bueno, el malo y el feo | 29 |
| 4.4 | Del tipo de letra | 30 |
| 4.5 | De rarezas y tipografía | 31 |
| 4.5.1 | La edad del cemento | 31 |
| 4.5.2 | Letras y objetos | 32 |
| 4.5.3 | Nombres y sobrenombres | 33 |
| 4.5.4 | Hablando de números | 34 |
| 4.5.5 | Los estenciles | 35 |
| 4.6 | El bueno y su tipografía | 36 |
| 4.7 | El malo con su tipografía | 39 |
| 4.7.1 | El Graffiti | 43 |
| 4.7.2 | La Virgen de Guadalupe | 44 |
| 4.7.3 | Las influencias | 45 |
| 4.7.4 | Lostatuajes | 46 |
| 4.8 | El feo y su tipografía | 47 |
| 4.9 | Los medios impresos y rótulos establecidos | 48 |
| 4.10 | ¿Cómo resolver estos problemas? | 49 |
| 4.11 | Encuentro de Vatos Locos | 50 |
| 4.11.1 | El cartel promocional | 53 |
| 4.11.2 | Aplicación gráfica | 60 |
| 4.11.3 | Encuestas y estadísticas sobre la imagen del Encuentro de Vatos Locos | 67 |
| 5. | Conclusiones | 74 |
| 6. | Anexos | 76 |
| 6.1 | Bibliografía citada | 76 |
| 6.2 | Bibliografía consultada | 77 |
| 6.3 | Revistas | 78 |
| 7. | Glosario | 79 |

1. Introducción

1.1 Justificación

Al considerar como tema de tesina el "Análisis tipográfico de la cultura urbana popular para eventos de beneficio social", se trabajará en conjunto con la sociedad popular, con el objetivo de conocer sus inquietudes y perspectivas con respecto a la situación actual a la que se enfrentan en el medio en que se desarrollan.

Al conocer su posición, se sabrá de una manera más clara el diseño adecuado que nos servirá en un futuro para crear campañas especiales, tratando temas tales como: la salud, la política, los deportes, etcétera.

La grafía como medio de comunicación ha tomado en la actualidad una fuerza visual y de conciencia muy fuerte en la sociedad urbana, ya que se han creado diversas formas tipográficas en lugares como bardas, puertas, automóviles, textiles y en un sin fin de otros sitios.

Nos parece importante realizar un análisis gráfico-cultural de la sociedad urbana popular, a través de un estudio tipográfico de las expresiones que esa sociedad pone de manifiesto en la vía pública, ya que de cierta forma no se ha considerado este segmento de la sociedad en cuanto a lo que a comunicación gráfica se refiere.

2. Objetivos

2.1 Para el universo:

Para los diseñadores gráficos.

Dar a conocer las tendencias y nuevas corrientes tipográficas en el medio urbano y los rasgos gráficos predominantes entre los jóvenes -en especial- de sectores socioeconómicos bajos de este medio.

Diseñar y comunicar ante este sector de una manera eficaz.

Incrementar nuestra cultura social.

Para los analistas del fenómeno urbano.

Contribuir a extender sus conocimientos a un nivel gráfico.

Contribuir al conocimiento de la sociedad en que nos desarrollamos.

Conocer de una manera más clara las expresiones gráfico-tipográficas de este sector urbano popular y así saber cómo comunicarnos con ellos.

Comprender sin prejuicios las razones por el cual la cultura urbana popular en Morelia se desarrolla de esta manera.

Para la sociedad en general.

Contribuir a mejor conocimiento y convivencia.

2.2 Para los investigadores:

Para conocer el rumbo que han tomado las corrientes tipográficas en la actualidad en medio urbano popular en especial con los jóvenes.

Conocer más a fondo a la sociedad urbana y sus nuevas formas de expresión popular, analizándolas desde un punto de vista del diseño gráfico estructural.

Para la obtención del Título de Licenciado en Diseño Gráfico.

2.3 Para la unidad operativa:

Para los estudiantes de diseño gráfico de la Universidad Vasco de Quiroga. Esto les servirá para sus estudios próximos de la materia de tipografía. Conocer aspectos reales del medio urbano popular para la creación un mejor sistema visual.

Para maestros y directivos.

Contribuir a la ampliación de sus conocimientos en cuanto a tipografía se refiere.

Comprender el sistema visual de la cultura urbana popular.

Contribuir a una mejor convivencia entre próximos egresados de la Licenciatura en Diseño Gráfico y el medio urbano popular.

2.4 Para el desarrollo de México:

Contribuir a conocernos mejor como mexicanos, y conocer la dirección que esta tomando la cultura urbana popular en el sentido gráfico.

3. Conceptualización

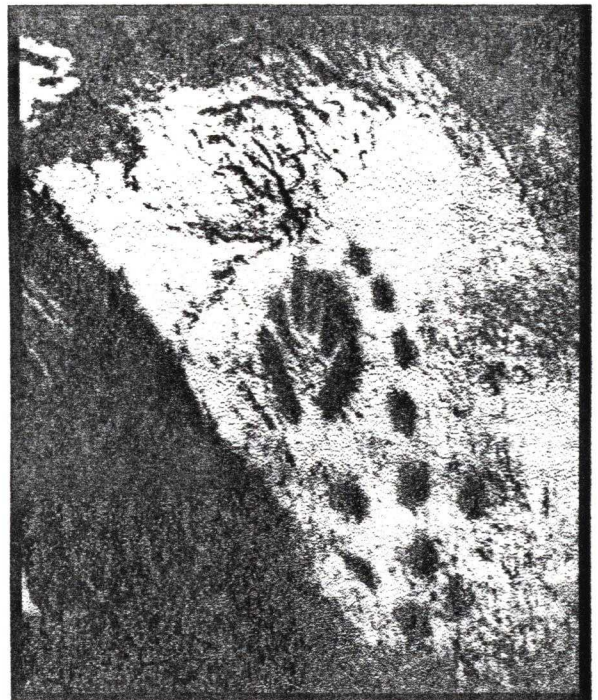
3.1 El trazo

3.1.1 El principio

Esta tesina tratará específicamente de uno de los sistemas más importantes de la comunicación gráfica: la palabra escrita. La incursión que vamos a emprender ahora mismo, nos llevará directamente al tronco común antropológico del que parte el trazo, como emanación gestual de un complejo movimiento energético y creativo del hombre.

Gracias al trazo, emergen dos formas de comunicación voluntaria: el dibujo y la escritura. Estas dos modalidades, que en su principio fueron una sola, conforme pasó el tiempo se desarrollaron individualmente para nunca unirse de nuevo, por su vinculación al mundo visual y perceptual la primera, y al mundo conceptual y mental la segunda.

La gran revolución humana es haber establecido los códigos de comunicación y plasmar con ellos de manera estable en el tiempo las percepciones, las experiencias y las ideas.



El marcaje de la mano humana.
Cueva del Castillo, España.

3.1.2 Emerger de la expresión gráfica, el trazo

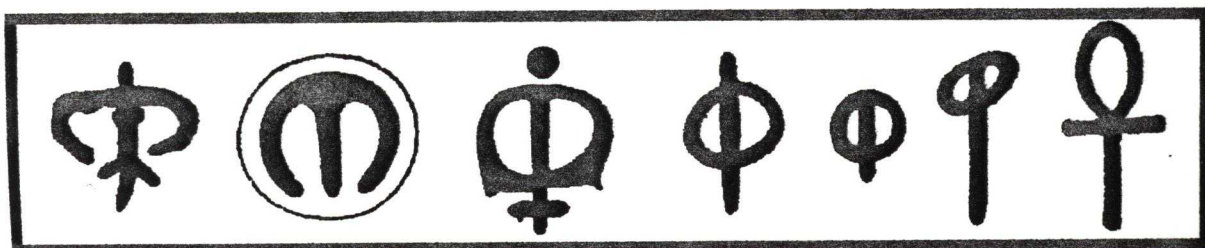
El *Homo Sapiens* había ya descubierto cómo la presión de los pies sobre la tierra marcaba la forma de éstos, veía su imagen reflejada en la sombra, también descubrió que si un objeto hacía presión sobre su piel se marcaba en un efecto de transferencia. En cierta forma había descubierto las imágenes.

Descubriría también que haciendo presión sobre una superficie con una piedra o un objeto duro podía dejar una señal, un trazo o un relieve, le sorprendió de manera muy especial. Esa apariencia con color, textura y formas sublimes. Después perseguiría el contorno de su mano, la proyección de su sombra para inmobilizarla y conservarla.

"El hombre había descubierto de este modo el trazo. El trazo como producto de su gesto y de su voluntad. Había nacido el embrión de la expresión gráfica" (1)

Entre los primeros estadios de este largo proceso podemos mencionar las pinturas rupestres (que proviene del latín *rupis*, para mostrar que se encuentran sobre las paredes rocosas o al aire libre); estas imágenes representaban la cacería, la fecundación, historias cotidianas y mágicas tales como rituales e invocaciones. Así, de esta forma, todas esas imágenes captaban al hombre sorprendiéndose de la vida, aprendiendo cada vez más de ella, y plasmándola sobre una pared rocosa; el hombre, pero sin embargo, comprendió que podía comunicarse no sólo de la figuración imitativa (pictogramas); también creó signos llenos de un simbolismo mágico, formas tan simples que en su trazo ocultaban poderes extraños, como los misteriosos petroglifos (piedras planas de tamaño pequeño y mediano) del paleolítico superior, en especial los de Mas-d'Azil -unos 8000 años antes de Cristo- que presentaban trazos cuyas formas abreviadas sugieren signos de alguna escritura, pero que al parecer tendrían funciones señalizadoras, mnemónicas y simbólicas.

"Algunos ven en esta clase de signos pictografismos, porque se consideran las primeras esquematizaciones elementales de una geometría tal vez innata, o tempranamente sentida, o quizá sólo simplificada a causa de la torpeza manual y las limitaciones de una gestualidad gráfica incipiente". (2)



Símbolos del Levante español.
Mas d'Azil (Ariège)

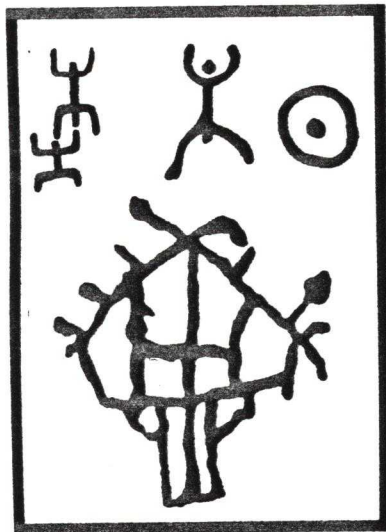
(1) COSTA, Joan. *La letra*. Editorial Enciclopedia Visual 1992 Pag. 12.

(2) COSTA, Joan, op. cit. Pag. 12.

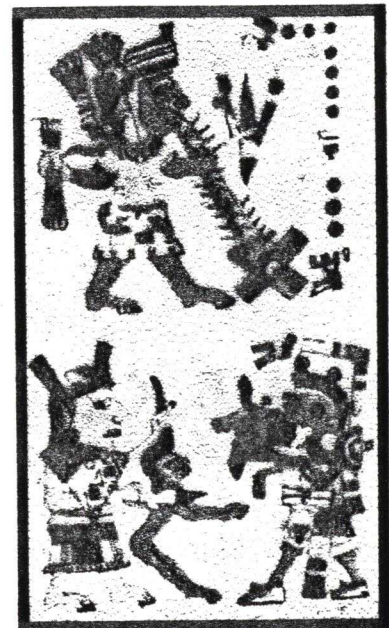
Alguna vez Goblot dijo: "Pensar es esquematizar", esto se aplicaría a los petroglifos o dibujos pintados sobre piedras, que la mayoría de las veces son cruces, ruedas, signos antropomórficos y zoomórficos geometrizados, a éstos se les puede nombrar de otra forma, esquematizados.

El *Homo Sapiens* antes fue *Homo Visualis*, porque transcribió en sus trazos lo que observó en formas pictográficas, figurativas que dan testimonio de una destreza por la imitación gráfica del movimiento. Y después fue *Homo Pictor* registrando historias en pictogramas llamados sinópticos o sintéticos, como los códices aztecas y mayas de la América Central precolombina.

"La pictografía o representación naturalista o figurativa del mundo visible, impregnaría profundamente la evolución hacia las formas de escritura ideográfica o logográfica, las cuales apenas puede decirse que se hayan liberado de la figuración icónica heredada de los pictogramas". (3)



Monte Bego. Figuras esquemáticas.
2000 años a. de C.



Símbolos aztecas extraídos
del Codice Borgia.

(3) COSTA, Joan, op. cit. Pag 17.

3.1.3 La diferenciación de sexos

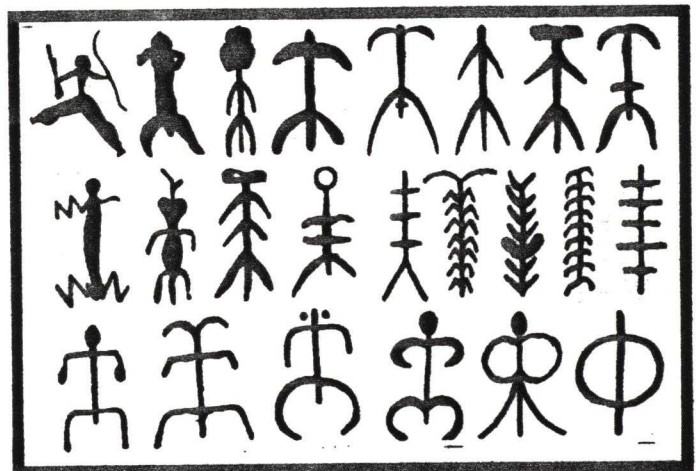
r.

A continuación se muestra la evolución gráfica del hombre hasta simplificarse progresivamente en signos convencionales parecidos a las letras.

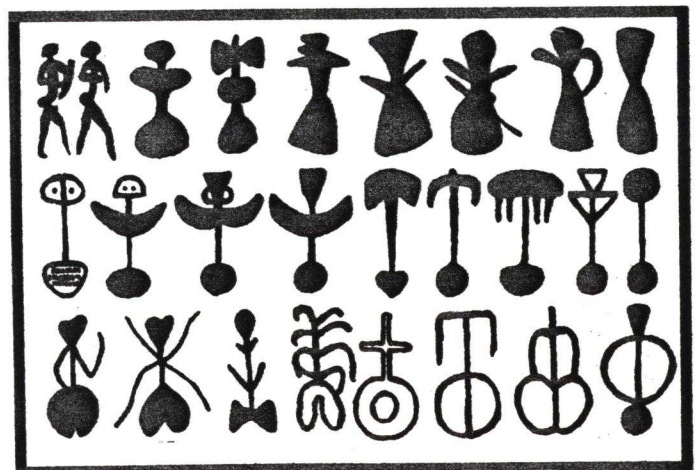
Nótese como la diferenciación sexual define la identidad visual del hombre y de la mujer. Para el hombre, el tallo estrecho, el tronco liso y el sexo importante. Para la mujer sus características principales son: los senos, el sexo (el triángulo púbico) o el vientre en forma de corazón invertido, la forma corporal del vaso, de la jarra o del ánfora. La función social puede también caracterizar una forma.

Si observamos con cuidado podemos notar que por su nivel de abstracción estos signos son el principio de letras de diferentes sistemas de escritura.

Se reproducen las evoluciones gráficas de la figura de la mujer, en sus fases más significativas a partir de pictogramas o formas icónicas figurativas, hasta reducirse a esquemas zoomórficos que conducirán en signos sumamente simplificados a un mínimo número de grafemas.



Evolución gráfica del hombre.



Evolución gráfica de la mujer.

3.1.4 Escritura cuneiforme

Se considera que la escritura cuneiforme es el resultado de una rápida evolución gráfica a partir de los pictogramas sumerios.

En ese entonces había una extrema abundancia de arcilla y debido a ello, los sistemas de comunicación gráfica dependieron totalmente de dicho material.

Se creaban con el barro una tablillas o ladrillos muy delgados sobre los cuales hincaban un punzón en forma repetitiva para ir estructurando su escritura, que dejaba su característico rasgo en forma de cuña.

Fue usada para documentos burocráticos y comerciales, mitos y leyendas y para las leyes y castigos del pueblo sumerio.

Escritura cuneiforme
sobre una tablilla.



3.1.5 Jeroglíficos egipcios

A diferencia de los sumerios, en Egipto no existía la arcilla suficiente, sino piedras y maderas preciosas pero sobre todo la planta de papiro que fue la base fundamental de la escritura egipcia. No utilizaban un punzón sino pinceles para el papiro. Alcanzaron un nivel muy alto en cuanto a la representación gráfica de conceptos y actividades como caminar, llorar, romper, observar, pensar, etcétera.

La base de la escritura jeroglífica es la representación de imágenes de objetos existentes, de animales y gente, cuyo significado muestra ya un avance sorprendente, en virtud de que su simbología es la expresión de sonidos y no de conceptos.

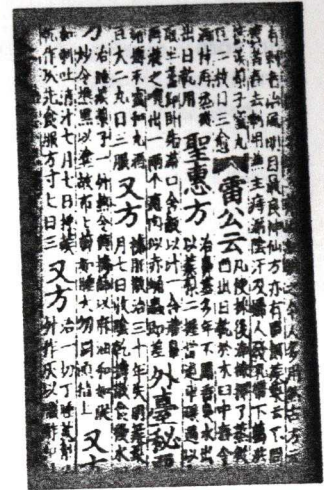


Los jeroglíficos son sonidos para
formar palabras.

3.1.6 Los sistemas orientales de escritura

Las culturas orientales siguen empleando en la actualidad un tipo de escritura conceptual desarrollado gráficamente con base en simbolismos homológicos y analógicos, que interactúan entre sí homogéneamente y sin que se noten a simple vista estas diferentes denotaciones gráficas.

La escritura oriental son símbolos homológicos y analógicos.



3.1.7 Los símbolos y códigos mesoamericanos

El sistema de escritura que emplearon las culturas de América es ideográfico con algunas características peculiares; pero también hay una diferencia notable entre los símbolos empleados para un mismo concepto.

La escritura se encuentra grabada en monumentos de piedra de mayor o menor tamaño, también utilizaron el papel derivado de plantas que abundaban, como el árbol de amate o *amatl*, utilizando finalmente pieles de animales.

Los pueblos mesoamericanos a comparación de los europeos u orientales le dieron una gran relevancia a los colores, por ejemplo: el color rojo representaba al fuego y a la sangre. Tonatiuh se presentaba entre los mortales pintado de color rojo. El color azul simbolizaba la lluvia y el agua en general, también se identificaba con los metales y piedras como la turquesa. Tláloc y el azul era una fusión muy común. El color amarillo era representativo de la mujer y de la fertilidad, Xochiquetzal, diosa de la belleza y del amor aparecía en amarillo cubierta de ropajes azules. El negro, símbolo de la noche y la muerte aparecía en conjunto con Miclantecutli dios del reino de los muertos, así como los sacerdotes utilizaban el negro. El blanco, sinónimo de luz, del crepúsculo y del futuro. El verde es el color de lo más valioso como el jade o las plumas de quetzal, además que representaba la naturaleza.



Símbolos y escritura mesoamericana.

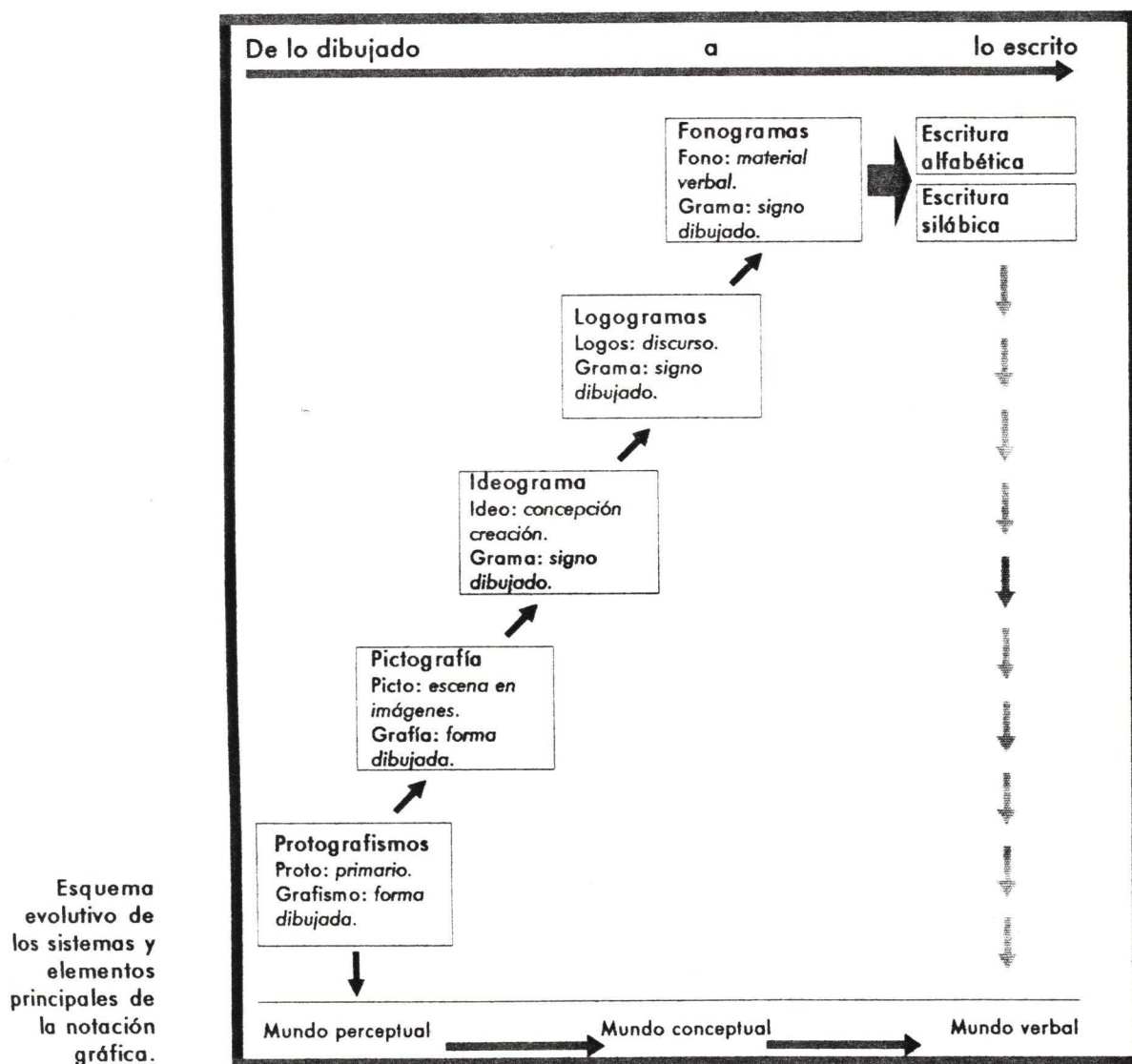
3.1.8 De la separación dibujo-escrito

Del habla nace la expresión oral y con ella se desarrolla simultáneamente la capacidad conceptual y de abstracción mental.

Lo conceptual se representó gracias a la plasmación pictográfica, lo pensado, y más tarde lo verbal: lo nombrado. Del pictograma se pasaría al ideograma para después encontrarnos con el logograma, para llegar con el fonograma del que parte la escritura alfabética.

La palabra escrita impulsó así su primacía sobre el mundo puramente visual, o sobre lo que era imaginable, ya que hasta lo más sutil y abstracto puede ser nombrado.

"Por medio de la palabra escrita se intentaría escribir no sólo las cosas físicas del entorno (pictografía), o las nociones y los conceptos (ideografía), o las palabras empleadas en el discurso (logografía), sino la materia física misma del habla: el lenguaje fónico, traducido visualmente en fonogramas". (4)



(4) COSTA, Joan, op. cit. Pag 27.

3.2 Las diez grandes familias tipográficas en la historia

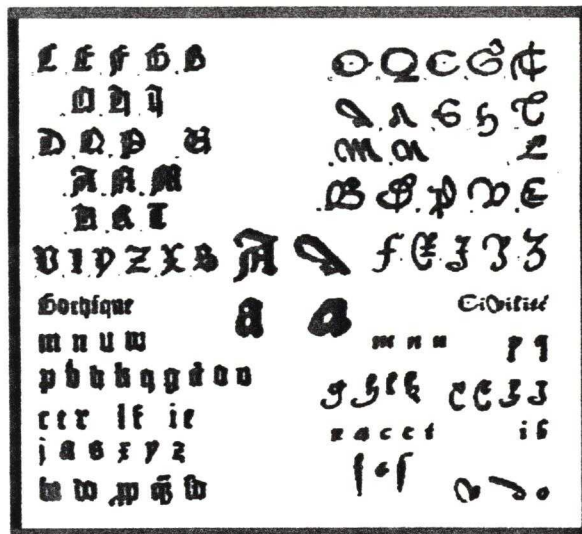
"Desde la escritura alfabética manual más antigua a la caligrafía y a las formas más espontáneas del trazo legible, hasta la tipografía más estrictamente normalizada, en este capítulo se presentan las raíces de sus orígenes tipográficos.

Los diez cuadros que lo ilustran presentan las formas escriturales de base que han dado nacimiento a una enorme cantidad de declinaciones y variaciones formales. Ellas son el reflejo de las personalidades de sus autores y el de las culturas de su tiempo, cristalizados en sucesivos caracteres tipográficos". (1)

3.2.1 Las góticas y las civiles.

Las mayúsculas están adornadas por rúbricas caligráficas suaves. La gótica es más rígida (escritura de libros), la civil más flexible (actas notariales diversas). Las minúsculas reflejan su origen de escritura hecha a pluma. La gótica es más aplicada (más lenta) y la civil es más rápida y dinámica. Ambas tipografías connotan los "viejos tiempos", el pasado, la edad media, la religión o la gastronomía.

La Gótica es la Biblia de las cuarenta y dos líneas de Gutenberg (Alemania, 1456). La Civil es la Granjon (Francia, 1557).

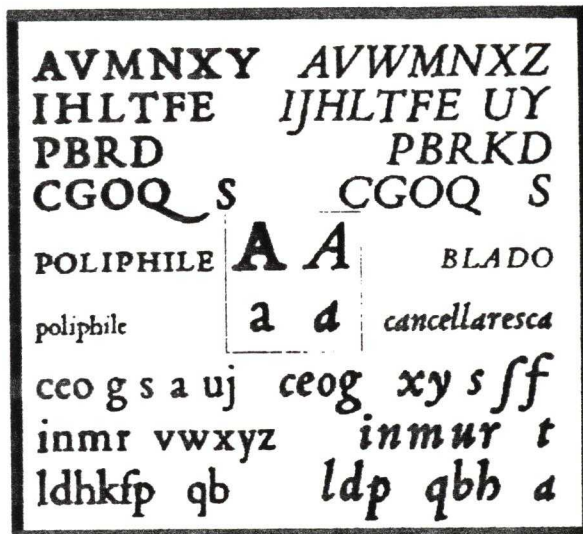


(1) FRANCOIS, Claude Laurent
La Letra.
Enciclopedia Visual
Pag. 75

3.2.2 Las humanas

Son las letras redondas de los humanistas italianos, adoptadas muy pronto por todos los "humanistas" europeos.

Las mayúsculas imitan a las inscripciones lapidarias latinas. Las minúsculas se inspiran en la escritura de la época de Carlomagno, copiada en el siglo XIV, en Italia. La cursiva se inspira en la época de la cancillería papal, y sus terminaciones recuerdan los trazos de la pluma. Evocan una tradición de robusta salud y de amanerada elegancia en la Cancillerescza.



La Poliphile, del veneciano Aldo Manuzio, recopia el carácter de 1499 y la Blado, las formas de Arrighi, calígrafo italiano del Renacimiento.

3.2.3 Las garaldas

Son letras romanas típicas del equilibrio de formas alcanzado, ya en el siglo XVI por Garamond y Aldo Manuzio.

La mayor finura del contraste entre los trazos gruesos y finos en las mayúsculas, no hace olvidar, sin embargo, la tradicional silueta general. Las minúsculas conservan el mismo espléndido equilibrio. Las cursivas siguen próximas al modelo caligráfico, son muy animadas y más estrechas que las redondas. Connotan elegancia y tradición.



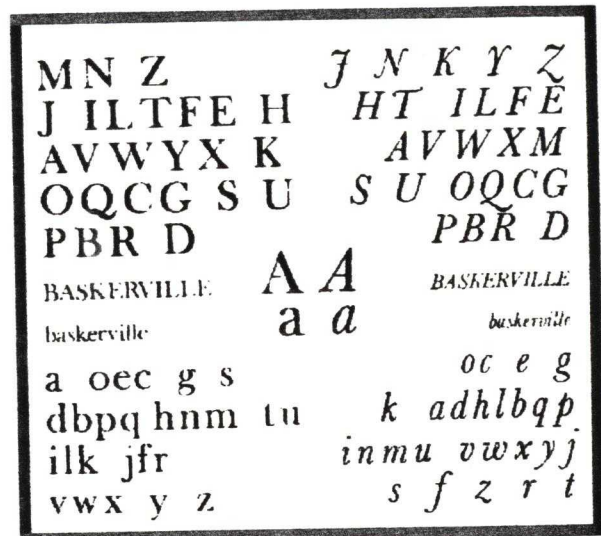
La Garamont se inspira en la obra del famoso grabador francés del Renacimiento.

3.2.4 Las reales o de transición

Son formas en plena mutación histórica que aumentan los contrastes entre los gruesos y finos.

Las mayúsculas han olvidado el modelo lapidario romano influidas por las letras grabadas en cobre. Las minúsculas, de asientos muy contrastados, se construyen sobre un eje de tendencia vertical.

Las cursivas mayúsculas reciben a veces el adorno de rasgos caligráficos; las minúsculas ganan en redondez. Connotan un preciosismo en la gama de las romanas tradicionales. Inauguran un nuevo tipo de carácter más débil.

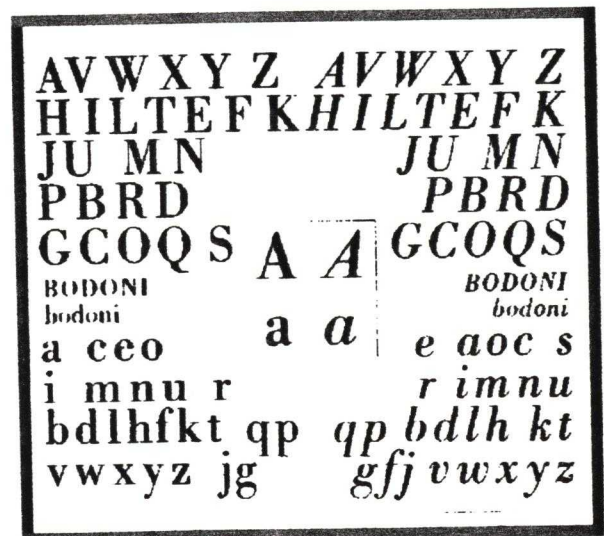


Baskerville, su creador, era un topógrafo inglés del siglo XVIII.

3.2.5 Las didonas.

Bodoni en Italia y los Didot en Francia dieron a este carácter, muy contrastado, sus formas definitivas en el límite del siglo XIX.

En las mayúsculas, la letra romana lleva al máximo el contraste entre los trazos. En las minúsculas, el contraste máximo en los gruesos aporta a los finos una delicadeza que tiende a fragmentar visualmente la letra en dos. Las cursivas son más bien letras inclinadas que recuerdan vagamente la escritura manual. Connotan dignidad, austeridad y frialdad.

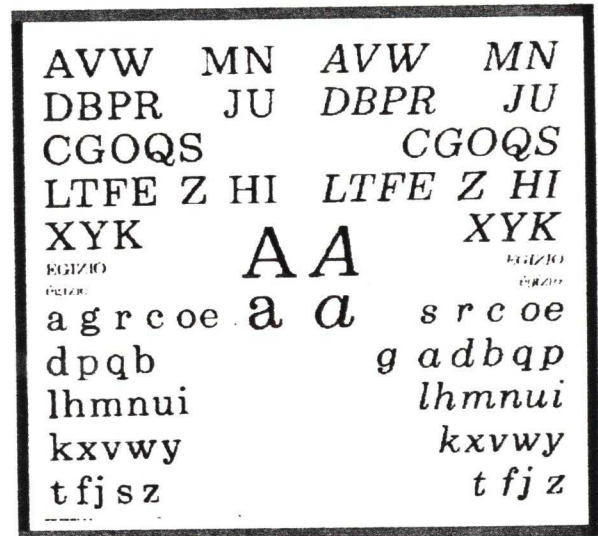


El carácter Bodoni tomó el nombre de su creador, tipógrafo italiano del finis del XVIII.

3.2.6 Las mecanas o egipcias

Los cartógrafos las llaman "de palo basado", es decir, de palo con asiento. Si los asientos tienen ángulos rectilíneos se dice que siguen el modelo francés; si una redondez suaviza el contacto de la vertical con el asiento, se trata de un modelo inglés (el Egizio pertenece a esta categoría). Las mayúsculas son muy típicas de la publicidad, de la que han surgido. Las minúsculas son tradicionales pero muy marcadas.

Connotan cierta elegancia y modernismo de siglo XIX.



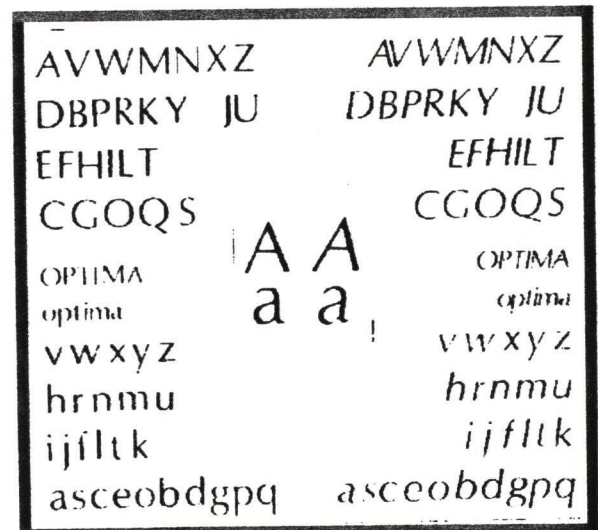
El Egizio representa el modernismo del siglo XIX y fue diseñado por Aldo Novarese (Italia), en 1954.

3.2.7 Las incisas

Son formas intermedias entre la romana tradicional y el palo seco, del que toman la simplicidad.

En las mayúsculas los asientos se reducen a una forma triangular muy sutil. Las minúsculas poseen asimismo terminaciones poco marcadas. Las cursivas, como en el palo seco, tienen una simple inclinación.

Connotan un clasicismo modernizado.



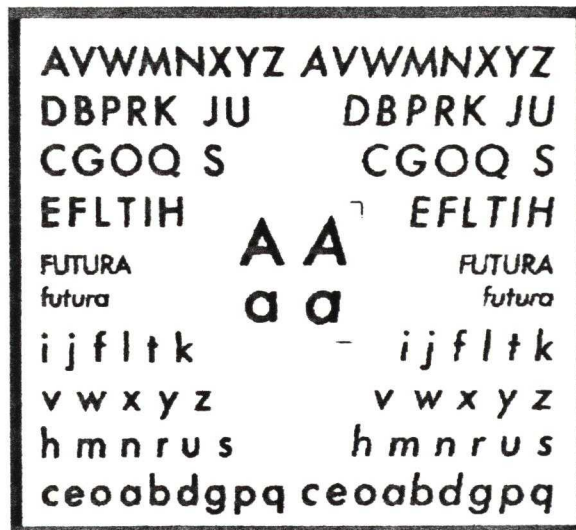
La Óptima fue diseñada por el alemán Hermann Zapf en 1958.

3.2.8 Las lineales geométricas

Letras de palo seco que reducen el signo a su esquema esencial, a su esqueleto geométrico.

Las mayúsculas son el retorno a las antiguas formas fenicias, griegas e incluso etruscas. Las minúsculas recurren a la línea recta y al círculo, unidos en toda clase de posiciones. Las cursivas son de hecho las mismas formas pero inclinadas.

Connotan el modernismo, la industria y el funcionalismo.



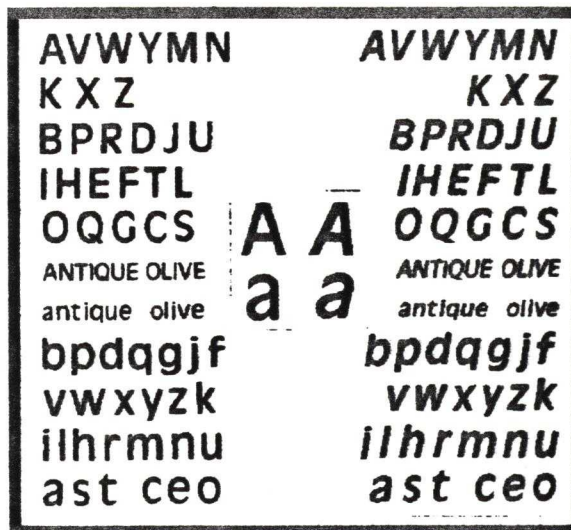
La Futura fue diseñada por Paul Renner (Alemania), en 1927.

3.2.9 Las lineales moduladas

Se trata de letras de palo seco que conservan el constante grueso/fino, que es tradicional en las romanas. Se les llama también letras "de doble gracia" o "lineales humanísticas".

En las mayúsculas la modulación del trazo es más o menos acusado en sus variantes tipográficas. La silueta de las minúsculas es más o menos modulada y tradicional, pero sin asiento.

Connotan un modernismo elegante.



La Antigua Oliva fue diseñada en Francia por Roger Excoffon en 1967.

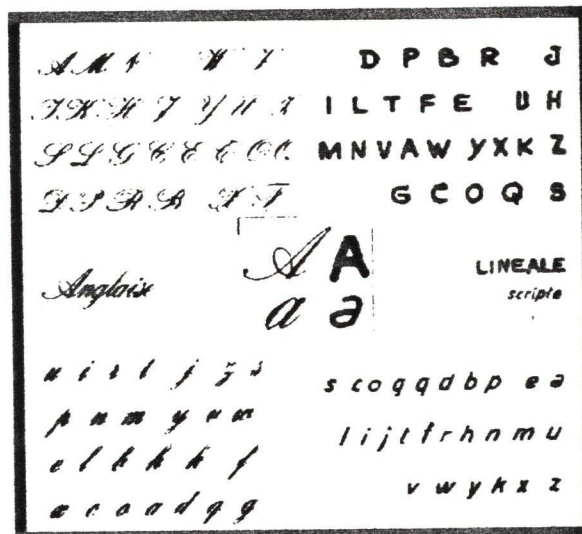
3.2.10 Las escritas

Se inspiran en la escritura manual corriente y su aspecto final depende de la herramienta con que han sido trazadas: pluma, punzón, pincel.

Las mayúsculas pueden tener la simplicidad de las lineales o, por el contrario, las afectaciones de los adornos caligráficos.

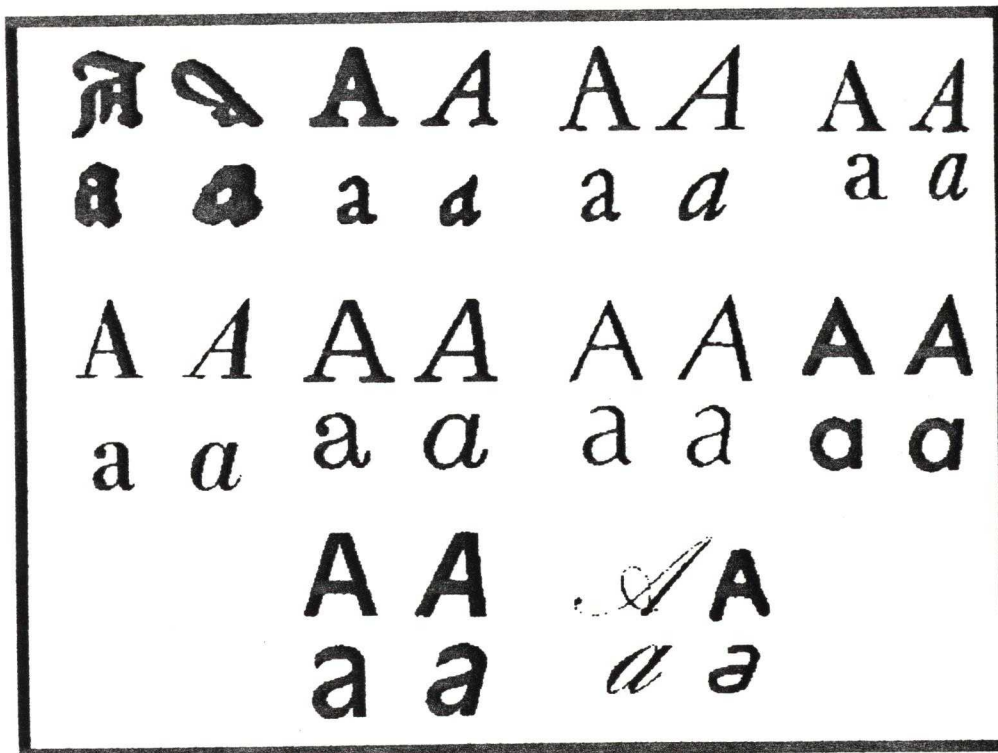
Las minúsculas son muy simplificadas (como los graffiti) o bien reproducen el manierismo de los calígrafos.

Más que itálicas o inclinadas, son cercanas a las pulsiones cursivas. Connotan la escritura personal y los intercambios epistolares tradicionales. En el extremo menos "normalizado", connotan la espontaneidad del trazo.



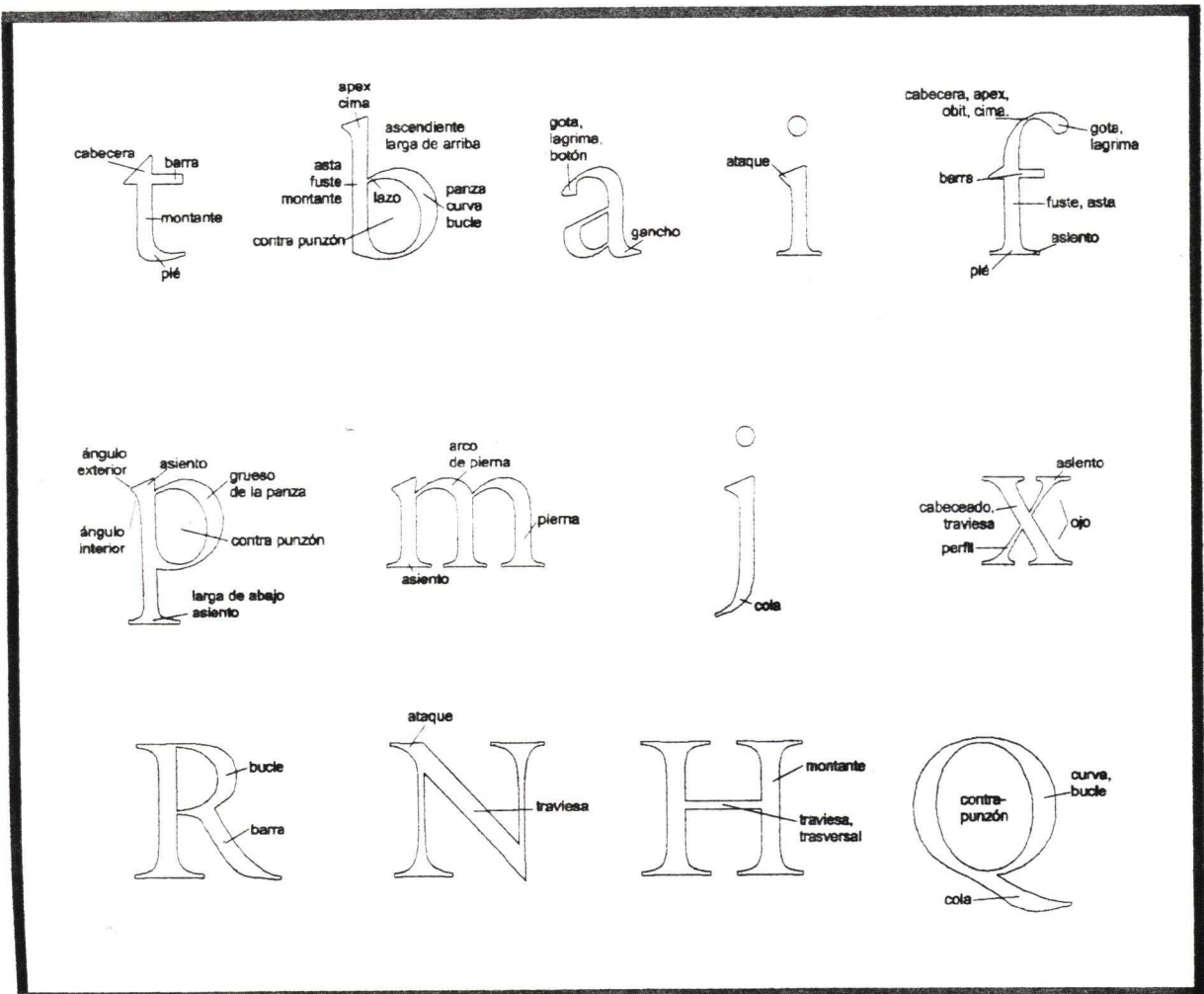
Las letras de cómic (Hergé) e Inglesa, de Didot (Francia) de fines del siglo XVIII.

Las diez grandes familias tipográficas. Recapitulación.



3.3 Anatomía tipográfica

La letra se puede analizar y comprender desde un punto de vista anatómico, esto nos ayudará a entender las diferentes familias tipográficas y las nuevas tendencias observando las alteraciones que sufren en sus diferentes partes.



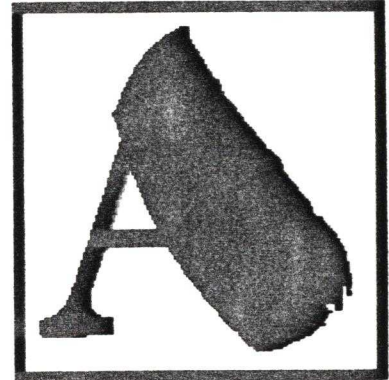
3.4 Creatividad tipográfica

3.4.1 ¿Qué es la tipografía creativa?

Todos los diseñadores gráficos entienden diferente el término creatividad tipográfica, por ejemplo: unos citan emotivas interpretaciones poéticas en formatos extravagantes, otros señalan una información compleja manipulada, etc.; todos tienen razón.

El ser creativo no es cosa fácil, el estudiante o el profesional se puede acobardar ya que constantemente lo original y novedoso tiene que estar de nuestro lado, esto puede ser más fácil si nuestra creatividad es ejercitada como un músculo.

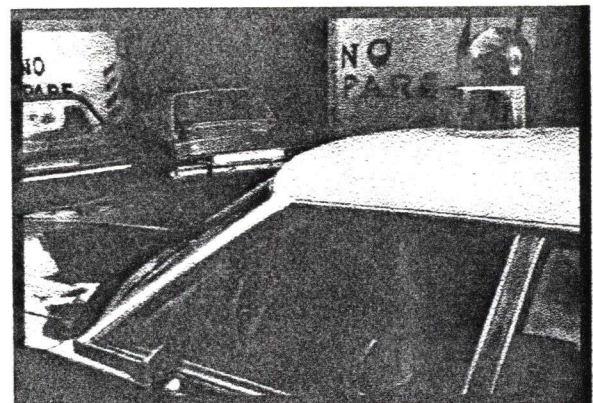
Con fines prácticos podemos decir que la tipografía creativa es: "la utilización de tipos o inscripciones, ya por sí solos, ya en conjunción con otros elementos gráficos, para transmitir información o una idea del modo más eficaz que nos es posible, dadas las limitaciones que nos impone el tiempo, el dinero o las consideraciones técnicas". (1)



3.4.2 Aprendiendo a mirar a tu alrededor

No se trata de ser el mejor en cuanto a técnica y en cuanto a conceptos tipográficos se refiere, sino de tener una actividad que ayude a la creación de ideas.

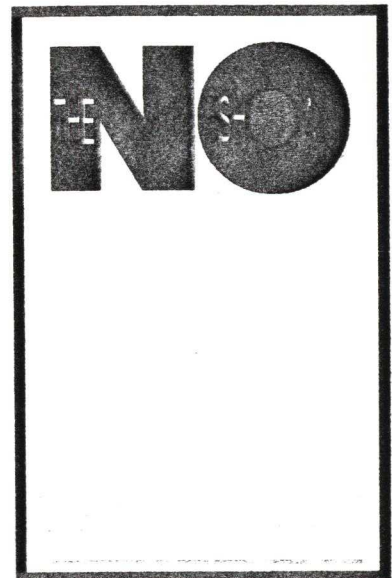
Hoy más que nunca y cada vez más, estamos siendo bombardeados por un flujo incesante de palabras e imágenes. Éstos nos influirán queramos o no. A esta carga visual se le puede llamar "polución sensorial" o en otros términos "contaminación visual", y aquí es donde nosotros como diseñadores gráficos separaremos lo bueno de lo malo. Hablando de creatividad tipográfica, podemos analizar ciertos anuncios de la calle y pensar cómo se hubieran hecho con un profesional del diseño gráfico.



(1) MARCH, Marion
Tipografía Creativa
Editorial GG Pag. 9

3.4.3 Juegos con los cuerpos

"Otra herramienta básica es la comprensión de los efectos que pueden lograrse mediante el cuerpo del tipo elegido. Es evidente que un cuerpo grande grita mientras que uno pequeño susurra. Los cambios de cuerpo en el tipo, por otra parte, pueden ser funcionales, como, por ejemplo, cuando se utilizan para destacar títulos o para reducir la importancia de textos subsidiarios".(2)



El poster *The No Show* fue diseñado por Gregory Cutshaw en 1985. El título destaca un gran NO envuelto por una gran masa de espacio blanco. El efecto es brillante e incitante y atraerá la mirada desde muy lejos.



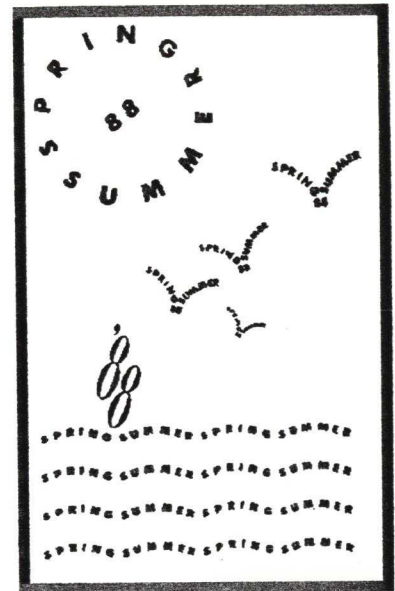
El sentimiento hacia Millie crece al momento que se plasma sobre la pared, en estos tipos de graffitis sobresalen los nombres considerablemente.

(2) MARCH, Marion, op. cit. Pag. 26

3.4.4 Disposición del texto

"Un texto largo destinado a una lectura continua debe ser lo más accesible posible y, por razones de máxima legibilidad, se compone habitualmente con columnas de anchura y altura uniformes. Las columnas pueden estar justificadas es decir alineadas tanto a derecha como a izquierda, o alineadas a la izquierda y en bandera a la derecha; en ambos casos, la mirada tiene un punto de regreso al que se acostumbra rápidamente." (3)

Membrete para la temporada de moda de primavera-verano de 1988. Se crea una sensación de brisa veraniega tan sólo mediante



la disposición de los tipos. La disposición del texto en la vía pública puede ser muy interesante, aquí se aprovechó la esquina dando un efecto de perspectiva.

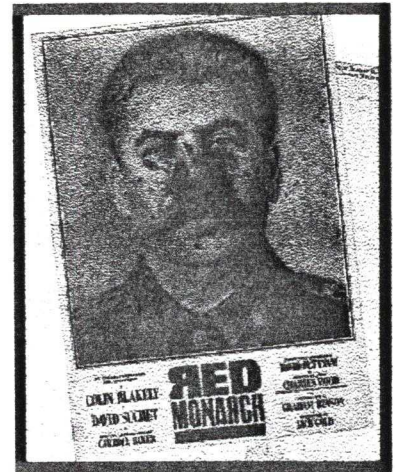


(3) MARCH, Marion, op. cit. Pag. 28

3.4.5 Características del lenguaje

"La comunicación visual mediante tipos opera con ideas o conceptos que se crean ensamblando aquello que empieza con una forma abstracta (las letras mismas) en una estructura (la palabra) que adquiere, con ello, un significado. Se ha desarrollado una serie de convenciones acerca de cómo tratar tanto las palabras individuales como los textos, pero un examen atento del lenguaje nos induce a estudiar los efectos que pueden lograrse haciendo caso omiso de dichas convenciones". (4)

La R invertida del título sugiere sutilmente el alfabeto cirílico utilizado en la lengua rusa.



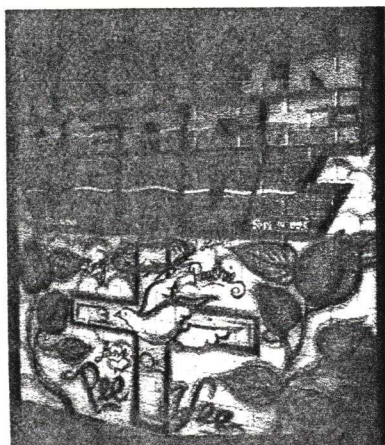
"Stop the violence" nos refiere a unos rasgos rápidos y ágiles como ella misma, pero los colores son muy alegres he ahí la cuestión.



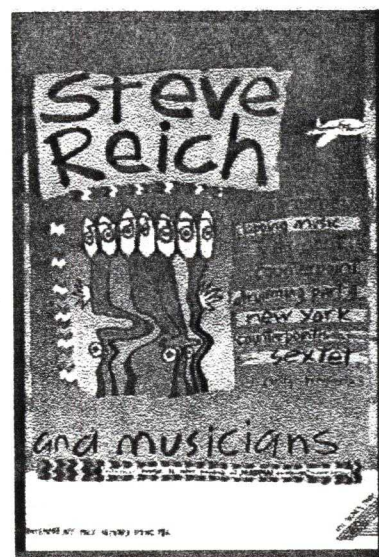
(4) MARCH, Marion, op. a't. Pag. 32

3.4.6 Utilización del color

"La utilización del color, tanto del grafismo como en la tipografía, es una de nuestras herramientas más importantes y más versátiles, dado que las variaciones y combinaciones dentro del espectro pueden emplearse para modificar nuestra percepción del material visual". (5)



También con colores llenos de vibra se puede uno encontrar en la vía pública, aprovechando el sin fin de colores.



Colores brillantes en la cubierta de un programa de un concierto de música contemporánea.

(5) MARCH, Marion, op. d't. Pag. 36

3.4.7 Escritura, garabatos y trazos a mano

La escritura, garabatos y los trazos a mano desempeñan también un papel en la tipografía creativa. Cuando el tipo tenga connotaciones desafortunadas o indeseables, o una naturaleza mecánica o autoritaria, quizá sea preferible la escritura a mano. Los trazos a mano tienen tonos de intimidad y calidez y pueden utilizarse para desmitificar determinados temas o aportar información al alcance de todos.

"La escritura a mano, por un lado, se asocia con la preocupación por personas, acontecimientos o problemas y puede utilizarse cuando este objetivo es primordial. En el extremo opuesto los trazos nerviosos, las rúbricas enérgicas o los simples garabatos pueden proyectar fuertes emociones; basta con observar la capacidad de impacto de los grafiti".(6)

Salpicaduras infantiles animan estos mambres diseñados para las prendas infantiles Ravod.



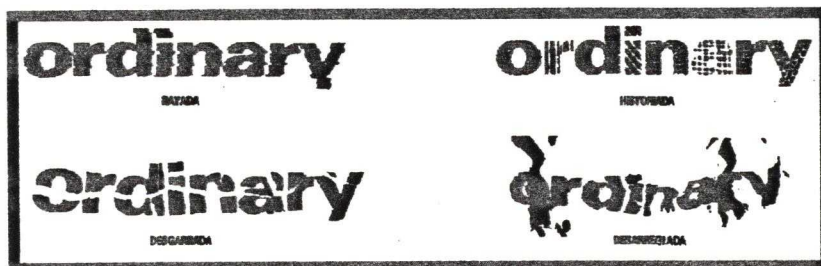
Trazos suaves de acuerdo al tema.



(6) MARCH, Marion, op. a't. Pag. 40

3.4.8 Construcción y destrucción

"Hay otros dos modos de que las letras y las palabras adquieran nuevas cualidades y, por consiguiente, nuevos significados. Por construcción entendemos añadir algo al tipo o al grupo de letras; eso puede lograrse con subrayados o recuadros, recursos que suman importancia al mensaje. La destrucción, que es igualmente eficaz aunque de un modo distinto, supone desgarrar las letras o las palabras y reagruparlas con fragmentos faltantes, o hacerlas desaparecer o difuminarlas".(7)



Ilegibilidad total y saturación de elementos son característicos en los graffitis.



(7) MARCH, Marion, op. cit. Pag. 42

3.4.9 Las reglas se hicieron para ser violadas

Antes de comenzar a violar reglas, es preciso saber en qué consisten. Una vez que se conocen se podrá criticar, analizar, añadir e incluso omitir rasgos de la comunicación escrita. Es preciso dar un mensaje sobre todo justificando todo lo que proponemos, así estamos dando un gran paso en cuanto a mezclas de tipos, mutilación de letras, signos de puntuación de fuentes mayores o menores, inversión de palabras, etc., o sea en cuanto a creatividad.

- a) Exceso de información visual
- b) Falta de información de los signos y grafías
- c) Tipos de letra mal seleccionados
- d) Tamaño de letra inadecuado
- e) Fuentes de letras en conflicto simultáneo
- f) Mala distribución de elementos
- g) Mal uso de la ciudad
- h) Contraste de automatismos y rasgos
- i) Problemas de tipo psicológico

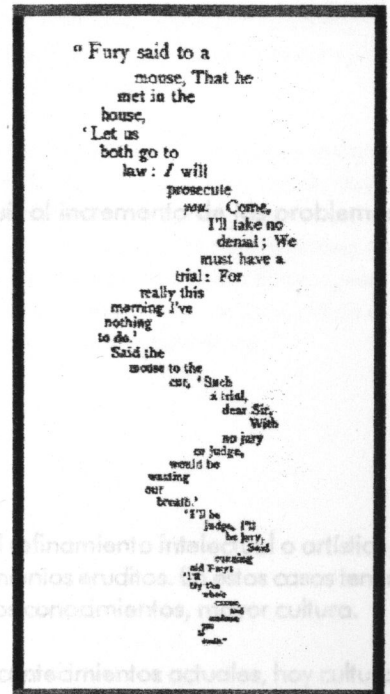
Esto debe evitarse ya que no es conveniente contribuir al incremento de problemas urbanos que imperan en nuestra ciudad.

3.6 Cultura

Corrientemente la palabra cultura se identifica con el refinamiento intelectual o arte, entendido éste como un conjunto de saberes y conocimientos eruditos. Ser culto o tener cultura o ser culto es equivalente a disponer de muchos conocimientos.

Claro que esta definición se quedó muy atrás de los acontecimientos actuales, hoy cultura es lo que el pueblo cultiva; es decir, lo que se realiza en la vida cotidiana, apreciando un estilo de ser, de hacer y de pensar.

Seguimos considerando a la cultura como un conjunto de saberes y conocimientos eruditos, que comprende los patrones de comportamiento, que son sociales.



En bardas y cualquier otro tipo de superficie se rompen las reglas de la tipografía, pero a cambio se obtiene un atractivo visual muy fuerte para personas que viven en ese medio.

3.5. Contaminación visual

4.2. De lo que La vía pública es un escaparate donde se exhiben todo tipo de gráficos, y en muchos casos se crea un abuso de estos medios de comunicación, a este problema se le llama contaminación visual.

Los problemas ocasionados son de diversa índole:

- a) Exceso de información visual.
- b) Falsa información de los propios gráficos.
- c) Tipos de letra mal seleccionados.
- d) Tamaño de letra inadecuado.
- e) Fondos de letreros sin contraste adecuado.
- f) Mala distribución de elementos.
- g) Mal aspecto de la ciudad.
- h) Distracción de automovilistas y peatones.
- i) Problemas de tipo psicológico.

Esto debe evitarse ya que no es conveniente contribuir al incremento de los problemas urbanos que imperan en nuestra ciudad.

3.6 Cultura

Corrientemente la palabra cultura se identifica con el refinamiento intelectual o artístico, entendido éste como un conjunto de saberes y conocimientos eruditos. En estos casos tener cultura o ser culto es equivalente a disponer de muchos conocimientos, mayor cultura.

Claro que esta definición se quedó muy atrás de los acontecimientos actuales, hoy cultura es lo que el pueblo cultiva; es decir, lo que realiza en su vida cotidiana, real y concreta, expresando un estilo de ser, de hacer y de pensar.

"Se puede considerar a la cultura como un producto de la interacción o comunicación entre los hombres, que comprende toda la realidad humana extra biológica, la que proporciona modelos o patrones de comportamiento y conducta, conocimientos y saberes, premios y sanciones, que son socialmente aprendidos permitiendo establecer relaciones mutuas". (1)

(1) ANDER-EGG, Eszequiel
Desarrollo de la comunidad
Editorial El Ateneo Pag. 277

4 Tesis *ambiente tipográfico urbano popular*

4.1 De lo que vamos a hablar en esta tesis *para presentar el ambiente donde se desarrolla este tipo de expresión gráfica.*

El 20% de estas expresiones se pueden encontrar en los cinturones que rodean a la Ciudad de Morelia, son colonias donde es predominante la pobreza, más refuerza la pobreza en

La tesis que a continuación se presenta, hablará de tipografía, pero no tipografía común y corriente, sino de tipografía que se da en la vía pública, no de los rótulos que se encuentran afuera de las tiendas u oficinas o de carteles pegados en las paredes, sino de los rayoneos, letreros, insignias y demás que cuando nos encontramos caminando y los vemos nos preguntamos ¿qué tipo de personas se atreven a rayar las paredes?, ¿qué no habrá alguna autoridad que los ponga en su lugar? De la tipografía urbana popular vamos a hablar, comentar, analizar y determinar a fondo sus estructuras y lineamientos.

apenas para un lado, esto no es exagerar, es su realidad económica en general, porque se

El problema a resolver es el siguiente: ¿Se puede conocer la cultura urbana popular mediante un análisis estructurado de la tipografía que se realiza en la vía urbana? La mayoría de las personas que están leyendo esto pueden decir que sí conocen a este tipo de personas y sin un análisis tipográfico, pero lo que no saben es ¿por qué lo hacen?, ¿qué tratan de demostrar?, ¿cuándo lo hacen?, ¿qué materiales usan? y aún más profundo ¿cómo son?, ¿cómo viven?, ¿qué necesidades tienen?, ¿por qué esa necesidad tan característica de comunicación?, el problema es introducirnos a su mundo, conocer su cultura.

se maneja financiando con unos dispositivos al aire demostrado del ya llamado que se vive en este momento.

También se siente que estas personas viven de manera que la alegría, el compartir y el ver las cosas desde el lado amable es cotidiano en sus vidas y esto lo reflejan en todos, los lugares y momentos en que se encuentran, ya sea en el hogar, en el mercado, en el estado de educar a sus hijos, en sus fiestas o en las paredes.

Así es, en las paredes, bardas, puertas, ventanas, en el suelo, en el carro, en cualquier parte que se presente siempre reflejarán sus sentimientos, deseos, angustias, hasta lo que venden o lo que representan.

4.2 Del ambiente tipográfico urbano popular

Antes de comenzar este análisis tipográfico, quisiera presentar el ambiente donde se desarrolla este tipo de expresión gráfica.

El 50% de estas expresiones se pueden encontrar en los cinturones que rodean a la Ciudad de Morelia, son colonias donde es predominante la pobreza, me refiero a la pobreza en este caso, a que mientras se camina por esas calles se escucha una competencia de música ranchera contra la norteña, a que se acerquen niños en poca ropa pidiendo un peso o también a tratar de caminar sin enlodarse ya que carecen la mayoría de las veces de pavimento.

Los adultos laboran en oficios que les exigen estar trabajando durante todo el día, tales como la carpintería, la construcción, la plomería, de taxistas, de lo que sea con tal de juntar apenas para un taco, esto no es exagerar, es su realidad económica sin quitarle, porque ya no se puede.

Pero también se divierten, siendo el futbol la principal atracción en niños y grandes; todos los domingos se reúne la familia para ver el partido en la televisión o acompañar al padre de familia a su tradicional juego con los amigos. A esto le sigue los bailes gruperos; la moda de este género musical influye considerablemente en los jóvenes de esta clase social, pero no se pueden quedar atrás esas fiestas familiares ya que es aquí donde la cerveza y el licor se maneja finalizando con unos disparos al aire demostrando así la felicidad que se vive en ese momento.

También se siente que estas personas viven de manera que la alegría, el compartir y el ver las cosas desde el lado amable es cotidiano en sus vidas y esto lo reflejan en todos, los lugares y momentos en que se encuentren, ya sea en el hogar, en el mercado, en el modo de educar a sus hijos, en sus fiestas o en las paredes.

Así es, en las paredes, bardas, puertas, ventanas, en el suelo, en el carro, en cualquier parte que se presente siempre reflejarán sus sentimientos, deseos, angustias, hasta lo que venden o lo que representan.

Estos son los tres grandes segmentos y sus ramificaciones que estudiamos en esta tesis.

4.3 El bueno, el malo y el feo

Pero de acuerdo al mensaje es el tipo de persona, no todos hacen lo mismo ni en el mismo lugar. Yo considero tres tipos de personas que son los responsables de la tipografía que se encuentra en la Ciudad de Morelia.

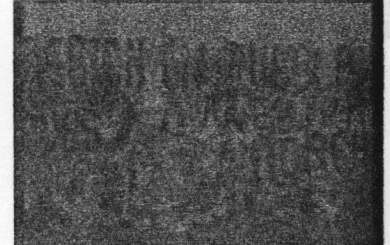
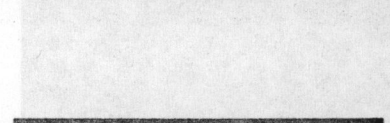
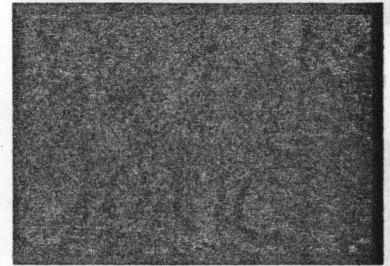
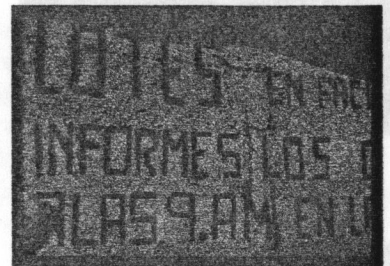
Para empezar quisiera presentar "el bueno". Esta persona tiene un oficio ya establecido con su respectivo local y considera fácil, barato y atractivo que él mismo se dedique a hacer el rótulo en la pared o en una lámina anunciando su negocio. Aquí lo importante es que se vea lo más que se pueda no importa el cómo se haga.

El otro a considerar es el "malo".

Que son los denominados "cholos", "chavos banda" o "graffiteros", quienes tratan de imitar esa vida de gánster, de tener a su banda, de ser el rebelde, y cuidado si te cruzas en la calle con uno de ellos, si los miras feo te pueden agredir de cualquier manera física o verbal. Ellos se dedican a su "graffiti" pero su calidad es baja para ser un verdadero graffiti, en realidad se llamarían "pintas", siendo muy pocas las expresiones en la ciudad del verdadero "graffiti". Estos se pueden encontrar en todas partes de la ciudad, especialmente cerca de donde los cholos viven ya que es importante marcar la zona en donde se desenvuelven. La utilización de alfabetos de difícil legibilidad es característico en ellos.

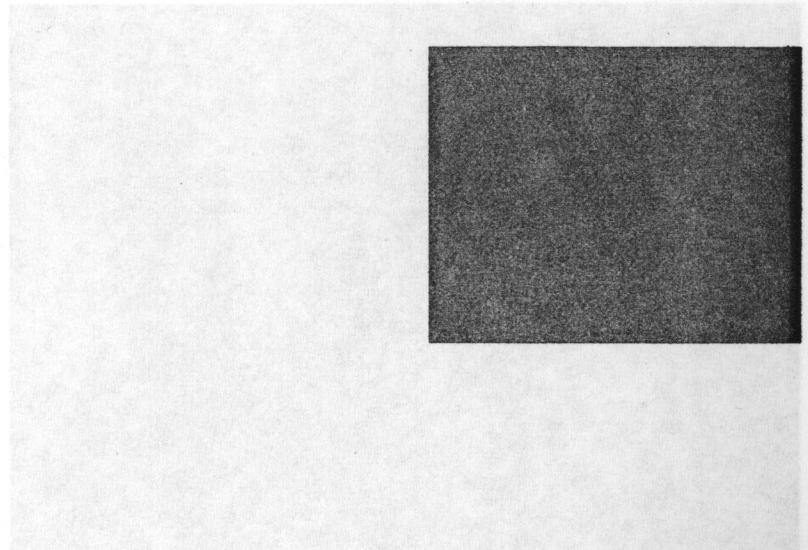
Y el último y no menos importante es "el feo", grupo que se caracteriza por no tener buenas relaciones con el gobierno, situación que manifiestan a través de escribir o plasmar sus demandas, exigencias en paredes de instituciones gubernamentales o cerca de éstas, y por supuesto que todo lo realizan de noche y con una velocidad increíble, siendo la mayoría de las veces ilegible lo que escriben.

Éstos son los tres grandes segmentos y sus ramificaciones que estudiaremos en esta tesis.



4.4 Del tipo de letra

En el 95% de los casos que analizaremos en los siguientes puntos, nos percataremos que la caligrafía es la base de todo, el tipo de letra dependerá mucho de cómo escriba la persona normalmente, se modificará gradualmente de acuerdo al material y medios con que se plasme la letra, pero los rasgos característicos de cada tipo nos ayudarán a descifrar lo que se encuentra detrás de él. El otro 5% de las letras que se ven en la vía pública utilizan estenciles ya establecidos.



Escribir sobre el cemento es un buen método para dejar nuestra marca posiblemente para toda la vida.

4.5 De rarezas y tipografía

4.5.1 La edad del cemento

Analizando su comportamiento hacia la expresión gráfica, nos daremos cuenta que las personas que laboran en un oficio tienen una imaginación muy grande al tratar de integrar algún objeto con una letra, la falta de técnica en todos los casos que se observen es evidente, pero es recompensada con las imaginables formas visuales que se obtienen.

Podemos asegurar que la edad de piedra regresó con la edad del cemento. Una de las manías que tenemos al ver cemento fresco es escribir o dibujar lo primero que tengamos en mente, el medio puede ser nuestro dedo o una simple vara. El bajo relieve puede desaparecer dependiendo de la frescura del cemento; si está muy aguado puede regresar a su estado original, pero si se está endureciendo, tallando podremos plasmar cualquier cosa. Se puede decir que este tipo de escritura no se da únicamente en las zonas marginadas de la ciudad sino en todos lados y con todo tipo de personas.

Lo que importa en este caso es dejar nuestra marca para toda la vida. El ser humano está en constante preocupación por la inmortalidad, por trascender en el tiempo, y esto es una manifestación de ese sentimiento humano.

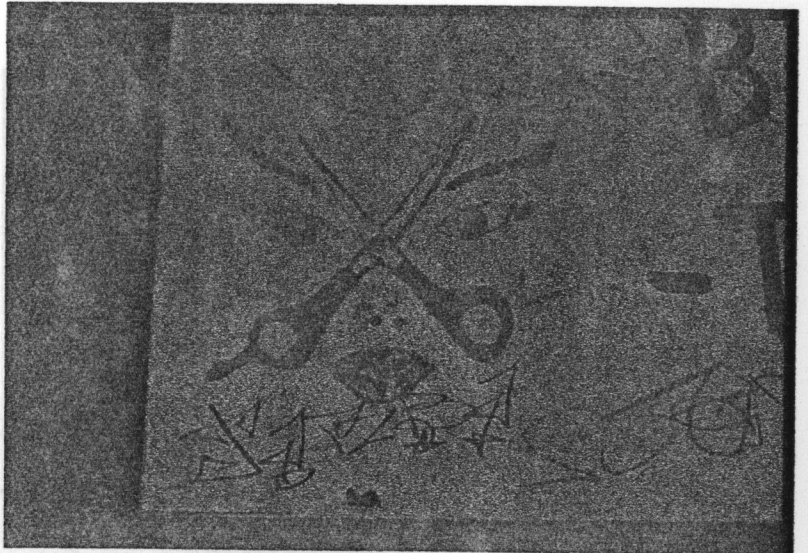


Escribir sobre el cemento es un buen método para dejar nuestra marca posiblemente para toda la vida.

4.5.2 Letras y objetos

En la mayoría de las inscripciones que se realizan en la calle, encontraremos nombres y
Analizando su comportamiento hacia la expresión gráfica, nos daremos cuenta que las
personas que laboran en un oficio tienen una imaginación muy grande al tratar de integrar
algún objeto con una letra, la falta de técnica en todos los casos que se observen es evidente,
pero es recompensada con las inimitables formas visuales que se obtienen.

Este fenómeno de escribir el nombre o seudónimo en todas partes es una característica
principal de los grafos urbanos.



La "X" sobre la cara en forma de tijeras, nos lleva hacia lo
subjetivo de un oficio tan común como una estética.

¿Cuántas veces escribió por su nombre?

4.5.3 Nombres y sobrenombres

En la mayoría de las inscripciones que se realizan en la calle, encontraremos nombres y sobrenombres al por mayor. Este fenómeno de escribir nuestro nombre y dejarlo para que otros lo lean me lleva a suponer que el sentirnos parte de la gran masa demográfica que se observa en las ciudades, nos orilla a tratar de sobresalir entre los demás, de ser escuchados, de no ser olvidados entre la multitud.

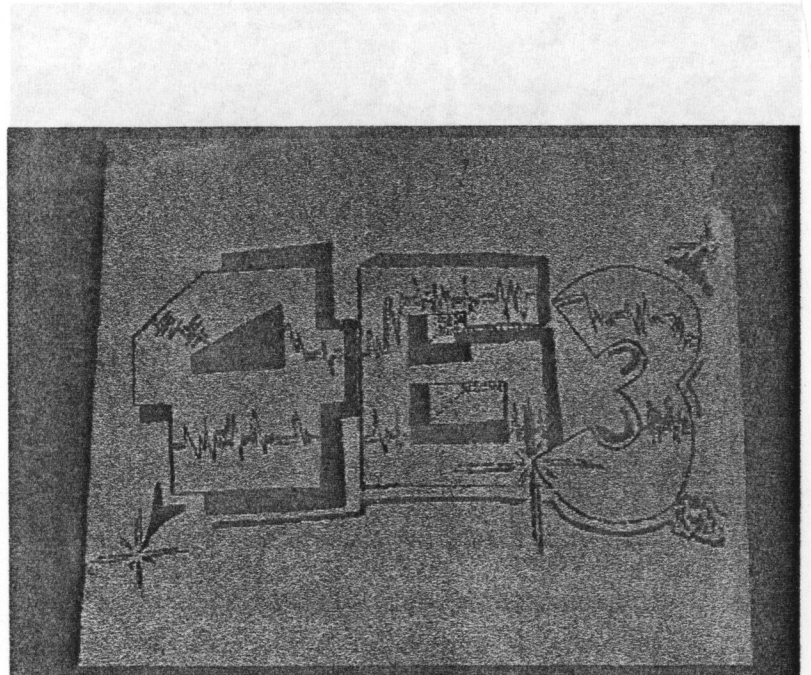
Este fenómeno de escribir el nombre o seudónimo en todos lados es una característica principal de los chavos banda.



Este tipo de números nos indica una casa muy "abandonada".
¿Cuántas veces escribió Fer su nombre?

4.5.4 Hablando de números

Los números los encontraremos en un gran porcentaje en las afueras de la casa, a un lado de la puerta, claro está que indicando el número de lote que tiene esa casa, pero lo más curioso es que, en esta clase social se puede considerar esto como la presentación de la familia al visitante y con toda la intención se disponen a crear los números más característicos que ellos consideren mejor. Por ejemplo, el concepto del volumen, de la sombra, del relleno y lo más común, de ornamentaciones hacia los números, ellos lo entienden aplicándolo de una forma poco usual. La falta de equilibrio visual y de cuerpos es evidente, pero la creación de nuevos tipos con los números es una pauta a seguir.



Este tipo de números nos indica una casa muy "electrónica".

4.5.5 Los esténciles

Los esténciles son usados frecuentemente para la señalización de calles y con la combinación de spray aerosol y una lámina previamente pintada y recortada es suficiente para darle a conocer a una persona en dónde se encuentra. El concepto de tener algo presentable en lo visual nos indica cierta responsabilidad que es superada casi siempre por la flojera como cuando se recurre a la caligrafía común y corriente.

Se encuentran a un lado de su negocio, obteniendo de la imaginación tipográfica las más inconcebibles ya que no conoce las normas, la anatomía y estructura de la letra, su único objetivo es el que se vea "bonito" o ya de menos "que se vea".

La mayoría de días cambíandolos y con las botellas de pintura es demasiado y especialmente por el pequeño relativo libre, esto gracias a orden alguno nos



Los esténciles son poco usados en esta clase social.

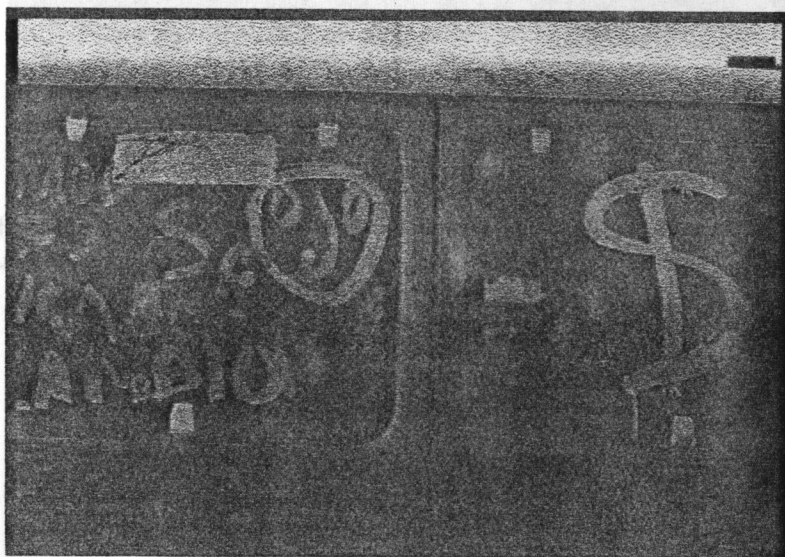
Cuando se va a usar una pared para ver algo lo primero que hay que hacer es ocuparla por completo, esta es la mentalidad que se sigue por consiguiente el tamaño de las letras deben ser de un porcentaje de gran tamaño. En la mayoría de las cosas se tiene el cuidado de prevenir el efecto del fondo blanco y se pinta de blanco a algún otro color claro para después dejar a la letra en un color de más contraste visual; claro está que si no sucede nada de esto se procede a pintar sobre el ladrillo o el cemento usando los colores de manera equivocada.

4.6 El bueno y su tipografía

"El bueno", la persona que se dedica a tratar de sobrevivir, vendiendo, comprando, ofreciendo, dando sus servicios o cambiando todo lo que se presente ante él, lo que busca es mostrar al público alguna novedad que le pueda atraer.

Uno de los recursos que más utiliza es darse a conocer mediante los letreros o anuncios que se encuentran a un lado de su negocio, obteniendo de la imaginación tipográfica formas inconcebibles ya que no conoce las normas, la anatomía y estructura de la letra, su único objetivo es el que se vea "bonito" o ya de menos "que se vea".

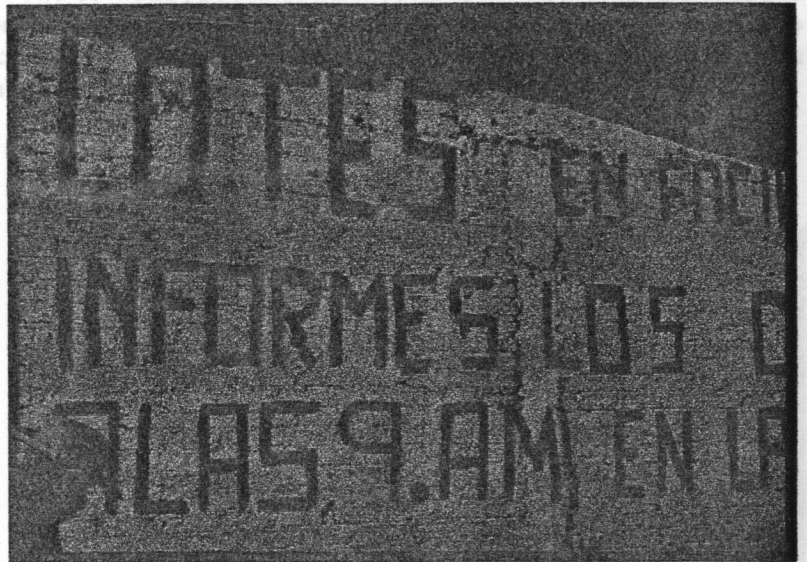
Lo más visto y clásico en este segmento son los anuncios en los automóviles vendiendolos o cambiandolos y con el particular signo del peso. La forma cómo se manifiesta es a través de las botellas de pinturas para zapatos; como sabemos, la parte con la que se aplica esta pintura es demasiado ancha a fin de cubrir perfectamente el calzado, pero para la escritura y especialmente para la caligrafía es demasiado burda, y se tiene que adecuar a un formato pequeño relativamente (la ventana del automóvil), el trazo es generalmente muy suave y libre, esto gracias a la superficie del vidrio y por la pintura. La mezcla de altas y bajas sin orden alguno nos demuestra parte de la personalidad del que vende el carro.



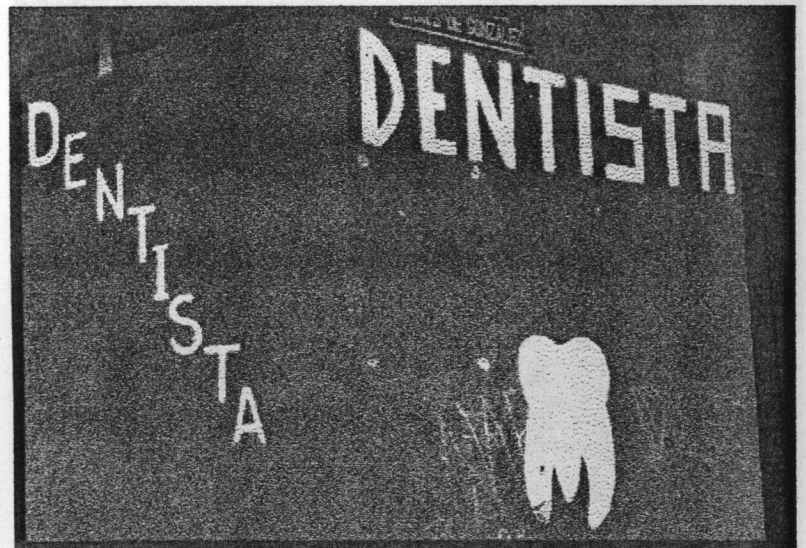
Cuando se va a usar una pared para vender algo, lo primero que hay que hacer es ocuparla por completo, esa es la mentalidad a seguir y por consiguiente el tamaño de las letras deben ser de un puntaje de gran tamaño. En la mayoría de los casos se tiene el cuidado de prevenir el efecto del fondo sobre la forma y se pinta de blanco a algún otro color claro para después dejar a la letra de un color de más contraste visual; claro está que si no sucede nada de esto se procede a pintar sobre el ladrillo o el cemento usando los colores de manera equivocada.

Pero lo más curioso de este caso es el uso de la retícula que inconscientemente se ayuda con las líneas de los ladrillos para formar el texto que se necesite. Esto también ayuda a que se forme un tipo de letra de cuerpo cuadrado y rígido siendo de un grosor que dependerá del ancho de la brocha, ya que utilizan para estos casos pintura, generalmente de base en agua, por lo económico y el lugar donde se encuentran estas paredes es por lo general cerca de donde se da un gran tránsito de personas. Las personas que laboran en un oficio, tienen bien conocido el concepto de estructurar geoméricamente a las letras y éste es un buen ejemplo, claro sin tomar en cuenta la falta de técnica apropiada.

En la mayoría de los casos de este segmento, se utiliza un tipo de letra sin patines o redonda, ¿por qué?, la razón es muy sencilla, podemos decir que es la que más les atrae visualmente, o porque es la que está de moda y podemos dar muchos ejemplos, pero la verdad es que carecen de los conceptos básicos de diseño gráfico, también se debe considerar que al diseñar se debe tener en cuenta el contexto y el objetivo.



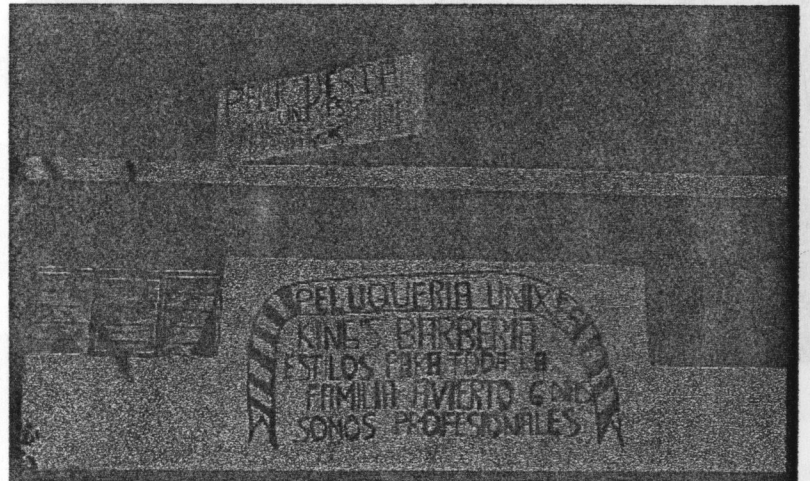
El juego con el texto es muy importante en los anuncios que he estudiado este tiempo y me he dado cuenta que a las personas les gusta esta disposición del texto y por lo tanto lo usan frecuentemente.



Las personas ya están identificadas con ciertos elementos gráficos los cuales ayudan a los que tienen sus oficios ya establecidos; en este caso podemos observar cómo la síntesis de un simple diente acompañado de la palabra dentista puede llegar a ser un logotipo muy rudimentario que identifique a este profesional y su negocio.

Como todos sabemos, la mayoría de las personas que viven en esta situación económica carece de estudios y por lo mismo las faltas de ortografía están a la orden del día, en este caso en particular podemos ver la palabra "avierto" o si se trata de ser bilingües también podemos observar la palabra "unixes".

En la mayoría de los casos de este segmento, se utiliza un tipo de letra sin patines o recta, ¿por qué?, la razón es muy sencilla, podemos decir que es la que más les atrae visualmente, o porque es la que está de moda y podemos dar muchas opciones, pero la verdad es que carecen de los conocimientos necesarios para hacer del tipo con patines o escritas, esto también se debe a que cuando van a rotular raramente trazan a lápiz y lo hacen como ellos dirían "al aventón", es por esto que utilizan letras lineales.



En la mayoría de las ocasiones, utilizan tipos escritas o de fantasía lo que las vuelve ilegibles y las transforma así en marcas que solamente sirven para anunciar "esto que maestro lo difícil entrar en su mundo". También representan a los personajes o seudónimos que crean.

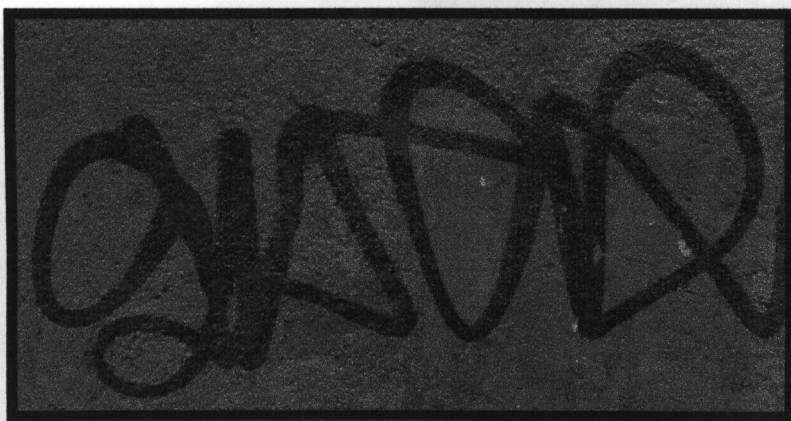


4.7 El malo con su tipografía

Los jóvenes que conforman este segmento utilizan como medio de expresión el spray aerosol sobre una pared, preferentemente cerca de donde viven; pero aun así podemos ver marcas del "Soul Toxic" -que es una banda de jóvenes- por toda la ciudad, esto es parte de la personalidad de ellos que demostraría cierta superioridad entre sus compañeros.



En la mayoría de las ocasiones, utilizan tipos escritas o de fantasía lo que las vuelve ilegibles y las transforma así en marcas que solamente ellos pueden entender -esto nos muestra lo difícil entrar en su mundo-. También representan el grupo a que pertenecen o seudónimos que los identifican con su clase social, con la finalidad de tener más bardas a su cuenta.

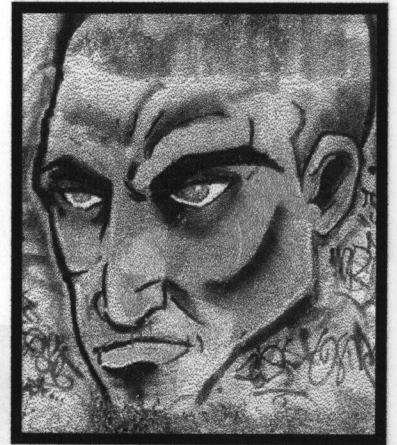


Lo más característico de los jóvenes de este segmento son los dibujos, la mayoría sabe dibujar, pero ¿qué dibujan?; muy sencillo, siempre dibujarán imágenes de imitación, de lo que desean, hasta de ellos mismos con una imagen que en su sociedad es de respeto, podemos observar carros muy sofisticados, mujeres muy bellas, cholos, armas.

La influencia de la cultura chicana siempre estará presente en aquellos autos lujosos, las vestimentas de los cholos y las armas siempre estarán ahí, y en su persona lo demuestran, aunque una imitación poco creíble pero está. Y una forma de demostrarlo en la pared es la clásica frase de "Pura Raza" o "Vato Loco".

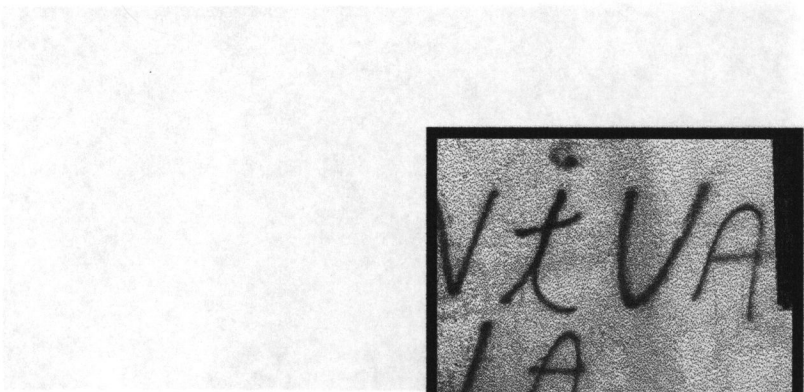
La atracción por las letras góticas es un factor muy importante, este tipo de letras identificará a cierto nicho de jóvenes que sienten afecto especial por lo latino.

Mi Vida Loca

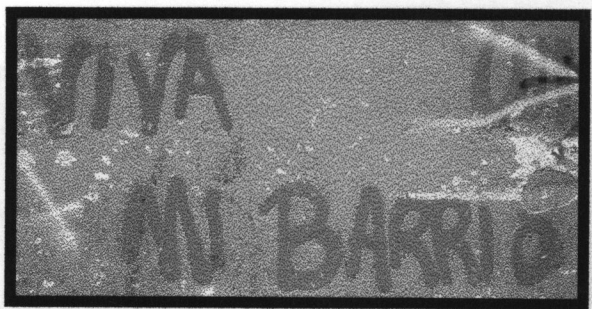
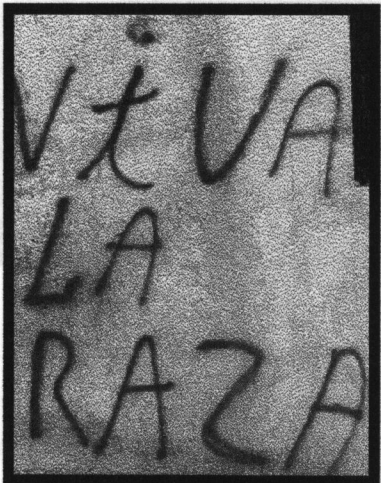


¿Qué es lo que dicen esos rótulos que vemos en cada esquina? Expresan el orgullo que sienten por su colonia y su gente, así como los seudónimos que adoptan. Los mensajes que quieren transmitir son, por ejemplo: ¡Viva mi Barrio!, ¡Viva la Raza!, así como también hacen referencias religiosas, principalmente sobre la Virgen de Guadalupe.

Vienen en todos los tipos de letras imaginables, aunque por supuesto, con el estilo propio de los chavos que a primera impresión es ilegible, llevando consigo trazos descuidados y a la vez tan significativos de una sociedad.



up fre... de... se... to... el... do... por los drogas y
up... de... se... to... el... do... por los drogas y



Las palabras siempre tendrán una gran actividad en cuanto a movimiento visual, esto nos permite pensar en la acción que tienen sus vidas y sobre todo lo que no se ve en los otros dos segmentos, es el que no le tienen miedo a jugar con el cuerpo de las letras, demostrándonos una característica más de la juventud de este medio social.

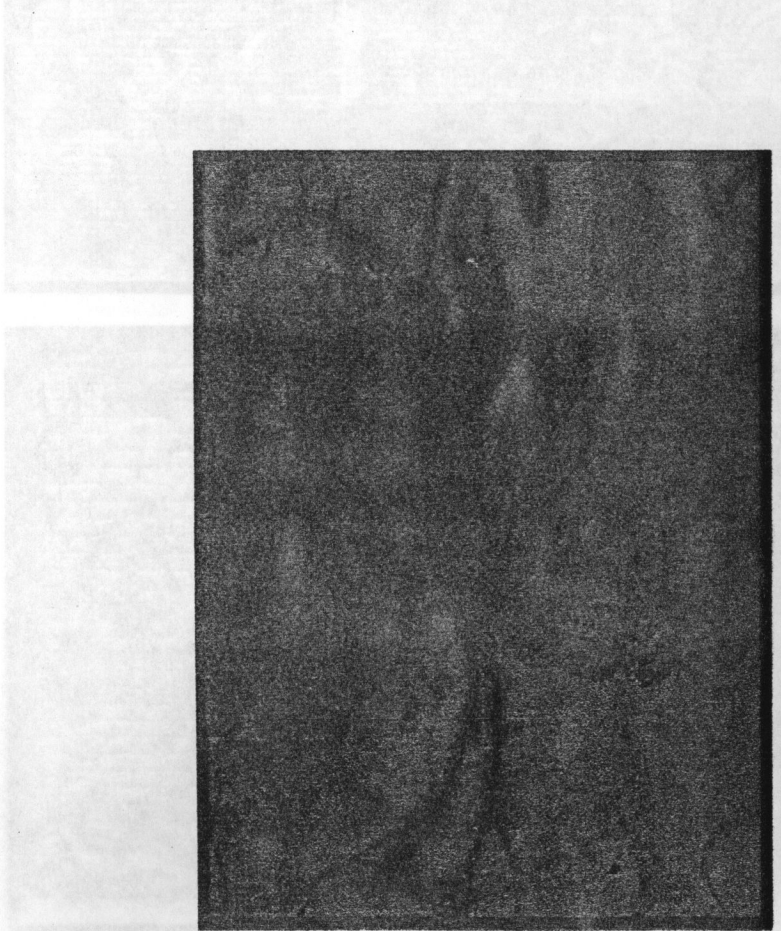
Podemos hablar de otra actividad como el "graffiti", expresión artística urbana de alto nivel en la que de manera organizada los grupos de jóvenes se manifiestan para demostrar sus habilidades, def...

El graffiti como expresiones brillantes, expres...

Permitámonos en esta actividad con seguros de sí mis...



Lo triste de este segmento es su afecto por las drogas y el alcohol; apareciendo siempre una mata de marihuana, si no es gráficamente, se encontrará por escrito en una esquina.



4.7.1 El Graffiti

Podemos hablar de otra actividad como el "graffiti", expresión artística urbana de alto nivel en la que de manera organizada los grupos de jóvenes se manifiestan para demostrar sus habilidades, defectos y virtudes ante la sociedad. La mayoría de las veces piden permiso a sus vecinos para poder hacer un "graffiti", pero como les es negado han optado por hacerlo de manera clandestina.

El graffiti como arte urbano; con sus formas distorsionadas de la realidad y sus colores brillantes, expresa todo lo contrario a lo que la sociedad en general opina.

Permitámonos entrar a sus problemas ya que no somos ajenos a ellos, admiremos y apoyemos esta actividad cultural que puede alejarlos de malos hábitos haciendo de ellos hombres seguros de sí mismos.



4.7.2 La Virgen de Guadalupe

La Virgen de Guadalupe es un símbolo religioso altamente importante y significativo para los jóvenes, resultado de un legado cultural de generación a generación por varios siglos. Lo utilizan en los tatuajes, textiles, "graffitis", medallas, etcétera.

Este "graffiti" de la Virgen de Guadalupe hecho con aerosol y aerógrafo da una muestra clara y veraz de los colores brillantes y llenos de vida que se manejan en este ambiente.



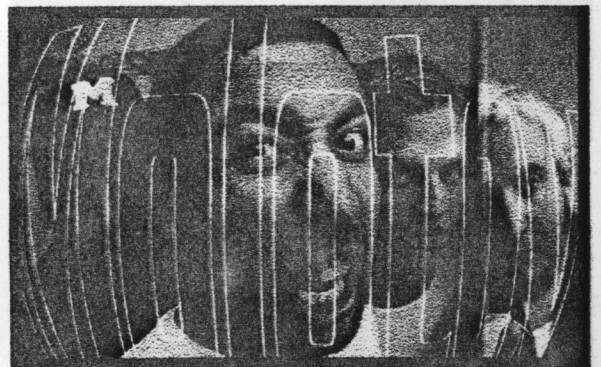
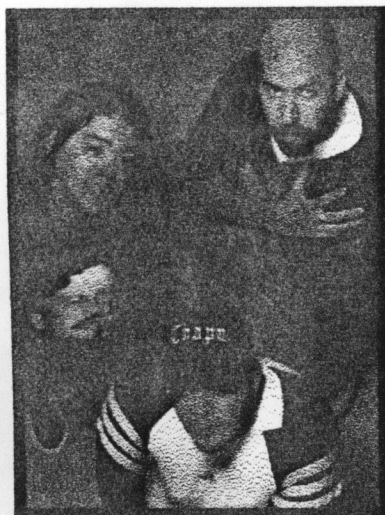
4.7.3 Las influencias

El medio musical es también parte de esta influencia tan grande que existe entre los jóvenes y podemos hablar de grupos de Rock, Hip-Hop, Rap o Dance Music, de donde ellos toman conceptos para después filtrarlos a su estilo visual.

Grupos como Control Machete, Molotov, Plastilina Mosh, Cypress Hill y Beastie Boys son los más importantes entre otros; las portadas de los discos, la letra de las canciones, su comportamiento hacia el público son inmediatamente dirigidos por en los jóvenes, quienes adoptan todo esto sobresale la forma de vestir que se refleja en los pantalones flojos y holgados con exageración, de camisetas de equipos de basket-ball o de football, sin faltar las gorras o mallas sobre el cabello cortado casi a rapa.

La influencia latina y la cultura de personas de color ha sido fusionada presentando sus propias características en su forma de vestir, lo que ha ocasionado que ya no sean puramente cholos, sólo llevan ese distintivo porque a través de los años se ha hecho costumbre y porque un cholo es ese muchacho conflictivo de la sociedad.

Entre el tipo de películas que más influyen en ellos, se pueden mencionar las que se desarrollan en la cárcel, donde las mafias son el móvil de la trama, especialmente cuando se trata de grupos de cholos contra los de raza negra o de "gringos", siendo una de las más representativas "Blood in, blood out" donde se muestra el origen del grupo de los "Vatos Locos" y "La Onda".



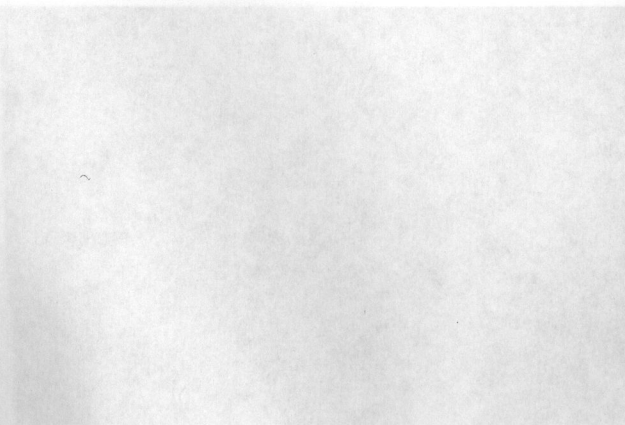
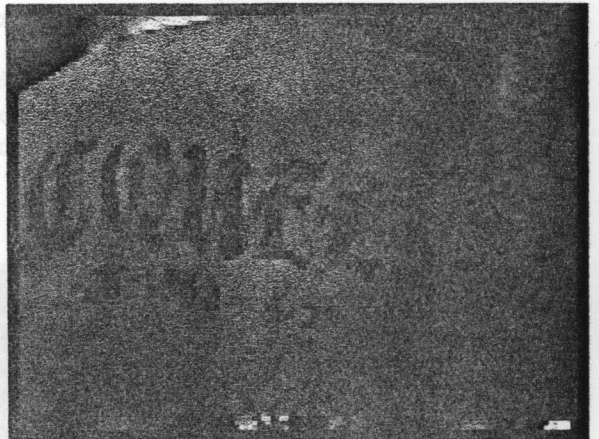
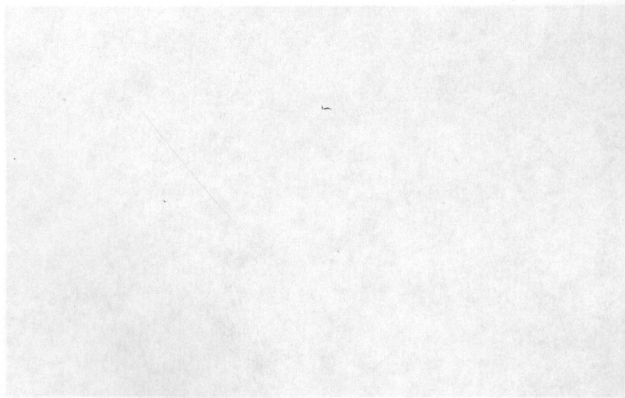
4.7.4 Los tatuajes *lipografía*

La cultura del "tattoo" está muy ligada a ellos ya que en el tatuaje demuestran experiencias obtenidas, el grupo social al que pertenecen, lo que quieren demostrar, amores juveniles, corazones, imágenes religiosas, nombres escritos con el tipo de letra "gótica", mujeres hermosas o la cultura del cholo.

El tatuaje es más importante de lo que creemos, porque si pensamos que el "tattoo" ha existido desde épocas remotas y en todas las culturas y lo que representan para ellos, pongámonos en la posición de estos jóvenes que buscan una identidad, un sitio en la sociedad y en donde el más fuerte es el que sobrevive; con un tatuaje es como si tuvieran el poder, y más aún si lo pueden demostrar pintando paredes, es por eso que hay que darles ese poder y enseñarles a utilizarlo.

La lipografía muestra un tipo de rapidez en el momento que fue escrito, esto nos demuestra que ellos saben lo que quieren de su vida.

La mancha pueden ser la solución gráfica para poderlas realizar, además de políticas si las expresan en una mancha.



4.8 El feo y su tipografía y rótulos estropeados

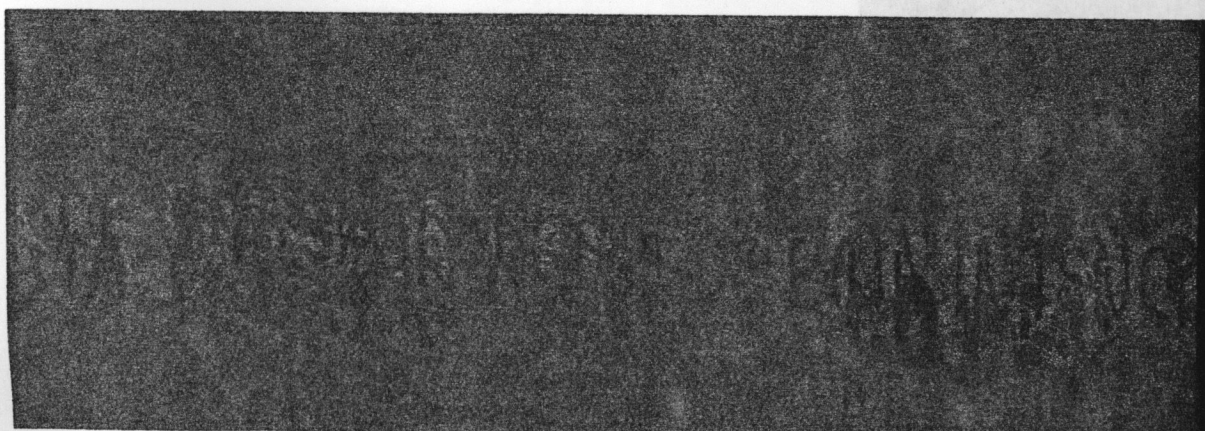
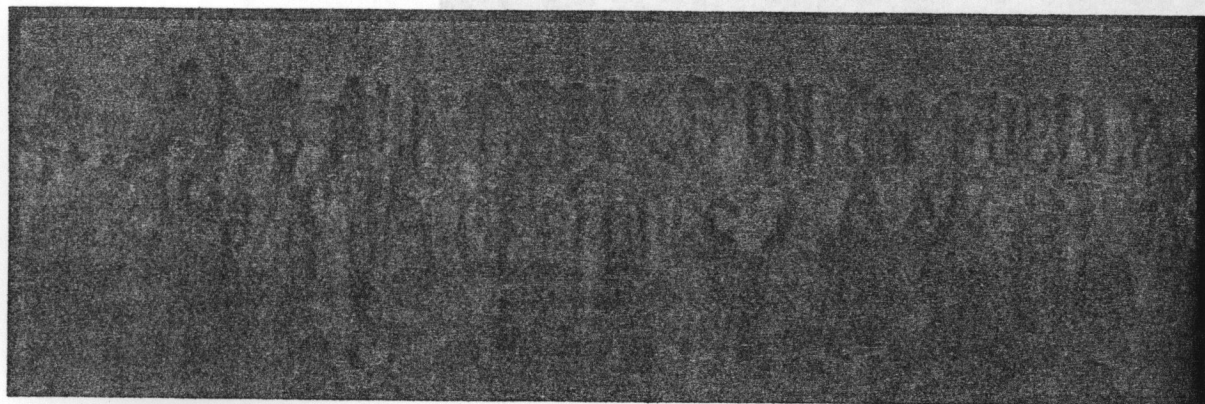


Para poder expresarse necesita de una brocha y una cubeta con pintura, spray o, lo más reciente que se esta utilizando para que sus demandas no sean removidas, chapopote caliente.

Se puede decir que son los que afectan más el aspecto de la Ciudad de Morelia, el bajo nivel de educación y de responsabilidad se refleja en sus exigencias y eso que son profesionales o estudiantes opositores al gobierno o a alguna institución. Escogen lugares cerca de estas instituciones y en Morelia éstas se encuentran en el Centro Histórico de la ciudad.

La tipografía muestran rasgos de rapidez en el momento que fue escrito, esto nos demuestra que ellos saben lo clandestino de su actividad de pintar paredes.

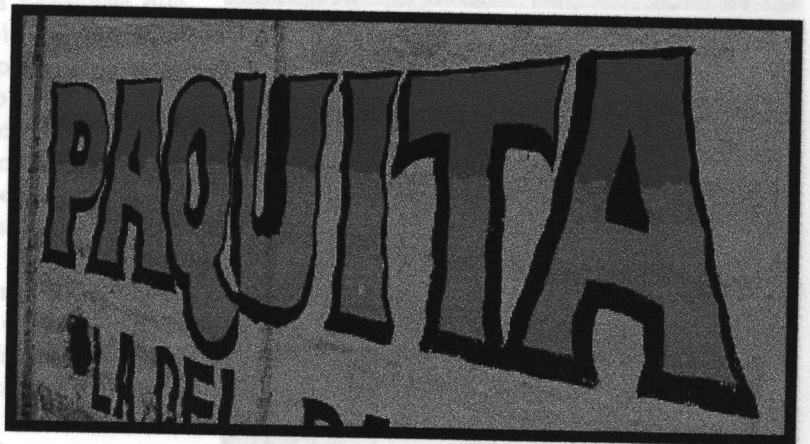
La mantas pueden ser la solución gráfica a sus demandas, y no se necesita de gran técnica para poderlas realizar, además de que más gente se puede enterar de sus situaciones políticas si las expresan en una manta a que si están en una pared sin movimiento.



4.9 Los medios impresos y rótulos establecidos

La tipografía urbana popular se refleja fielmente y de una manera sintetizada en lo que corresponde a su colorido, sus tipos de letras, su acomodo en el formato y sus temas en los medios impresos de ciertas características y en los rótulos que anuncian eventos deportivos o de diversión dirigidos a la clase social urbana popular.

Para comenzar este análisis, quisiera recordar que uno de las principales diversiones de este grupo social son los bailes gruperos, y los empresarios de estos eventos han creado todo un mundo de elementos gráficos con base en esta cultura, de la que toman los colores tan característicos (muy brillantes), ocupando toda una barda para su reproducción.



En los medios impresos como los carteles, existe más libertad en cuanto a la aplicación de la tipografía, siendo tanta ésta que parecen catálogos de tipografía, esto representa un gran atractivo para las personas a quienes va dirigido. Los colores son explotados al máximo pero sin ninguna armonía visual y la legibilidad gráfica del mensaje se basa en el artista principal del evento.

Este reflejo nos puede ayudar más a nosotros como diseñadores a comprender esta cultura.



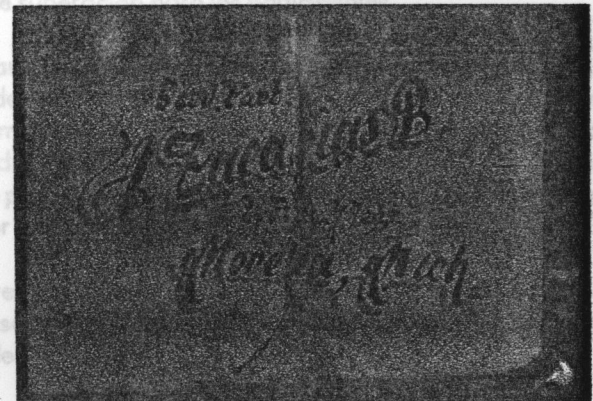
4.10 ¿Cómo resolver estos problemas?

Con los jóvenes, podemos decir que al crear más centros deportivos y más centros de capacitación, apoyarlos más en su educación, introducirnos de una manera más profunda en sus actividades, podremos alejarlos de los vicios que los invaden constantemente, y esto se reflejará en menos paredes pintadas, menos vandalismo y más colaboración con la sociedad.

Ahora, para las personas que demandan solución a sus problemas en las paredes cerca del Centro Histórico de la ciudad, existe un Centro de Enlace con el pueblo por parte del Gobierno del Estado pero tiene poca difusión entre el público, ese puede ser un buen comienzo, ahora también pueden apoyarse en sus líderes sindicales, medios de comunicación como radio, periódico o televisión pero no en las paredes de esta ciudad tan reconocida internacionalmente.

Si tratamos de resolver el problema visual de las personas que venden, compran o cambian cualquier cosa, estaríamos perdiendo el tiempo tristemente. Para empezar, el nivel socioeconómico de este grupo social tendría que subir considerablemente para poder contratar rotulistas profesionales y eso no es posible en este momento.

La drogadicción es un tema que se resuelve trabajando este tema que viene de una tipografía urbana popular, se conside



1.- La creación de un alfabeto con base en los signos, aunque se trata una aplicación muy limitada en cuanto a proyección social, ya que los alfabetos que ellos manejan son de un sentido muy personal y sólo ellos pueden entenderlos. En cuanto a técnica tipográfica se mantiene un trazo inteligente que en el mayor de

4.11 ¿POR QUE UN CONGRESO?

Después de haber retomado los conceptos de tipografía analizándolos desde un punto de vista técnico y por otro lado el de la sociedad urbana nos podemos dar una idea de lo distinto de estos dos mundos.

En el medio urbano, detecto esa frescura de no estar atado a líneas de diseño, así como la creatividad de formas, colores y conceptos sobre la vida de las calles.

El graffiti es un medio de expresión tan fuerte que puede mover masas para fines que pueden beneficiar o afectar a la sociedad en general

En este momento esa libertad de expresión se ha tornado un gran problema para la sociedad de la Ciudad de Morelia gracias a las pintas que son una versión del graffiti de mala calidad que solamente afecta a la sociedad de una manera considerable en lugares como bardas, casas-habitación, edificios públicos, etcétera.

Los responsables de estas pintas son en su mayoría los jóvenes que viven en el medio urbano popular, teniendo un nivel socioeconómico bajo denominados por la sociedad "cholos" o chavos banda.

Mi propuesta, que no ha de resolver de inmediato el problema de las pintas, pero si podrá acercarnos de una manera eficaz ante ellos para conocer sus necesidades y sus problemas que los llevan a realizar estas acciones, es el de realizar un congreso intercolonias con el tema de la drogadicción.

Porque este congreso nos permitirá un mayor contacto con este segmento de la población y nos demostrará cómo aplicar la tipografía que ellos manejan de una forma veraz e inteligente con la que puedan identificarse plenamente así, nosotros como sociedad, instituto o gobierno podremos contribuir con su educación y formación.

De esta forma un congreso puede ser calificado como un fenómeno de interés que conlleva a una apertura de comunicación y de superación para los participantes.

Este congreso, como ya lo mencionamos, va dirigido a los chavos que se dedican a rayar, pintar, maltratar, deteriorar las paredes o bardas de cualquier propiedad privada o pública de esta ciudad y nuestro objetivo primordial es entablar un contacto y crearles un interés a ellos como parte de una comunidad. No es nuestro objetivo resolver el problema de las bardas o paredes, pero este contacto puede ser un paso para conocerlos mejor, entenderlos y sobre todo darnos cuenta de el por qué de sus reacciones.

La drogadicción es un tema que se relaciona completamente con ellos, por eso se decidió trabajar este tema que viene de una selección de varias posibles aplicaciones gráficas de la tipografía urbana popular, se consideraron:

1.- La creación de un alfabeto con base en los suyos, aunque se trata una aplicación muy limitada en cuanto a proyección social, ya que los alfabetos que ellos manejan son de un sentido muy personal y sólo ellos pueden entenderlos. En cuanto a técnica tipográfica se mantiene un trazo inteligente que en el mayor de

los casos cumple con todas las normas ya establecidas. Hacer un alfabeto en apoyo al congreso es lo más conveniente.

2.-Una campaña política, que no es de interés, principalmente porque el 80% de estos jóvenes son menores de edad y están más ocupados en pasar el rato jugando, conviviendo o simplemente rayando alguna pared.

3.-Aplicación de la mercadotecnia publicitaria, vender un producto a este segmento de la población, puede ser una buena aplicación gráfica, pero nuestro objetivo primordial es dejarles algo de orientación, educación, información para que puedan involucrarse con su comunidad.

4.-Se pensaron por separado una campaña de salud, otra deportiva y una jornada cultural, pero se decidió unirlos para lograr un interés mayor en un solo tema, así de esta manera "atacamos" a estos chavos por tres diferentes frentes lo cual les dejaría mucha información, libertad de expresión y sobre todo diversión.

El tema de la drogadicción también se discutió entre varios otros como educación sexual, violencia, superación personal, alcoholismo, mejoramiento de la comunidad, talleres de oficios, pero se pensó que el problema de la drogadicción es la base de todo y se involucra en todos estos temas que son de interés de los jóvenes.

De esta manera un congreso que maneje salud, deporte y cultura dentro del tema de la drogadicción es la mejor opción que se tuvo para la aplicación gráfica de esta tipografía. Los campos de la salud, el deporte y la cultura tendrán sus divisiones a discusión, por ejemplo:

a) En la salud podemos tener conferencias al aire libre, pláticas en la calle, información y orientación personal, presentación de las drogas y sus efectos, alguna personalidad pública que haya tenido contacto con drogas y su superación.

b) En el campo del deporte podemos crear un torneo de football o basquetball, una carrera atlética por las colonias con mensajes antidrogas, actividades infantiles y juveniles, convivencia familiar.

c) En lo cultural podemos hablar de un concurso de grafitti con el tema de las drogas, obras de teatro en la calle, películas que manejen el tema de la drogadicción y un concierto de rock con algún performance antidrogas.

El congreso se realizará en la calle ya que es el lugar donde ellos se desenvuelven. No se necesitan grandes instalaciones, si acaso algún salón pequeño para la exhibición de filmaciones, las instalaciones deportivas se encontrarán fácilmente ya que al menos hay una cancha de fútbol o de basquetball en cada colonia, la calle será el centro de reunión en sus mismas colonias siendo gratuito.

Grandes conferencistas no son necesarios, ya que el congreso está diseñado para que ellos y sus familias sean los protagonistas pero no podemos dejar atrás a un equipo de organizadores jóvenes entusiastas que desde su vestimenta tiene que de acuerdo, por ejemplo: el pantalón de mezclilla, camisa impresa con la imagen del congreso y una gorra sería lo más adecuado para mantener esa confianza con los participantes.

El congreso también tiene la cualidad de ser una campaña contra las drogas, es por eso que no puede ser de tres días sino de una semana como mínimo. El plan de trabajo que se sugiere es que se tengan actividades cada 2 ó 3 días en las tardes, ya que ellos trabajan como albañiles, obreros, mecánicos o estudian y después de las 5 de la tarde sería razonable y sobre todo aprovechar los domingos para actividades deportivas y familiares. El congreso tendría lugar en julio por las vacaciones de verano y por la disponibilidad de horario para los jóvenes que estudian, empezando el día sábado 18 y terminando el domingo 26 contando con un total de 9 días de actividades.

En cuanto a la publicidad para el Congreso, se ha planeado utilizar el medio visual y auditivo (radio y autos con bocinas) para anunciar las actividades en la colonia donde se realizaría el evento. También se pegarán carteles promocionales en las calles de las colonias populares con un mes de anticipación, junto con la repartición de volantes con la información de horarios y lugares, así como las formas de inscripción a los eventos deportivos aclarando que todo esto será gratuito y que habrá premios. Sin olvidar la publicidad en las bardas; ya que son su medio de comunicación más fuerte.

Originalmente se había pensado en repartir trípticos a selección a color con la información de todas las colonias; podría crear confusión y ser más caro que un volante a una tinta a media carta con información específica de cada área.

La imagen corporativa abarcará carteles, volantes, gafetes, textiles, botones, carpeta de trabajo y escenarios móviles para que pueda haber 2 ó 3 actividades al mismo tiempo en diferentes colonias.

Opciones de slogans:
Este congreso puede estar financiado por el Gobierno del Estado de Michoacán, el H. Ayuntamiento de Morelia, instituciones no gubernamentales o también por patrocinadores comerciales o con aportaciones particulares.

Este congreso puede desarrollarse cada año invitando a los jóvenes a participar, incrementando el número de participantes, tomando nuevos temas de discusión ya sean la violencia o superación personal, etc., pero el nombre del evento siempre será Encuentro de Vatos Locos.

No se pretende que sea un congreso que incomode con tantos lujos a los chavos banda, deberá ser un congreso popular para las mismas masas y en especial para estos jóvenes que solamente necesitan ver organización, amabilidad, comprensión y sobre todo mucha diversión.

Fomentemos la educación en los jóvenes que serán el futuro de México.

4.11.1 El Cartel Promocional



Antes de diseñar el cartel se procedió a la creación de un slogan que sería el punto de partida del diseño corporativo del congreso.

Opciones de slogans:

- a.- Drogas, peligro latente.
- b.- Vida nueva sin drogas.
- c.- Vive sin drogas.
- d.- Un futuro sin drogas.
- e.- Sin drogas, sin problemas.
- f.- Un encuentro sin drogas.
- g.- ¡¡VIVE!! pero sin drogas.
- h.- Drogadicción, mortal relación.
- i.- Di no a las drogas.
- j.- Sonríe sin drogas.
- k.- Si te drogas, te hundes.
- l.- Alucinando con la realidad.
- m.- Alucine real.
- n.- Alucine sin límites.
- o.- Drógate de vida.
- p.- Vive limpiamente.
- q.- Todos contra las drogas.
- r.- Alucine sin drogas.

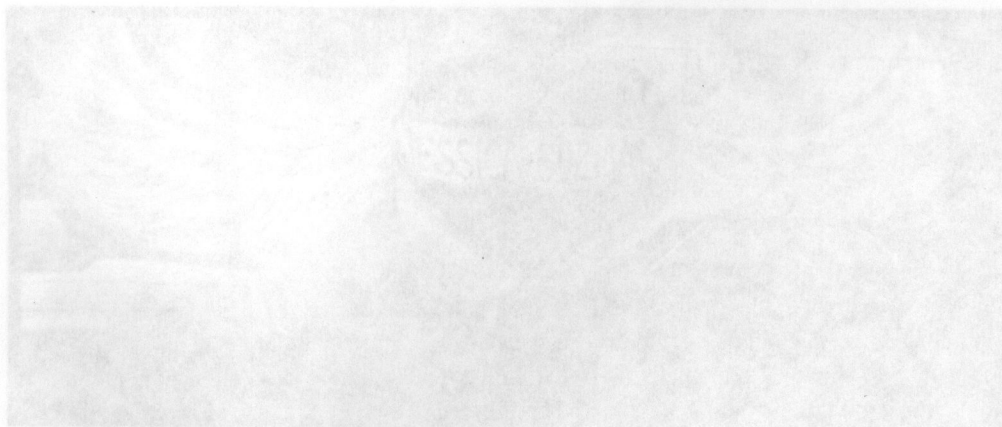
Ya que la imagen está en Los... slogan: "Alucine sin Drogas", podemos... un mensaje positivo... a la juventud... un cartel... un corazón que representa... la vida como elemento vital del cuerpo humano... el seguir de... mismo... podemos ver un par de alas que listas para volar representan el alma... plena de alucine y libertad por no estar... con el fuego de la... juventud... con la llama de la fuerza... de nuestro ser en... de la vida. Esto es el alucine que da la vida y no el de las drogas representado... desde un punto de vista de un joven banda.

De todos ellos el más conveniente para este congreso por su sencillez y dinamismo en un impacto de memorización y atracción es el slogan letra "R" que dice: "Alucine sin Drogas", siendo un slogan directo, con un juego de palabras muy simple y que a la vez evoca a una diversión sana, sin vicios y sin límites con la vida misma, exortándonos a que la disfrutemos al máximo. ya establecidos con esas colores entre la multitud.

También la selección del nombre del congreso tuvo que ser trabajado en conjunto para elegir el adecuado: en todas sus preferencias y necesidades. Como un ejemplo claro de la influencia del cartel están estas dos imágenes.

- a.- Ter Encuentro de Colonias Populares.
- b.- Ter Encuentro Popular.
- c.- Colonias Populares Unidas.
- d.- Congreso Popular Urbano - Morelia '98.
- e.- Ter Encuentro Popular Morelia '98.
- f.- Ter Encuentro de Colonias y Barrios.
- g.- Ter Congreso de la Juventud Urbana Morelia '98.
- h.- Ter Encuentro Popular Juvenil.
- i.- Ter Encuentro de Bandas.
- j.- Ter Encuentro Machín.
- k.- Encuentro de Razas Populares.
- l.- Unidos en la Vida Loca.
- m.- Encuentro de Vatos Locos.

Considerando que el nombre de un congreso debe ser conciso y lógico para poder demostrar de lo que se va tratar, discutir y proponer, se decidió por la opción "M" que nos habla de un encuentro, un acercamiento, de una convivencia de necesidades comunes de los chavos banda, de una clase social, de una identidad con su familia y amigos. Pero sobre todo en un ambiente juvenil, de los mismos problemas, de las mismas inquietudes que los mueven en su mundo.



Ya que la imagen está en base al slogan "Alucine sin Drogas", podemos destacar un mensaje positivo para la juventud que vea este cartel apreciándose un corazón que representa simbólicamente la vida como elemento vital del cuerpo humano, que marca el seguir de éste mismo, después podemos ver un par de alas que listas para volar representan el alma llena de alucine y libertad por no estar atada a las drogas, rematando con el fuego de la juventud, con la llama de la fuerza y con toda la vitalidad que proviene de nuestro ser en esta etapa de la vida. Esto es el alucine que da la vida y no el de las drogas representado desde un punto de vista de un joven banda.

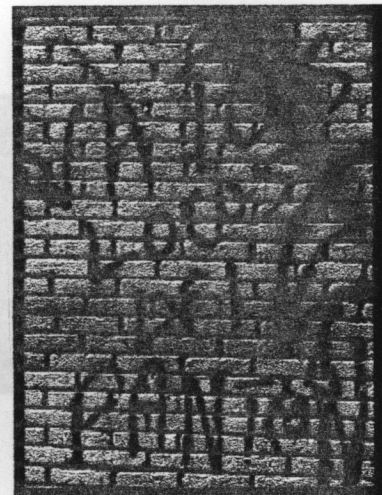
Podemos justificar la tonalidad de los colores haciendo referencia a que estos jóvenes visualizan estos elementos en la vida cotidiana, me refiero a que un corazón es rojo, unas alas son azules y el fuego rojo con vivos amarillos y naranjas; si se hubieran cambiado los colores ya no tendrían la misma fuerza visual para ellos, son elementos que ellos manejan y que están ya establecidos con esos colores entre la multitud.

Toda esta imagen está influenciada por los tatuajes y murales de "graffiti" con que estos jóvenes representan todos sus sentimientos y necesidades. Como un ejemplo claro de la influencia del cartel están estas dos imágenes.



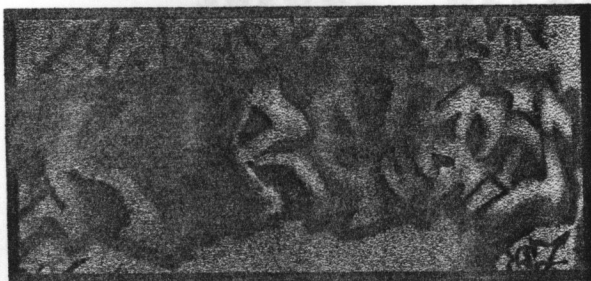
Se utilizó "Vatos Locos" como texto de logotipo ya que, así como a estos jóvenes les llamamos "Chavos Banda", "Cholos", "Graffiteros", pues bien, entre ellos, todos son "Vatos Locos" en memoria a los primeros cholos que empezaron el movimiento allá en Los Ángeles, Cal. y Tijuana; todos se identifican con su "Vida Loca" y por ser individuos son "VL" (Vatos Locos Forever Ese). Un ejemplo claro son las siguientes fotografías en varios puntos de la Ciudad de Morelia.

Nuestro segmento son los chavos banda, y si utilizamos frases distintas a las que ellos utilizan no tendremos el éxito que buscamos, para ellos significa la aceptación de su grupo social si son llamados "Vatos Locos". Otra de las razones es que este distintivo es bien conocido por todos los jóvenes mexicanos y por los que residen en E.U.A. Se puede decir sin temor a equivocarse, que este nombre es bandera para todos aquellos que pretenden ser chavos banda, con todas sus características.



Sobre el logotipo del encuentro, se manejó una identidad total con el tipo de letra que ellos utilizan. Este tipo se reproduce fielmente -con ciertas atribuciones de composición tipográfica- de un alfabeto que se usa comúnmente en el proceso de plasmar los mensajes en aerosol sobre las paredes o bardas en la vía pública. Este tipo se distingue por su rápido trazo con remates de rebeldía juvenil, creando confusión de legibilidad entre los lectores comunes, pero causando sensación visual a los chavos banda al ver sus tipos en un cartel impreso.

Se ponen varios ejemplos de pintas de donde se tomó el logotipo donde la rebeldía es el factor más importante a representar. También se reprodujo el "slogan" con este tipo de letra para poder cerrar el círculo gráfico conceptual.



A continuación se muestra el logotipo del congreso, note como los remates de la tipografía van de acuerdo con esa rebeldía de los jóvenes en cuestión, también es un tipo bastante dinámico en cuanto a su trazo, esto por que mantiene esa velocidad de escritura, pero lo más característico es que se llega a lo ilegible sin serlo del todo manteniendo una identificación con los chavos banda; el juego en el acomodo de "Vatos Locos" nos indica esa incertidumbre con que manejan su vida estos jóvenes.

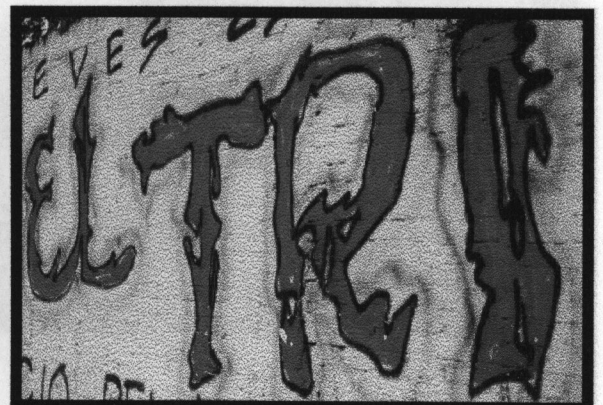
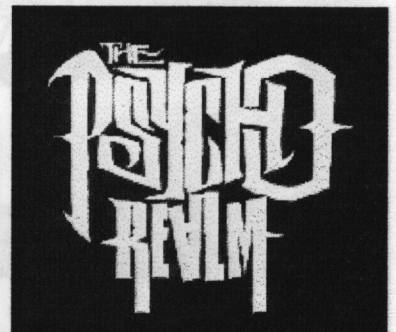
El eslogan "Alucine sin Drogas" siguió con ese tipo que refuerza más el ambiente callejero, dando una identidad tanto al logotipo como a la imagen del cartel. También se muestra el acomodo de la frase para usarse después en la cinta del corazón dando una idea de aquellos paliacates que se utilizan en la cabeza, sobre la frente.

ENCUENTRO DE
VATOS LOCOS
SALUD, DEPORTE Y CULTURA

ALUCINE SIN DROGAS

El hecho de que se utilice el logotipo del encuentro con rasgos de letras de graffiti, es además de para a quien va dirigido, tener una mayor identidad con el segmento dirigido porque ya se tienen trabajos con estas mismas características.

A continuación se muestran imágenes de logos con estos rasgos, entendamos que con el sólo motivo de usar el aerosol como medio de escritura, inmediatamente la clasificación de mercado es automática, así como logotipos con trazos ágiles y confundibles que enseguida observaremos.



4.11.2 Aplicación Gráfica del Encuentro de Vatos Locos

Volante

Medio de impresión:
Offset Media carta, 1 tinta

Cafete

Other







colonias:
la soledad
el resilio
generosidad
solidaridad
tierra y libertad
del 18 al 26 de
julio de 1998

morelia michoacán méxico

raza de la soledad

lugar de encuentro

Calle de Allende

Calle de Hidalgo

Calle de Escutia



Parque de Martires

C. de Pavón



| | | |
|---------------------|--------------|------------|
| inauguración | sábado 18 | 18:00 hrs. |
| concierto | domingo 19 | 18:00 hrs. |
| teatro | miércoles 22 | 16:00 hrs. |
| conferencia | viernes 24 | 17:00 hrs. |
| fútbol | domingo 26 | 8:00 hrs. |
| cierre | domingo 26 | 16:00 hrs. |

llama para más información a los teléfonos 14 25 35 y 14 26 36 y ¡participa!



EL GOBIERNO DE MORELIA



DIF

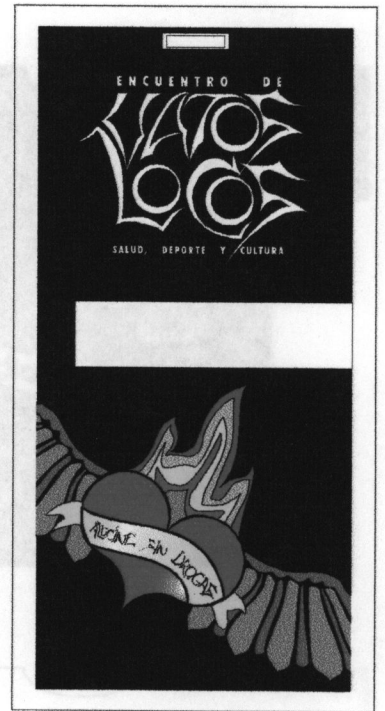


GOBIERNO DEL ESTADO

Gafete

Medio de impresión:
Offset

Lo utilizarán los jóvenes y los
organizadores



Escenario

Medio de impresión:
Plotter de gran tamaño

Desmontable y semifijo.



Camiseta

Algodon 100%

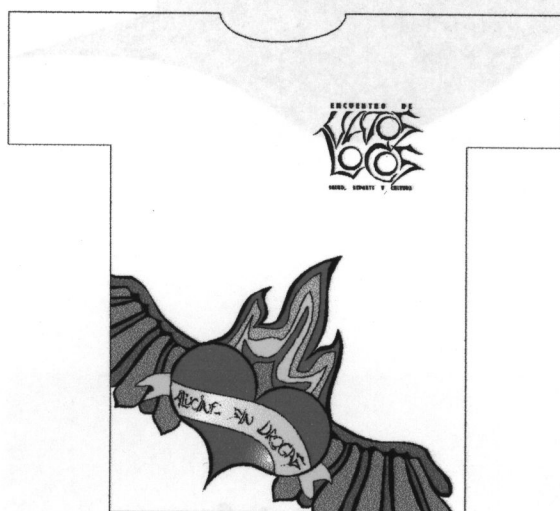
Medio de impresión:

Serigrafía

Impresión en calcomanía

Pegado en calor

Para utilizar los organizadores
y regalar a los participantes.





Material:
Algodón
Medio de Impresión:
Serigrafía

Gorra

Medio de Impresión:
Serigrafía
Tejido
Para organizadores
y participantes



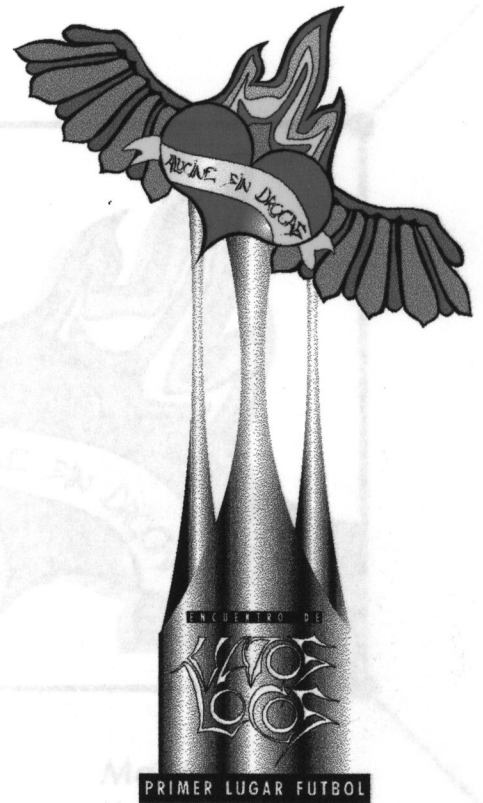
Botones

Medio de Impresión:
Offset
Para participantes



Trofeo

Material:
Metal Cromado
Medio de Impresión:
Offset
Para participantes

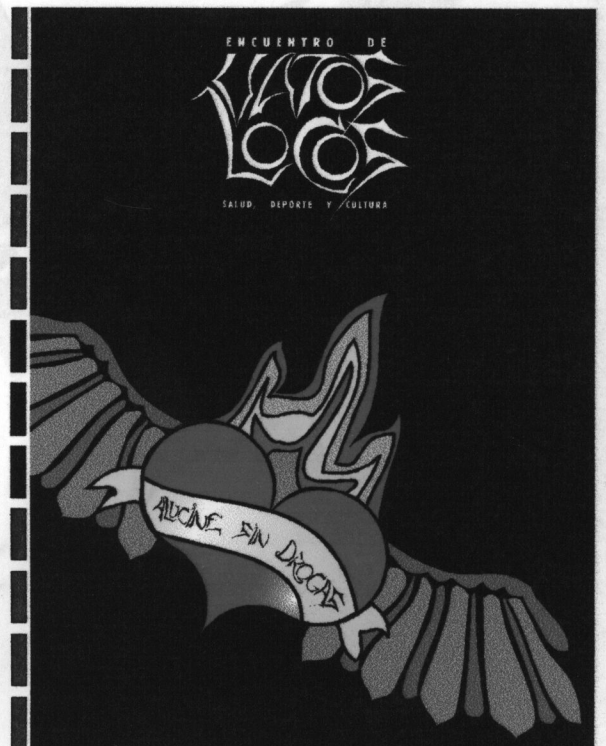


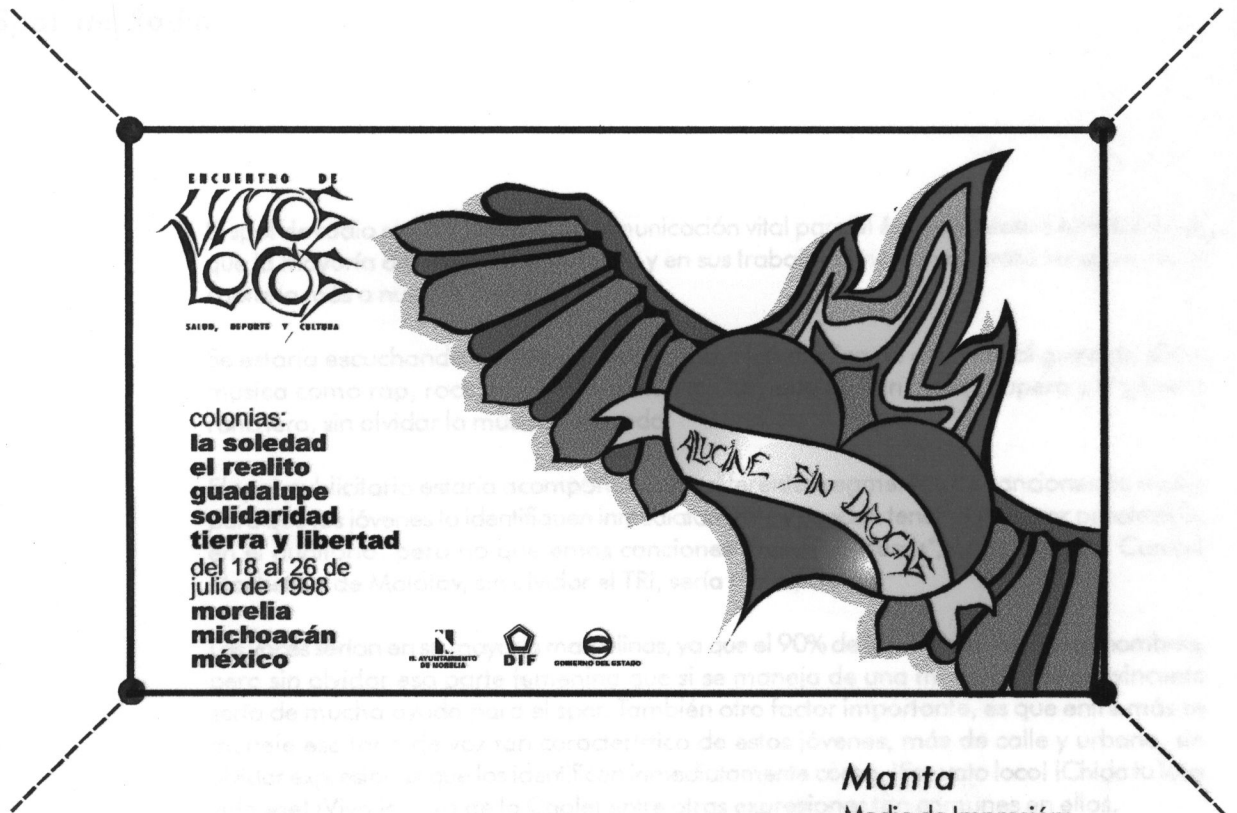
ENCUENTRO DE
VAOZ
LOOZ
SALUD, DEPORTE Y CULTURA

colonias:
la soledad
el resilio
guadalupe
solidaridad
tierra y libertad
del 18 al
julio de 1976

Carpeta

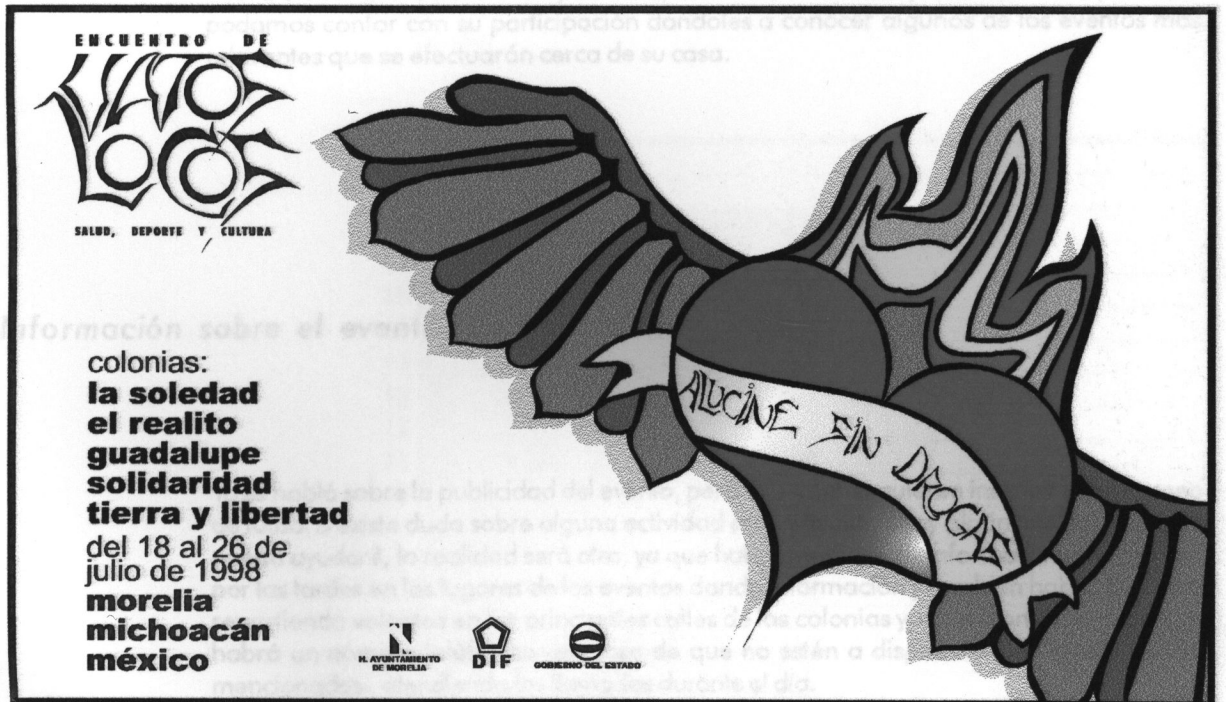
Medio de Impresión:
Offset
Para participantes





Manta

Medio de Impresión:
Rotulado



Barda

Medio de Impresión:
Rotulado

Spot de Radio

Encuestas y estadísticas sobre la imagen del Encuentro de Vatos Locos.

Edades de los encuestados

El spot de radio sería un medio de comunicación vital para el éxito de nuestra campaña, ya que la mayoría de los jóvenes trabajan y en sus trabajos tienen un aparato receptor y éste captaría más a nuestro mercado.

Se estaría escuchando en estaciones que manejen música de acuerdo al gusto de ellos, música como rap, rock, dance y también los hay que gustan de lo grupero y el género ranchero, sin olvidar la música de banda.

El spot publicitario estaría acompañado con diferentes segmentos de canciones de moda para que los jóvenes lo identifiquen inmediatamente y puedan tener una mayor penetración en el auditorio; pero no queremos canciones "fresas" o "cursis", canciones del Control Machete o de Molotov, sin olvidar el TRI, sería mejor, claro.

Las voces serían en su mayoría masculinas, ya que el 90% de los chavos banda son hombres, pero sin olvidar esa parte femenina que si se maneja de una manera muy convincente sería de mucha ayuda para el spot. También otro factor importante, es que entre más se maneje ese tono de voz tan característico de estos jóvenes, más de calle y urbano, sin olvidar expresiones que los identifican inmediatamente como, ¡Ese vato loco! ¡Chida tu loca vida ese! ¡Viva la raza de la Chole! entre otras expresiones tan comunes en ellos.

El tema del spot sería dar a conocer a la sociedad en particular a los chavos banda que habrá un congreso para ellos y de ellos, una invitación clara y que los anime para que podamos contar con su participación dándoles a conocer algunos de los eventos más relevantes que se efectuarán cerca de su casa.

Sexo

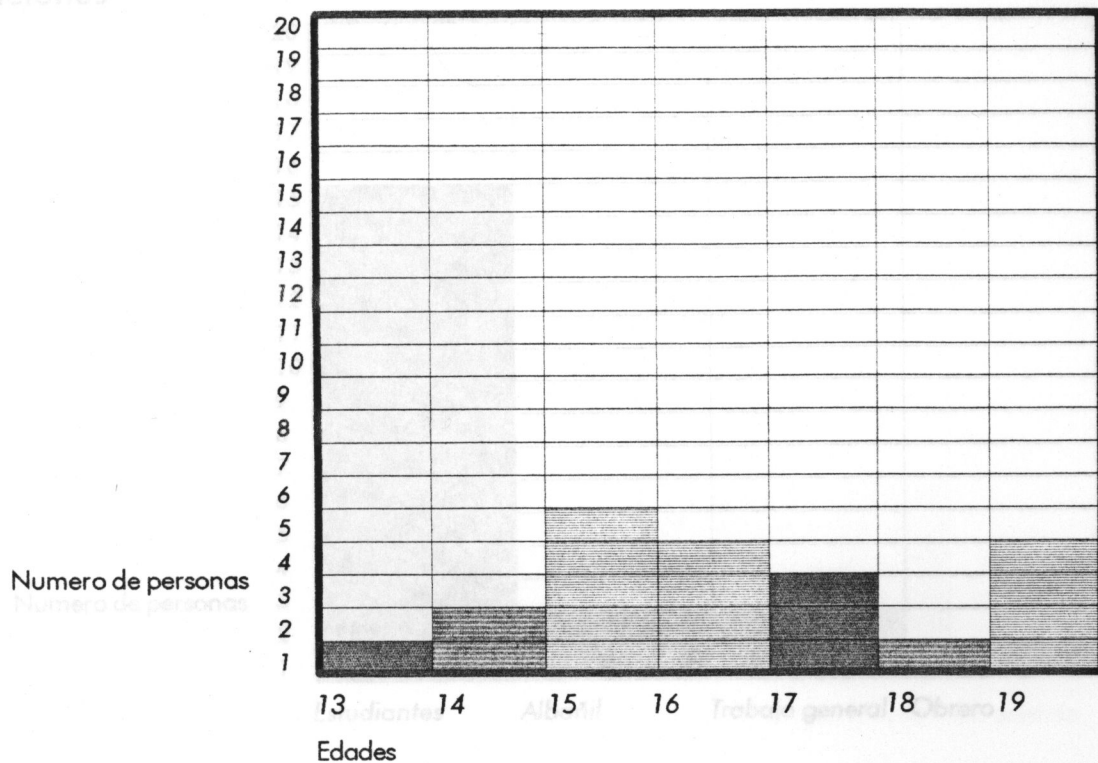
Información sobre el evento

Ya se habló sobre la publicidad del evento, pero qué tal si se quieren inscribir en un torneo de futbol o existe duda sobre alguna actividad en particular, ¿hay algún telefono que nos pueda ayudar?, la realidad será otra, ya que habrá módulos de información que estarán por las tardes en los lugares de los eventos dando información y también habrá brigadas repartiendo volantes en las principales calles de las colonias ya mencionadas, y claro, sí habrá un número telefónico -en caso de que no estén a disposición los medios antes mencionados- atendiendo las llamadas durante el día.

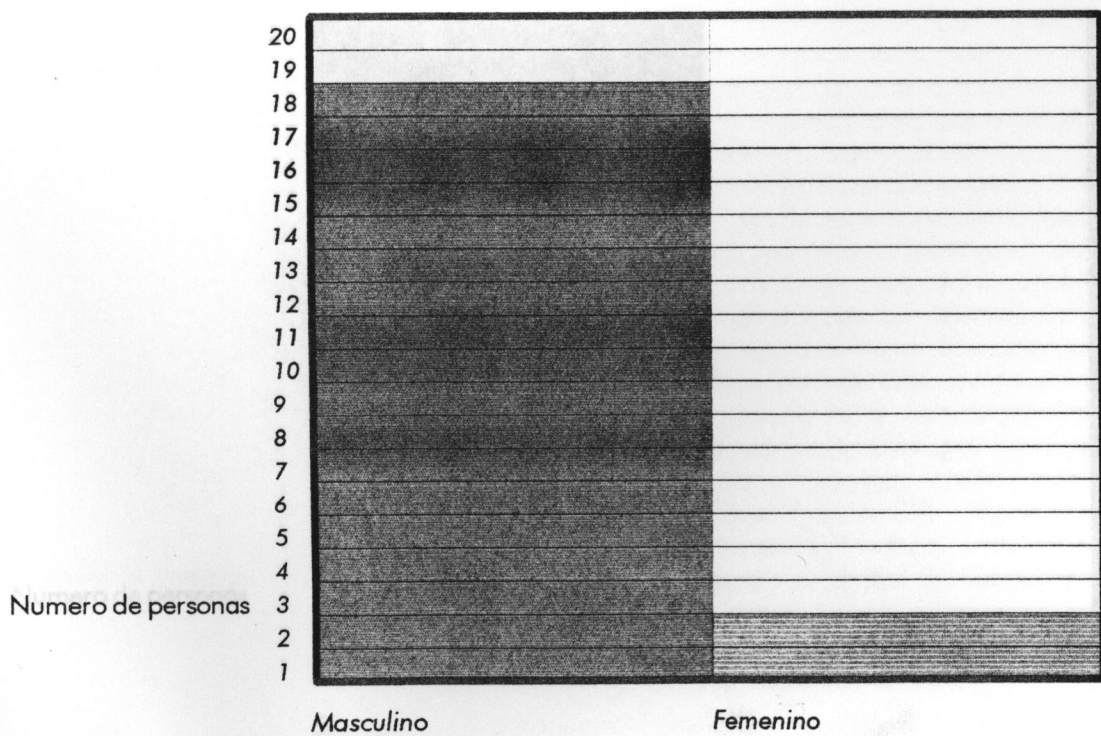
Lo importante y objetivo principal del congreso es acercarnos a los chavos y ésta es una forma más confiable y amigable de estar con ellos.

4.11.3 Encuestas y estadísticas sobre la imagen del Encuentro de Vatos Locos.

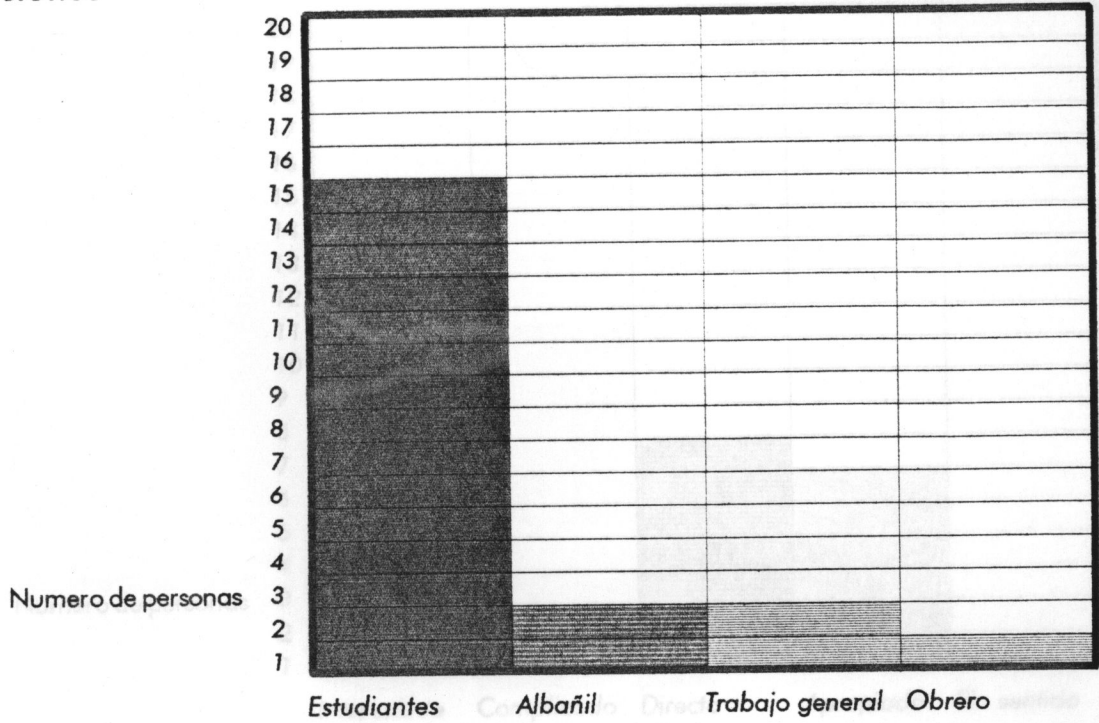
Edades de los encuestados



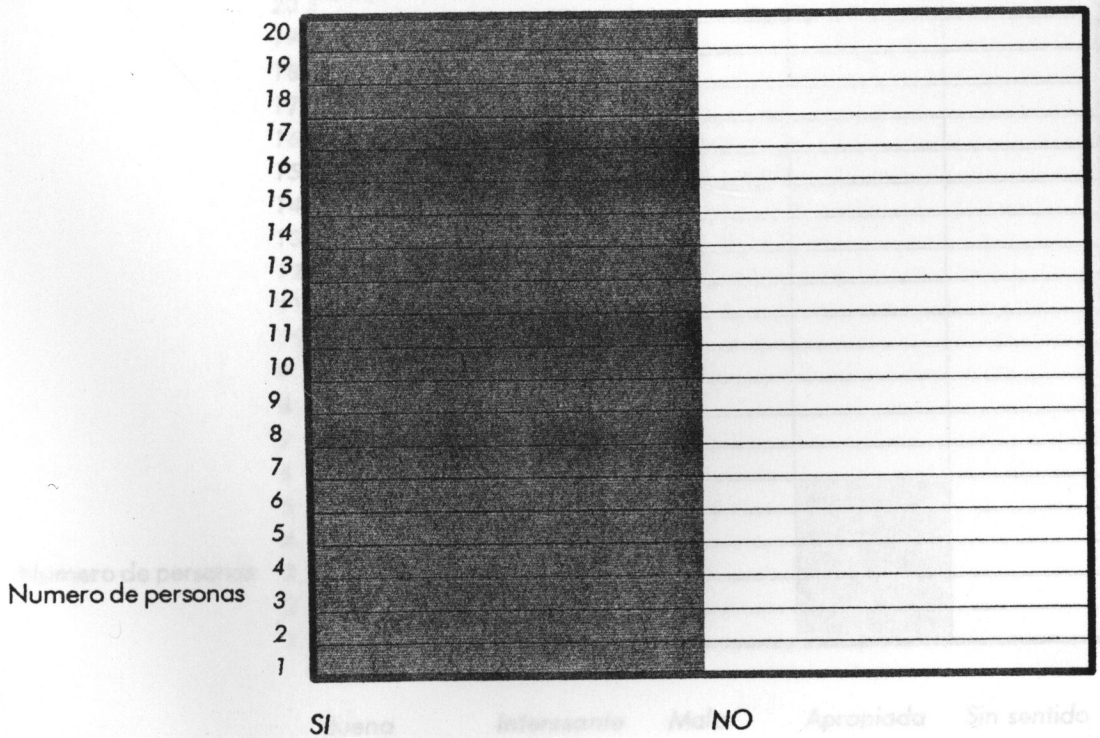
Sexo



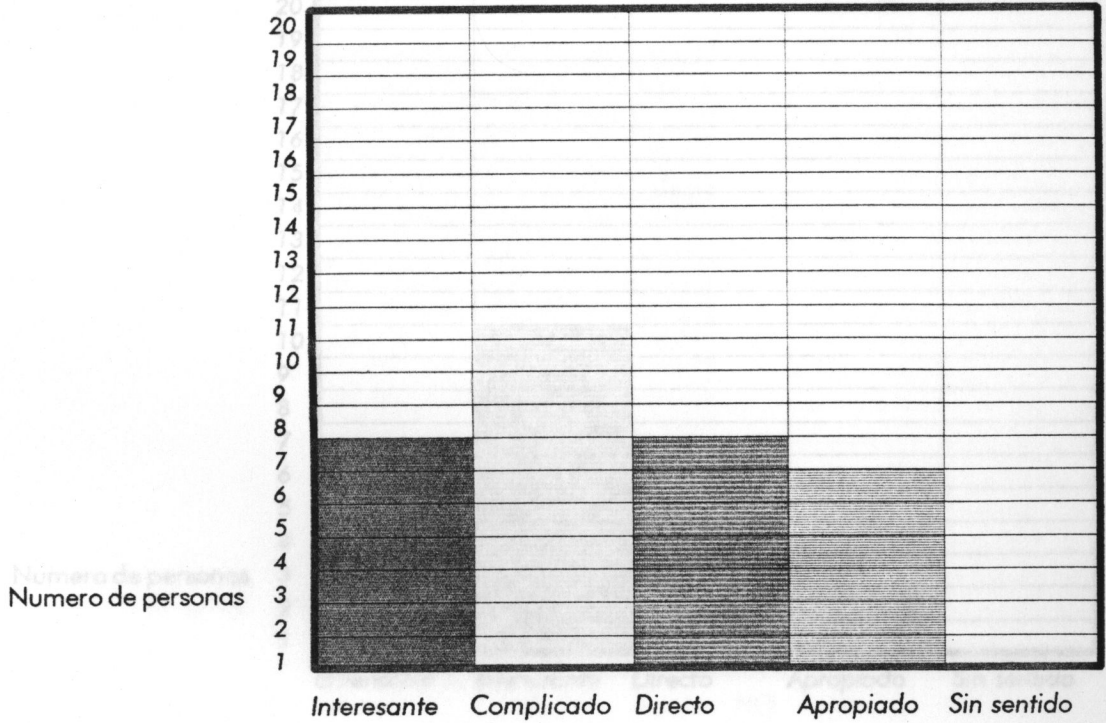
Ocupaciones del congreso te pareció:



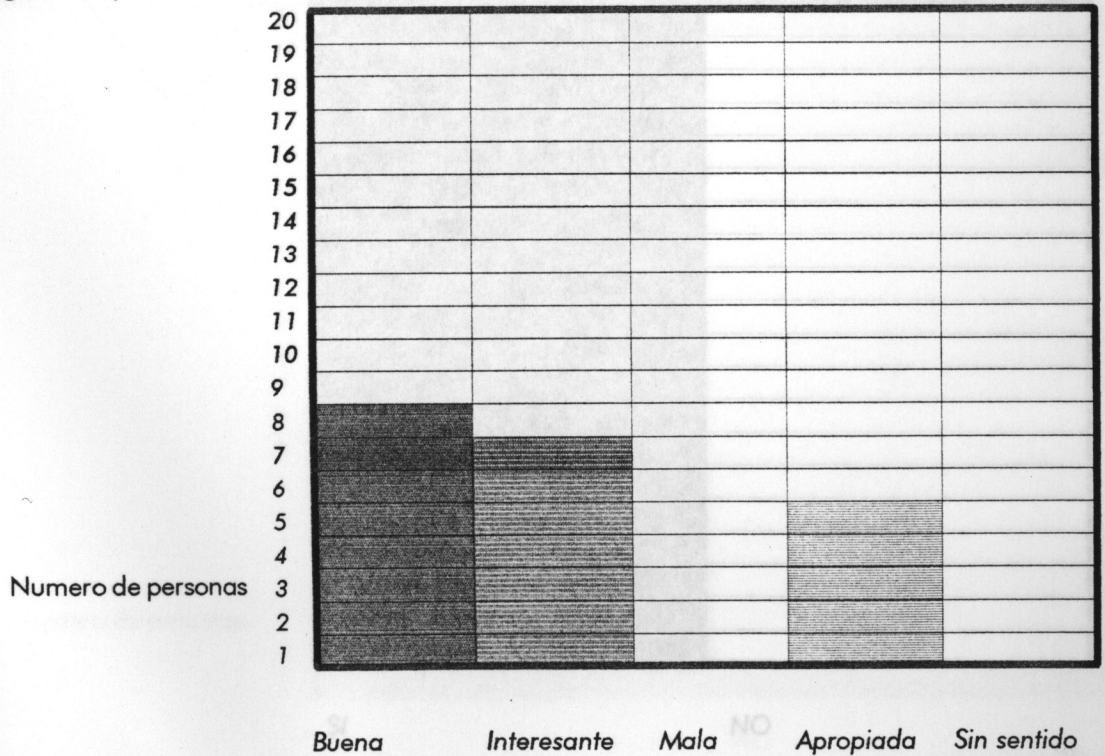
¿Te gustó el cartel?



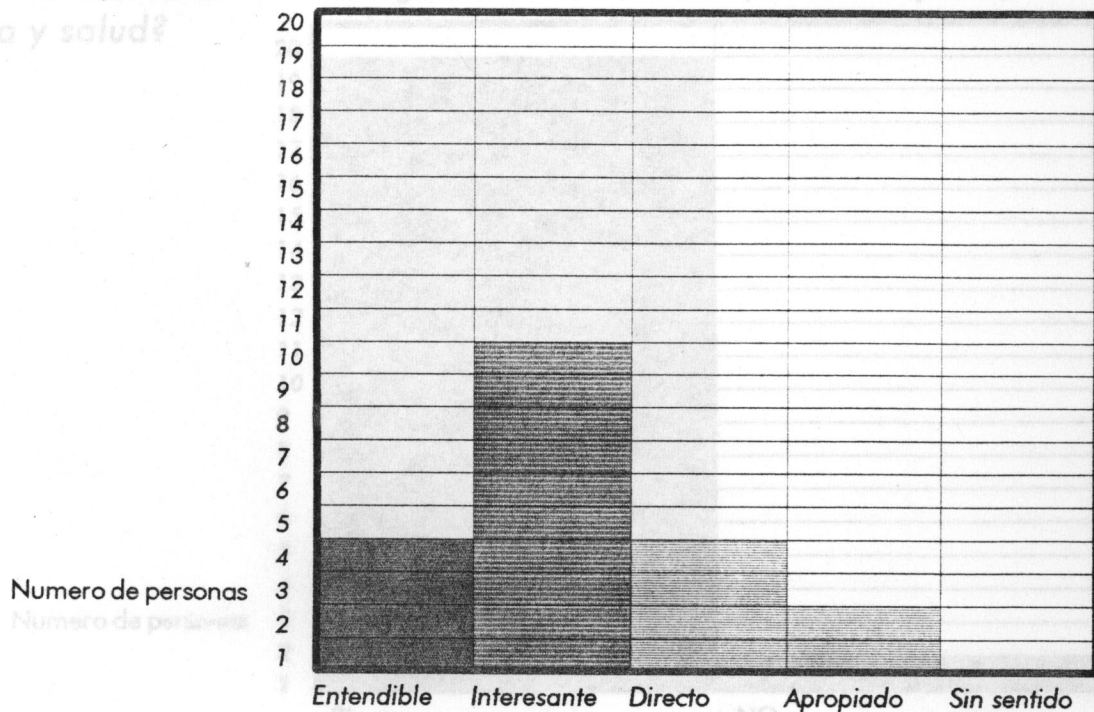
El nombre del congreso te pareció:



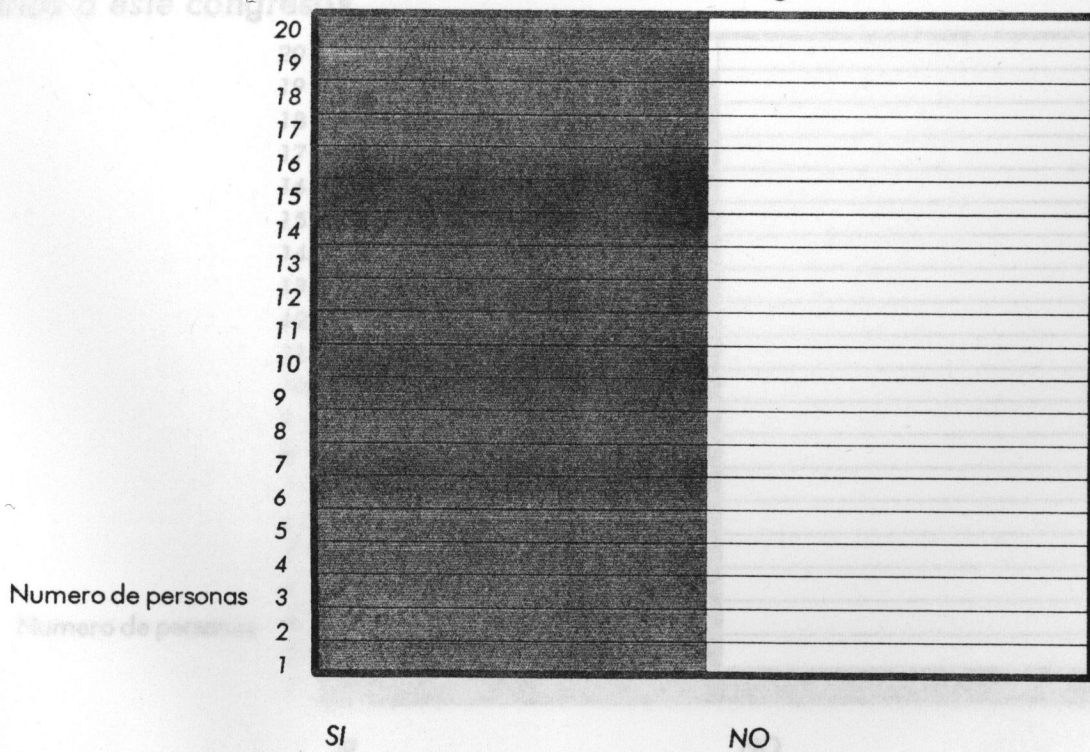
La imagen te pareció:



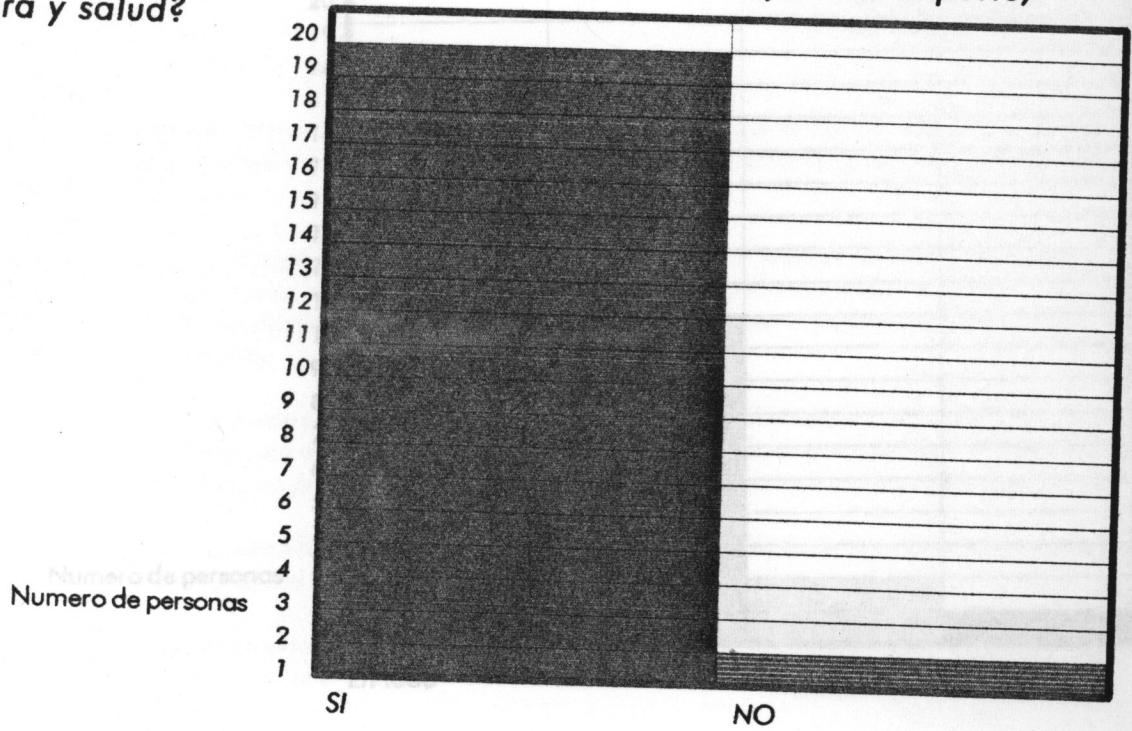
El slogan te pareció: *de la drogadicción en los campos del deporte, cultura y salud?*



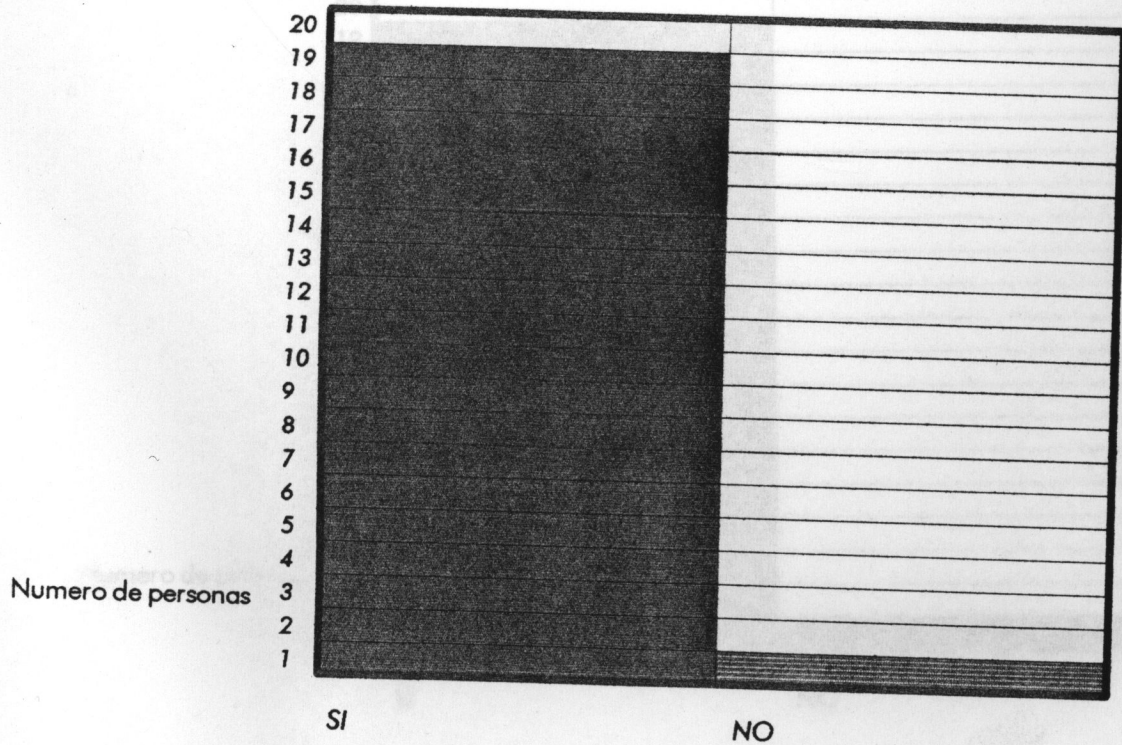
¿El tipo de letra del slogan va de acuerdo con la imagen?



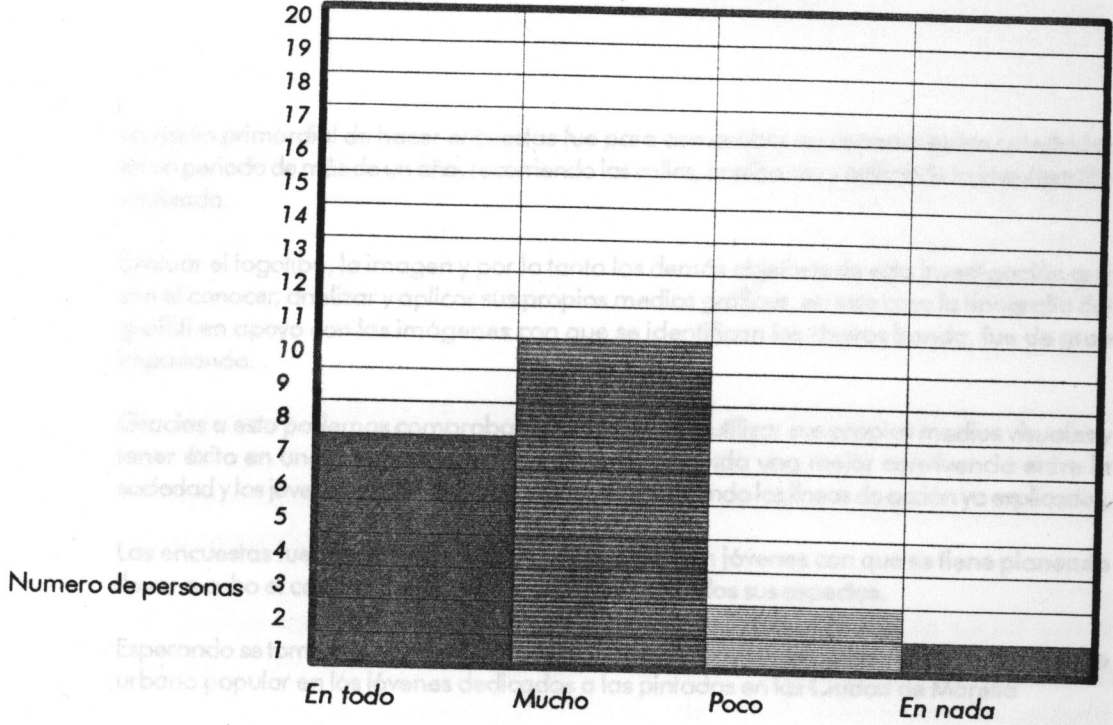
¿Te interesa el tema de la drogadicción en los campos del deporte, cultura y salud?



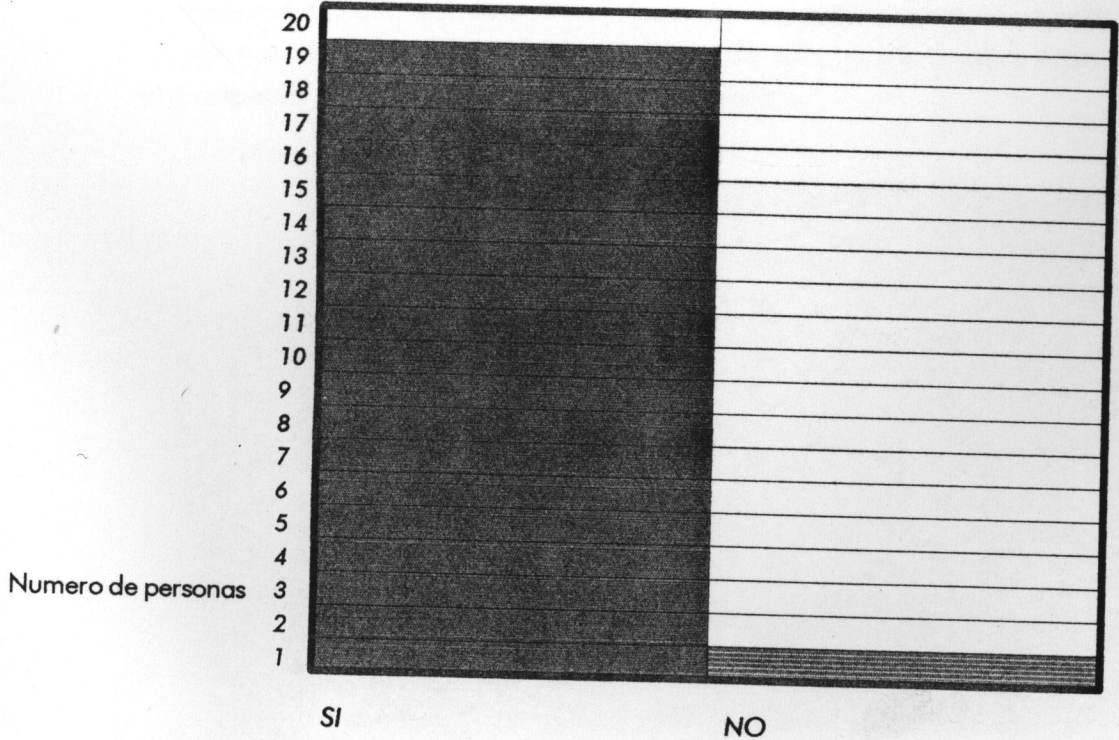
¿Asistirías a este congreso?



¿Qué tanto influyó en tu decisión el cartel promocional?



¿Te interesa todo este proyecto?



Conclusiones acerca de las encuestas realizadas

La razón primordial de hacer encuestas fue para comprobar los conocimientos colectados en un periodo de más de un año, recorriendo las calles, analizando y aplicando la investigación realizada.

Evaluar el logotipo, la imagen y por lo tanto los demás objetivos de esta investigación que son el conocer, analizar y aplicar sus propios medios gráficos, en este caso la tipografía del graffiti en apoyo con las imágenes con que se identifican los chavos banda, fue de gran importancia.

Gracias a esto podemos comprobar que sí se puede utilizar sus propios medios visuales y tener éxito en una campaña antidrogas, y asegurando una mejor convivencia entre la sociedad y los jóvenes del medio urbano popular aplicando las líneas de acción ya explicadas.

Las encuestas fueron realizadas en las colonias y con jóvenes con que se tiene planeado llevar a cabo el congreso, teniendo aceptación en todos sus aspectos.

Esperando se tomen en cuenta las investigaciones para un mejor sistema visual en el medio urbano popular en los jóvenes dedicados a las pintadas en las Ciudad de Morelia

Aprovechar estos lineamientos ya expuestos con una campaña nos ayudará a comprender las tendencias tipográficas de este medio y sobre todo su importancia como documento histórico gráfico.

6. Anexos

6.1 Bibliografía

PUENTE, Rosa
Dibujo y diseño
México, D.F. Editorial
Primera edición.

MUNARI, Bruno
Diseño y comunicación
Barcelona, España
Décima Edición, 1990.

BOGDANOV
El arte y la cultura
Madrid, España
Primera edición.

MORDIJO José
Miradas del lenguaje
México, D.F. Editorial Océano
Primera edición.

DELOADO, Luis
Análisis estructural
Buenos Aires, Argentina
Primera edición.

SIMS, Mimi
Gráfica del arte
Barcelona, España
Primera edición, 1973.

PARRAMÓN, José M.
Cómo dibujar letras y logotipos
Barcelona, España, Editorial Parramón
Primera edición, 1991.

KLUCKHOHN, Clida
Antropología
México D.F., Editorial Fondo de Cultura Económica
Séptima edición, 1967.

MACANORRA
Graphic Beat
Barcelona, España, Editorial Macanorra
Quinta edición, 1988.

Una de las experiencias más sorprendentes que tuve en el contacto con estos grupos sociales tan especiales fue con los jóvenes que se dedican al rayoneo de las bardas; me di cuenta de su capacidad para comprender las cosas, me refiero a que cuando se les mostró el cartel promocional del Encuentro de Vatos Locos, les costaba trabajo leer la información sobre las colonias en donde se iba a realizar el evento o las encuestas sobre el mismo, pero la tipografía del eslogan en el trazo del graffiti lo leían sin problema alguno, con una rapidez sorprendente y con la cual se identificaban al momento. Esto me puso a reflexionar sobre el mundo en que ellos viven, un mundo que nosotros como sociedad no podemos cambiar, ni modificar sino adaptarnos a ellos para poder tener una comunicación más directa y sin obstáculos, una comunicación más sincera, ponernos a su nivel para mirar sus necesidades, para sentir sus problemas y lo mejor de todo, para poder convivir de una manera más fácil.

Al aprender una lengua distinta la de nosotros, ya sea inglés, francés, japonés, etc. estamos conociendo toda una cultura nueva, llena de sentimientos, de orgullos, de alegrías, de problemas, de su propia filosofía de la vida; al hacer esto nosotros creceremos como seres humanos, ya que nuestra forma de ver la vida se modificará, y nuestro conocimiento del ser humano vivirá dimensiones inimaginables.

La tipografía, la letra escrita, el trazo impreso, el signo que emite un sonido, en conjunto contiene todo un discurso que representa una personalidad, al pueblo de un país, una cascada de ideas y costumbres diferentes a la tuya y la mía; es por eso que la tipografía que estos grupos de personas manifiestan, es una cultura dentro de nuestra cultura.

Respetarla es respetarse a sí mismo.

Misael López Uribe

6. Anexos

6.1 Bibliografía citada.

DE LA TORRE, Guillermo
El lenguaje de los símbolos gráficos
México, D.F., Editorial Limusa
Primera edición, 1997.

PUENTE, Rosa
Dibujo y comunicación gráfica
México, D.F., Editorial Gustavo Gili S.A.
Primera edición, 1990.

MUNARI, Bruno
Diseño y comunicación visual
Barcelona, España, Editorial Gustavo Gili S.A.
Décima Edición, 1990.

BOGDANOV
El arte y la cultura proletariada
Madrid, España, Editorial Alberto Corazón
Primera edición, 1979.

MORENO, José
Minucias del lenguaje
México, D.F., Editorial Océano
Primera edición, 1987.

DELGADO, Luis
Análisis estructural del dibujo libre
Buenos Aires, Argentina, Editorial Paidós
Primera edición, 1983.

SIMS, Mitzi
Gráfica del entorno
Barcelona, España, Editorial Gustavo Gili S.A.
Primera edición, 1991.

PARRAMÓN, José M.
Como dibujar letras y logotipos
Barcelona, España, Editorial Parramón
Primera edición, 1991.

KLUCKHOHN, Clide
Antropología
México D.F., Editorial Fondo de Cultura Económica
Sexta edición, 1967.

MECANORMA
Graphic Book
París, Francia, Editorial Mecanorma
Décimo cuarta edición, 1988.

6.2 Bibliografía consultada

DE LA TORRE, Guillermo
El lenguaje de los símbolos gráficos
México, D.F., Editorial Limusa
Primera edición, 1992.

SLAP

LEWIS, John
Principios básicos de tipografía
México, D.F., Editorial Trillas
Primera reimpresión, 1984.

C.T. México.

MARCH, Marion
Tipografía creativa
Barcelona, España, Editorial Gustavo Gili S.A.
Segunda edición, 1991.

Numero 79, 1996.

EL GRUPO
Letreros que se ven
Caracas, Venezuela, Editorial Ateneo de Caracas
Primera edición, 1979.

HORTON, Paul
Sociología
México, D.F., Editorial MacGrawHill
Sexta edición, 1988.

ANDER-EGG, Esequiel
Desarrollo de la comunidad
México, D.F., Editorial El Ateneo
Décima edición, 1990.

MEGGS, Philip B.
Historia del diseño gráfico
México, D.F., Editorial Trillas
Primera edición, 1983.

COSTA, Jean
La letra
México, D.F., Enciclopedia Visual
Segunda edición, 1995.

COOPER, Martha
SCIORRA, Joseph
R.I.P. Memorial Wall Art
New York, N.Y., Editorial Thames and Hudson Ltd
First edition, 1994.

6.3 Revistas

THE SOURCE

U.S.A.

Numero 96, 1997.

SLAP

U.S.A.

Numero 26, 1997.

LA MOSCA en la pared

D.F. México.

Numero 5, julio 1994.

THE SOURCE

U.S.A.

Numero 79, 1996.

Abstracción

Acción de separar mentalmente lo que en realidad no puede separarse.

Analogía

Proceso lingüístico por el cual se crean nuevas palabras a partir de otras, a semejanza de otras.

Connotar

Hacer relación.

Fonograma

Signo o signos que representan un sonido.

Grafemas

Unidad de escritura no susceptible de dividirse.

Homológico

Se dice de las figuras semejantes y colocadas de modo que las rectas que unen los puntos correspondientes de ambas se cortan en puntos de una misma recta.

Ideograma

Signo pictórico que en la escritura representa directamente una idea, y no un sonido o elemento fonético de una palabra.

Inasipiente

Ignorante, hecho de piedra.

Jeroglífico

Se aplica a la escritura simbólica de los antiguos egipcios, en que no se usaban caracteres fonéticos o alfabéticos sino figuras convencionales que representaban palabras.

Lapidario

Perteneciente a las inscripciones de los Egipcios, estilo lapidario.

Logografía

Discurso de ideas contemplado en una forma dibujada.

7. Glosario

Perteneciente o relativo a la numera.

Pala Seca

Entimología, letras que carecen de ningún efecto al leerse.

Pictografía

Escritura ideográfica, cuyos signos representan gráficamente y no necesariamente aplicarse con palabras.

Abstracción

Acción de separar mentalmente lo que en realidad no puede separarse.

Analogía

Proceso lingüístico por el cual se crean nuevos vocablos o se transforman los existentes, a semejanza de otros.

Connotar

Hacer relación.

Fonograma

Signo o signos que representan un sonido.

Grafemas

Unidad de escritura no susceptible de dividirse.

Homológico

Se dice de dos figuras semejantes y colocadas de modo que las rectas que unen los puntos correspondientes de ambas se cortan en puntos de una misma recta.

Ideograma

Signo pictórico que en la escritura representa directamente una idea, y no un sonido o elemento fonético de una palabra.

Insipiente

Ignorante. Falto de juicio.

Jeroglífico

Se aplica a la escritura simbólica de los antiguos egipcios, en que no se usaban caracteres fonéticos o alfabéticos sino figuras convencionales que representaban palabras o ideas.

Lapidario

Perteneciente a las inscripciones de las lápidas, *estilo lapidario*.

Logografía

Discurso de ideas contemplada en una forma dibujada.



Mnemónica

Perteneciente o relativo a la memoria.

Palo Seco

En tipografía, tipos que carecen de patín o asiento al final de la letra.

Pictografía

Escritura ideográfica, cuyos signos representan gráfica y toscamente los objetos que han de explicarse con palabras.

Rúbrica

Epígrafe.

Símbolo

Imagen, figura o divisa con que se representa un concepto moral o intelectual, por alguna semejanza en el entendimiento percibe entre ese concepto y aquella imagen.

Sinónimo

Se dice de los vocablos o expresiones que tienen significación igual o muy parecida.

Subsidiario

Que se da en socorro o en subsidio de uno.

Zoomórfico

Que tiene forma o figura de animal.