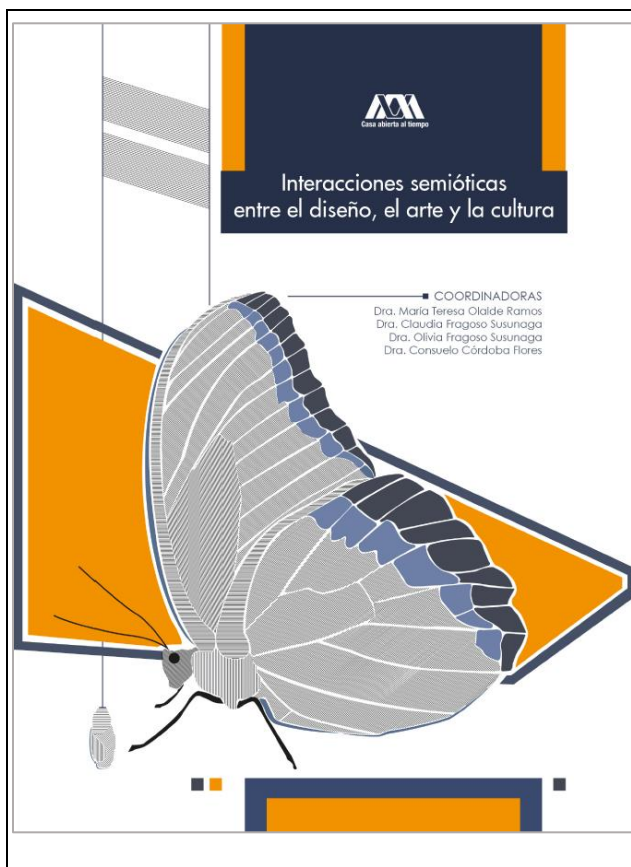




**María Teresa Olalde Ramos**

ORCID: [0000-0002-2853-6515](https://orcid.org/0000-0002-2853-6515)

## **Percepción y significación de la gráfica urbana, en un acercamiento a la transdisciplinariedad**

## **Perception and Significance of Urban Graphics, in an Approach to Transdisciplinarity**

Páginas 173-185

En:

Interacciones semióticas entre el diseño, el arte y la cultura / María Teresa Olalde Ramos; Claudia Fragoso Susunaga; Olivia Fragoso Susunaga; Consuelo Córdoba Flores, coordinadoras. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, 2023.

“El juego de los signos”

ISBN 978-607-28-2965-7

Relación: <https://doi.org/10.24275/uama.352.10060>



Universidad Autónoma Metropolitana  
Unidad Azcapotzalco

<https://www.azc.uam.mx>



División de  
Ciencias y Artes para el Diseño

<https://www.cyad.online/>



Departamento de Evaluación del  
Diseño en el Tiempo

<https://evaluacion.azc.uam.mx/>



Excepto si se señala otra cosa, la licencia del ítem  
se describe como

[Atribución-NoComercial-SinDerivadas](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



Percepción y significación de la gráfica  
urbana, en un acercamiento  
a la transdisciplinariedad

*Perception and Significance of Urban  
Graphics, in an Approach  
to Transdisciplinarity*

**Dra. María Teresa Olalde Ramos**

Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco  
Ciudad de México  
mtor@azc.uam.mx

**P**ara interpretar y comprender mejor la realidad que nos rodea en el contexto cotidiano de la ciudad, es necesario ampliar nuestra mirada, es decir, que no debemos enfocarnos sólo en una cara del fenómeno sino que hay que mirar sus múltiples facetas transgrediendo fronteras entre unas y otras, lo que nos permita comprender el sentido con que se entretienen las distintas interacciones que se desarrollan dentro de este espacio urbano y, en donde todos los elementos que lo conforman comunican algo, que es interpretado por los sujetos que lo habitan o transitan. Por otro lado, hay que tomar en cuenta que las sensaciones que percibimos no siempre son interpretadas de la misma manera o con el mismo sentido, porque es el sujeto quien las percibe y las interpreta desde su razonamiento y sus emociones y, es quien a su vez, les otorga significación y sentido desde su propia intersubjetividad, entendida como ese cúmulo de experiencias que ha vivido en todos los sentidos.

El ser humano al ser gregario por naturaleza se une a seres semejantes a él para su convivencia, en donde participa de manera activa en el desarrollo del grupo, pero en donde para que la convivencia sea efectiva y pueda comunicarse con los otros ha necesitado aprender distintos lenguajes convencionales. Braun (2002) dice que “Los sentidos se han desarrollado en los seres vivos como instrumentos que les sirven para poder tener una relación o, diríamos, una interacción con el resto del Universo que los rodea. El propósito fundamental de los órganos de los sentidos es recabar información acerca del medio circundante para poder sobrevivir” (p. 9).

De acuerdo con el párrafo anterior y con base a un enfoque semiótico, conviene hablar también de los niveles de sentido: lo denotado y lo connotado, o sea, del significado de las imágenes que nos rodean, como parte de la comprensión del contexto cultural en el que nos desenvolvemos y con el cual se desarrolla una relación dialéctica entre la interpretación y creación de mensajes, como parte del proceso de comunicación visual de la ciudad.

La comunicación es un proceso por el que se trasmite y se recibe información, a través de mensajes que llevan una intención, y que, a su vez, han sido elaborados con lenguajes convencionales, posibilitando su correcta interpretación dentro de un grupo determinado. Por lo cual, se puede decir que el lenguaje es el conjunto de signos y reglas que permite a los seres humanos poder expresarse en un sistema de comunicación.

Según Lotman, (1998):

El rasgo más universal del dualismo de las culturas humanas es la coexistencia de lenguajes discretos verbales y lenguajes icónicos, en cuyo sistema los diferentes signos no forman cadenas, sino que se hallan en una relación de homeomorfismo, actuando como símbolos mutuamente semejantes (cfr. la idea mitológica del homeomorfismo entre el cuerpo humano y las estructuras social y cósmica) (p. 17).

Existen diferentes tipos de lenguaje, determinados por las distintas capacidades de percepción y expresión humana, desarrolladas dentro de un contexto cultural, cuyas representaciones pueden ser: orales, visuales, gestuales, anímicas, culinarias, de indumentaria, entre otras. Asimismo, dichas representaciones serán interpretadas de acuerdo con la propia individualidad de los sujetos. Al respecto Chernov (1987), dice que los lenguajes que forman parte de la cultura mantienen una compleja interdependencia y distintas relaciones según las condiciones históricas. Pero una cultura puede considerar irrelevante una determinada información en el lenguaje de otra cultura, es decir, un mismo texto puede ser leído de modo distinto en culturas con diferentes lenguajes (pp.13-14).

Por otro lado, Dondis (1992) expone el concepto de la alfabetidad visual en donde explica

que, todo lo relacionado con la vista crea en los seres humanos un elemento que estará de manera aleatoria dentro de su mente y, que a partir de ello, tendrá referencias sobre el mundo que lo rodea. Si tomamos en cuenta que casi el 80 % de la información que recibimos es a través del sentido de la vista, se puede entender la importancia del estudio de la comunicación visual.

Sin embargo, la manera en que se percibe visualmente el mundo exterior cambia constantemente, de acuerdo con la cantidad de imágenes que recibimos cada día, por lo cual a medida que nuestra vista y modo de percibir se ejercita, ya no vemos de la misma manera porque poco a poco vamos desarrollando habilidades perceptuales, ampliando nuestros conocimientos y acumulando nuevas experiencias.

La comunicación visual es más que importante y hasta predominante en nuestros tiempos. Constantemente nos encontramos expuestos a ella, desde que miramos nuestro teléfono móvil hasta cuando conducimos y tenemos que respetar las señales de tránsito. Incluso, cuando vamos al cine, miramos televisión o nos topamos con un aviso publicitario por la calle. Básicamente, condicionan nuestra vida, guían nuestra conducta, y nos permiten vincularnos con el resto de la sociedad (Concepto, 2021).

### La gráfica urbana

Joan Costa (1998) se refiere al mundo visible como la sucesión ininterrumpida de fragmentos del continuum que llamamos campos visuales, y que constituyen los escenarios de vida por los que cada uno de nosotros atravesamos. “En el hecho natural de «ver» el ojo fragmenta y discrimina ese entorno cambiante de sensa (sensaciones o excitaciones ópticas) como modo de descubrimiento y como lectura del mundo” (p.15). Por otra parte, Olalde (2021) describe a la gráfica de una ciudad como un mosaico multicolor de mensajes visuales que nos rodea dentro del espacio urbano, algunas veces representada como detalles ambientales escenográficos que cumplen con su función de comunicar, pero también, poco a poco, van formando el imaginario cultural de quienes los perciben e interpretan. De acuerdo con lo anterior, la percepción de la gráfica urbana puede ser vista como un fenómeno complejo de comunicación visual que debe ser estudiado desde la transdisciplinariedad para comprender su sentido desde la razón y la emoción como parte del proceso de significación del mensaje. Cabe señalar que esta complejidad se nutre de la proliferación de investigaciones disciplinarias que apoyan el sentido e intención en la interpretación del mensaje visual, en donde se entrecruzan aspectos fisiológicos sobre los órganos de los sentidos que intervienen en la percepción, semióticos manifestados en la representación visual del signo, en cuanto a su conformación formal, el significante, así como de su función y aspectos técnicos

y tecnológicos sobre su fabricación e instalación y que, a su vez, son interpretados por un sujeto en el que interactúan distintos procesos fisiológicos, psicológicos, históricos, sociales y culturales, que le permiten crear un continuum dialéctico entre lo visto y lo creado al ser protagonista del espacio urbano.

Según, Bailly (1979):

La ciudad contemporánea se ha hecho más funcional, por más que todavía subsisten determinados rasgos simbólicos, [...] Los anuncios publicitarios han venido a sustituir, a lo largo de las calles, a las significaciones simbólicas. [...] La ciudad transmite, cada vez menos, la cultura de la sociedad y las expresiones simbólicas, y ha pasado a ser un lugar económico, en el que signos e indicadores tipificados nos permiten orientarnos (p. 29).

También, Bailly (1979) citando a Ledrut (1973), hace referencia a los vínculos del hombre con la ciudad, desde la perspectiva simbólica que expresan las imágenes, mostrando el contenido subjetivo y afectivo de la misma en donde se le pueden dar adjetivos calificativos como: la ciudad es triste o alegre, dinámica o conservadora, gris o luminosa, mostrándola como una estructura viva, llena de encuentros, conflictos y creaciones (p. 35).

Desde el enfoque de Nicolescu (2009) sobre los distintos niveles de Realidad, se pueden reconocer las distintas y diversas interpretaciones de un universo simbólico presente en la comunicación visual de la ciudad, el cómo se manifiesta en un escenario de actuaciones y significaciones dentro de la complejidad, nos dice que:

Se puede reconocer muy bien la existencia de varios niveles de Realidad y de varios niveles de percepción sin que se considere su rigurosa correlación. [...] Artículo 2: El reconocimiento de la existencia de diferentes niveles de Realidad, regidos por lógicas diferentes, es inherente a la actitud transdisciplinaria. Cualquier intento por reducir la Realidad a un sólo nivel, regido por una sola lógica, no se sitúa en el campo de la transdisciplinariedad (pp. 84 y 106).

Los distintos niveles de Realidad se pueden reconocer en los mensajes visuales que conforman la gráfica urbana, considerando lo que nos exponen al describir que la misma Realidad no es una simple construcción social, sino que tiene una dimensión trans-subjetiva en donde se puede apreciar la interacción entre sujeto-objeto, donde el sujeto los interpreta desde su propia individualidad y transdimensionalidad.

De acuerdo con Haidar (2022), a partir del binomio transdisciplinariedad/complejidad existen muchas categorías que nos pueden ayudar al análisis de éste fenómeno complejo de

comunicación visual de la gráfica urbana de una ciudad, la cual está llena de sentidos, significaciones, interpretaciones y emociones, que permiten a sus habitantes visualizar nuevas y creativas oportunidades de interacción como parte de un proceso perceptivo-cognitivo que lleva a cabo al enfrentarse día a día con ella. Haciéndolo a través de esa relación dialógica recursiva entre sujeto-objeto en donde todo lo subjetivo es objetivo y viceversa. En donde el sujeto no sólo capta las propiedades y características del entorno físico, sino que también lo construye siendo al mismo tiempo el protagonista de su propio espacio.

### Desde la sensación y la percepción

Los estímulos que son percibidos a través de los distintos sentidos, es los que podemos definir como sensación, o sea, es la mera detección de la información que proviene del entorno externo (aunque también tenemos sensaciones que se reciben de estímulos internos) y la percepción es un proceso de organización, identificación e interpretación de dicha información sensorial, con el objetivo de comprender lo que sucede en el medio ambiente en el que se desenvuelve y, como parte de un proceso dialéctico de comunicación entre el sujeto y su entorno.

El proceso por medio del cual sentimos algo tiene varias facetas: la recepción de la señal externa que excita el órgano correspondiente del sentido, la transformación de la información en una señal nerviosa, el transporte y modificación que sufra esta señal para llegar finalmente a cerebro y darnos la sensación de haber sentido algo (Braun, 2002, p. 7).

Todas las sensaciones pasan por el sistema cognitivo y la interpretación de estas a través de un proceso muy complejo en donde se entrelazan aspectos como las experiencias y recuerdos previos, la asociación, abstracción, generalización, imaginación, juicio e ideas, entre otros.

Al respecto, Bailly (1979) opina que:

La información y los estímulos del medio no provocan en el hombre idénticas reacciones. Los comportamientos o reacciones individuales varían en función del sujeto, de los tipos de mensaje y del entorno [. ...] Parece pues, que el hombre es susceptible de seleccionar las informaciones del entorno, no reaccionando más que ante lo que le concierne. Cualquiera que sea la forma del mensaje, sólo es posible una comunicación entre un emisor y un receptor en la medida en que ambos compartan cierta comunidad de intereses (p. 16).

La interpretación de la información visual que recibimos a través del sentido de la vista se inicia con la percepción del estímulo visual que desencadena la sensación, siendo ésta una

respuesta directa e inmediata a la estimulación de los órganos sensoriales. Cabe mencionar que la representación mental del mundo se consigue a través de la sensación; pero, sin la capacidad para seleccionar, organizar e interpretar nuestras sensaciones esta representación no sería completa. De acuerdo con Bailly (1979) se puede decir que la percepción es el punto de partida de una síntesis cognitiva, en donde la percepción mental de un sitio no depende solamente de la percepción de imágenes parciales y de los elementos espaciales que tenemos en la memoria, sino que también es simbólica (pp. 32-33). Por lo cual, “La percepción de la ciudad no es, pues, simple. Entre la proyección de estímulos del medio y nuestro comportamiento existe toda una serie de complejos procesos mentales” (p. 19).

Por otro lado, Varela (1999) dice, que el proceso cognitivo realiza el análisis de la información de manera objetiva, o sea desde el razonamiento, pero que también lo hace de manera subjetiva desde los distintos niveles de subjetividad del sujeto, tomando en cuenta los diferentes estados de ánimo del mismo, así como su propia carga emocional al momento de percibir el estímulo sensorial, lo que se traduce en los distintos niveles de significación de la información percibida (p.11).

En otras palabras, el organismo como una red de elementos totalmente co-determinados determina que nuestra mente sea, literalmente, inseparable, no sólo del ambiente externo, sino también de aquello que Claude Bernard denominó el *milieu intérieur*, el hecho de que no solo estamos dotados de un cerebro sino de todo un cuerpo (p. 4).

Una imagen puede tener diferentes lecturas, su significado cambia según el receptor y según el emisor de dicha imagen, pero es importante destacar, que en la comprensión de un mensaje visual influyen la experiencia previa y la formación cultural de las personas.

Munari (1985) dice, que la comunicación visual es prácticamente todo lo que ven nuestros ojos; pero todas las imágenes que percibimos tienen distinto valor y nos dan diferentes informaciones de acuerdo con el contexto en que se encuentran. Asimismo, afirma que una comunicación casual puede ser interpretada libremente por el que la recibe. En cambio, una comunicación intencional debería ser recibida en el pleno significado de la intención del emisor. La comunicación visual intencional puede, a su vez, ser examinada bajo dos aspectos: el de la información estética y el de la información práctica (pp.79-80).

### Transculturalidad en la interpretación

Como hemos mencionado anteriormente, los gráficos urbanos han sido diseñados, fabri-

cados y ubicados con distintas intenciones, a veces funcionan como señales o indicadores, otras veces son letreros informativos; algunos tienen fines comerciales o propagandísticos o bien son meramente decorativos. Sin embargo, todos y cada uno de ellos provocan en el sujeto múltiples y diferentes sensaciones, las cuales se traducen en emociones que se entrecruzan durante su interpretación creando distintos significados.

Por lo cual, se puede decir que la percepción de la gráfica urbana puede ser considerada como un elemento importante en el proceso de la transculturalidad de un sitio, cuando con sus múltiples representaciones constituyen parte del universo cultural de sus habitantes y transeúntes, quienes la interpretan a partir de su propio sentir independientemente de la propia intencionalidad del discurso del mensaje visual.

El espacio público de las ciudades debe ser valorado como un elemento esencial del patrimonio cultural, porque su conformación material es la sumatoria de aspectos físicos y simbólicos que, en su conjunto, determinan una personalidad propia al lugar. A lo que (Costa, 1998) añade que la memoria de almacenamiento contendrá toda nuestra cultura anterior a modo de conjuntos de formas potenciales, que a su vez han sido producidas por la lenta sedimentación de experiencias del pasado, más o menos deformadas por el olvido y que constituyen la cultura personal de cada individuo (pp. 15-16).

Un ejemplo representativo que nos puede ayudar a entender la interpretación de la gráfica urbana vista como un fenómeno complejo de comunicación visual, es el caso de los letreros monumentales construidos como objetos gráficos, cuya instalación ha proliferado por diversos lugares de nuestro país.

Las letras monumentales para identificar un destino turístico están de moda, aunque estas esculturas tienen un origen en las colinas de Hollywood, se puede afirmar sin miedo a equivocarnos que fue en México donde esta idea encontró un desarrollo masivo, de ahí nació la tendencia que se ha extendido por todo el planeta, convocando a grandes artistas y diseñadores gráficos para elaborar estos íconos de los destinos y que sirven de escenografía perfecta para eventos, *selfies* y videos que la gente diariamente publica en internet y en las redes sociales (Ramírez, s/f).

Estas letras monumentales han sido un buen pretexto para que algunos artistas hayan podido elaborar espléndidas representaciones con simbolismos propios del lugar, como es el caso del ejemplo de las letras monumentales de la Ciudad de México del “Cejas” producción Grupo Am.



Figura 1. Letras monumentales de CDMX, Concepto y arte: Jorge Cejudo y Miguel de la Torre.  
Fuente: <https://elcejass.com/blogs/urban-art/cdmx-mexico-city-artistic-letters#:~:text=El%20concepto%20surge%20cuando%20nos,trav%C3%A9s%20de%20%C3%A9stas%20intervenciones%20pl%C3%A1sticas.>

El artista Jorge Cejudo alias “Cejas”<sup>1</sup> comenta al respecto (Figura 1) lo siguiente:

El concepto surge cuando nos dimos cuenta de que la identificación gráfica de la CDMX podía replantearse en otros formatos y en otras dimensiones, ante la idea de acercar dicha identificación a los ciudadanos con un carácter artístico a través de estas intervenciones plásticas.

Buscamos que no solamente fueran una escultura sin utilidad, sino que fungieran como un espacio social de convivencia donde la gente puede sentarse, tener sombra y convivir. Elevar el carácter de un logotipo a un sentido social, funcional y artístico que genere identidad y cercanía con los ciudadanos y sus visitantes (Cejudo, s/f).

Estos letreros con los nombres de los lugares, que en un principio han sido instalados con una intención comunicativa de identificación del sitio, han tomado otro sentido al ser interpretados desde los distintos enfoques que les han otorgado los habitantes o transeúntes

---

1. Jorge Cejudo alias “Cejas” es artista plástico y diseñador gráfico, que en su labor plástica se le considera un artista multidisciplinar ya que ha incursionado en técnicas tradicionales de pintura, dibujo, grabado y escultura, instalación, muralismo, así como procesos digitales, video, animación y fotografía. Como diseñador ha experimentado más allá del gráfico como diseñador de producto, arte objeto, interiorismo y urbanismo. Paralelamente a su labor artística dirige “*in-dice*” su estudio de comunicación visual.

del lugar. Suelen situarse en lugares emblemáticos de la ciudad con la finalidad de que los visitantes de la ciudad encuentran atractivo hacerse fotos junto a ellos para subirlos posteriormente a sus redes sociales. El sentido de identificación de estos objetos gráficos se ha ido transformando y su función ha variado hasta ser considerados como objetos artísticos para embellecimiento del lugar. También cabe reconocer que han sido utilizados como artículos de promoción del turismo o bien como objetos de un acto político o hasta de un rito religioso.

Como ejemplo de esto (Figura 2), el pasado 13 de octubre de 2017, en el periódico *El Sol de Tijuana*, aparece un escrito de Laura Bueno:

### **Tiene la ciudad, segundo letrero de Tijuana**

Tijuana.- En un proyecto conjunto del sector económico y de comercio, se develó la segunda escultura memorial “Tijuana”, en una ceremonia protocolaria, encabezada por el presidente de la Cámara de Comercio local (Canaco), Mario Escobedo Carignan.

El letrero está ubicado en la glorieta de bulevar Américas en la delegación La Mesa (Bueno, 2017, s/p).



Figura 2. Acto político para la inauguración del letrero de Tijuana. Foto: José Luis Camarillo. Fuente: <https://www.elsoldetijuana.com.mx/local/-/916893.html>

También tenemos ejemplos como cuando las Letras Monumentales con un sentido sensacionalista, (Figura 3) son instaladas en ciertos lugares y aparecen noticias en los periódicos como se muestra a continuación:

**Tlaxcala, Tlax., a 01 de septiembre de 2020 (Redacción).** Las letras monumentales de Ixtenco llegaron a la comunidad Yumhu, estas letras colosales serán instaladas en próximos días en el centro de la población a fin de mejorar la imagen urbana y ofrecer fotos de postal para los visitantes que lleguen a esta demarcación

Las autoridades del bastión Otomí indicaron que, con la instalación de las letras y la fuente danzante, se busca detonar el turismo y así lograr una mayor derrama económica en esta materia.

Miguel Ángel Caballero Yonca, Presidente Municipal de Ixtenco, detalló que será en cuestión de días en que estos atractivos turísticos, serán develados a la población de Ixtenco, refirió que, aunque el Estado de Tlaxcala pasó a semáforo amarillo, las medidas sanitarias no se relajarán en la demarcación, por lo que conminó a la población, a que cuando estos atractivos turísticos sean develados, se tomen todas las medidas sanitarias correspondientes (Línea de contraste, 2020).



Figura 3. En próximos días serán inauguradas en conjunto con la fuente danzante  
Fuente:<https://www.lineadecontraste.com/llegan-las-letras-monumentales-a-ixtenco/>

Se puede interpretar cómo la intención de este tipo de letreros monumentales que han sido instalados como signo de identidad, se ha distorsionado y cómo han adquirido distintos significados.

Recordando una charla con Abraham Moles, en su visita a la UAM Azcapotzalco, en donde exponía cómo en este tipo de casos, se hacía lo que el llamaba la dolarización del sitio al convertirlo en un lugar en donde no sólo se encuentra aquel objeto de *Letras Monumentales*, (Figura 4) sino que también alrededor se han instalado algunos vendedores ambulantes con diversas mercancías, y en donde el mismo acto de la toma de la fotografía con el letrero, se ha convertido en un negocio para quienes organizan a la gente para la toma individual o de grupo, y en donde ellos mismos se prestan para ayudar a tomar la foto con el celular del cliente a cambio de una propina.

Así como este ejemplo de las letras monumentales, al transitar por las calles de la ciudad se encuentran muchas otras representaciones visuales que muestran el sentido y significación de la comunicación visual, poniendo de manifiesto los diferentes niveles de percepción e



Figura 4. Letras monumentales en Puerto Vallarta.

Fuente: <https://vallartalifestyles.com/puerto-vallarta-celebrates-new-landmark/>

interpretación que existe, como lo señala Matlin (1996), al ser un proceso de relación directa entre el sujeto y el objeto, en donde con la cotidianeidad de la percepción del mismo estímulo visual cambia y se altera su significado.

Este tipo de reacciones ocurren frecuentemente con los anuncios publicitarios los cuales pierden su efectividad de impacto visual con el tiempo, al convertirse en un elemento más del paisaje escenográfico de un sitio perdiendo así su efectividad, razón por la cual deben ser cambiados con cierta frecuencia para cumplir su función, lo cual no ocurre con las señales de tránsito las cuales, en un inicio, son percibidas e interpretadas con detenimiento para comprender su significado y que, una vez aprendidas su función informativa se lleva a cabo de manera rápida y eficaz y ya no es necesario realizar un mayor esfuerzo en el proceso cognitivo del mensaje visual.

Finalmente, se puede decir que los gráficos urbanos al ser analizados desde los distintos enfoques en que son interpretados, pueden ser entendidos como un fenómeno complejo, vistos desde su representación formal como signos, o también de acuerdo a su funcionalidad práctica como pueden ser las señales de tránsito, o bien los anuncios publicitarios y su impacto comercial que, como parte del contexto en que se ubican, pueden cambiar su sentido práctico y tomar nuevos roles de acuerdo a su significado. Estos mismos mensajes visuales pueden llegar a ser interpretados y significados como símbolos representativos de un sitio o como decoraciones escenográficas del mismo.

Lo importante es entender es que todos y cada uno de los elementos visuales que encontramos en el contexto urbano comunican, ya que intrínsecamente llevan un mensaje en su propia representación visual, que a su vez son interpretados desde distintos enfoques por el sujeto con el que interactúan.

El estudio transdisciplinario enriquecerá el conocimiento de la ciudad, lo cual puede ser un gran apoyo en la creación de distintas intervenciones en cuanto a la organización de espacios, desarrollo de edificaciones, de elementos mobiliarios, de transporte, así como de procesos de comunicación, las cuales se verán enriquecidas con los distintos enfoques disciplinarios que podemos encontrar en las diversas interpretaciones de los múltiples sujetos que la viven y la utilizan como parte de su cotidianeidad.

### Referencias

- Bailly, A. S. (1979). *La percepción del espacio urbano*. Instituto de Estudios de Administración Local.
- Braun, E. (2002). *El saber y los sentidos*. FCE.
- Bueno, L. (13 de 10 de 2017). Tiene la ciudad, segundo letrado de Tijuana. *El Sol de Tijuana*, <https://www.elsoldetijuana.com.mx/local/-916893.html>.
- Cejudo, J. (s/f). *Letras artísticas CDMX*. Jorge Cejudo (Cejas). [lcejas.com/blogs/urban-art/cdmx-mexico-city-artistic-letters#:~:text=El%20concepto%20surge%20cuando%20nos,través%20de%20éstas%20intervenciones%20plásticas](http://lcejas.com/blogs/urban-art/cdmx-mexico-city-artistic-letters#:~:text=El%20concepto%20surge%20cuando%20nos,través%20de%20éstas%20intervenciones%20plásticas).
- Concepto. (2021). *Comunicación visual*. Concepto. <https://concepto.de/comunicacion-isual/#ixzz6HCMuXp3G>
- Costa, J. (1998). *La esquemática. Visualizar la información*. Paidós.
- Chernov, I. (1987) *Historical Survey of Tartu-Moscow Semiotic School* en H. Broms y R. Kaufmann, eds., *Semiotics of Culture*. Proceedings of the 25th Symposium of the Tartu-Moscow School of Semiotics, Helsinki: Arator, 1988, 7-16
- Haidar, J. (2022). Epistemologías críticas de vanguardia para la semiótica: diálogos recursivos entre procesos cognitivos y emocionales. *Memorias digitales del 2º Seminario Internacional de Aproximaciones y Fabulaciones de la semiótica en el diseño y las artes* (p. 13). UAM-A. <http://hdl.handle.net/11191/9252>
- Línea de contraste. (1 de 09 de 2020). *Llegan las letras Monumentales a Ixtenco. Línea de contraste, periodismo con visión*, s/p.
- Lotman, I. (1998). *La semiosfera II. Semiótica de la cultura, del texto, de la conducta y del espacio*. Cátedra.
- Maiztegui, B. (19 de julio de 2020). El espacio urbano como soporte gráfico para la expresión ciudadana. *archdaily.mx*. [https://www.archdaily.mx/mx/943413/el-espacio-urbano-como-soporte-grafico-para-la-expresionciudadana?ad\\_source=search&ad\\_medium=search\\_result\\_articles](https://www.archdaily.mx/mx/943413/el-espacio-urbano-como-soporte-grafico-para-la-expresionciudadana?ad_source=search&ad_medium=search_result_articles)
- Matlin, M. W. (1996). *Sensación y Percepción*. Prentice Hall.
- Nicolescu, B. (2006). Transdisciplinariedad: pasado, presente y futuro. 1a parte. *Visión Docente Con-Ciencia*, VI (31), 15-31.
- Nicolescu, B. (2009). *La Transdisciplinariedad-Manifiesto*. Multiversidad Mundo Real Edgar Morin, A.C.
- Olalde, M. T. (2021). *La interacción significativa de los gráficos urbanos de la ciudad en la identidad de sus habitantes*. <http://hdl.handle.net/11191/8702A>.
- Ramírez, M. (s/f). *De México para el mundo: Las Letras Monumentales de Clores: Galería Fotográfica*. NOTIHoteles. <https://notihoteles.com/las-letras-monumentales-de-mexico-para-el-mundo-galeria/>
- Varela, F. (1999). *El fenómeno de la vida. Cuatro pautas para el futuro de las ciencias cognitivas*. Rider/Ramdom House.
- Villar, F. (2003). *Psicología cognitiva y procesamiento de la Información*. Psicología Evolutiva y Psicología de la Educación. <http://www.ub.edu/dppsed/fvillar/>