



Universidad Nacional Autónoma de México
Escuela Nacional de Artes Plásticas

Apuntes de una revisión documental sobre la estructura de un cartel.

Tesis que para obtener el título de licenciada en Diseño Gráfico presenta:

Martha Araceli Tovar Velázquez

Director de tesis: Maestro Juan Antonio Madrid Vargas

México, Distrito Federal 2000.



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
SECRETARÍA DE CULTURA
ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLÁSTICAS
XOCHIMILCO D.F.

21/5/2000



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A:

Rodolfo Tovar Ortiz^t

y

Rosalinda Velázquez N.

Gracias:

Marco, Gaby, Rosy,
Nidia, Vanesa, Frida,
a la familia y a todos
los que contribuyeron
en este proyecto.

Especialmente a:
Claude Broquet.

Índice

Introducción

I. El cartel ,significación y sentido.

- 1.El cartel, técnica de comunicación
2. Características
3. Líneas temáticas

II. Lenguaje fundamental del cartel.

1. Concepto
2. Síntesis
 - a. Imagen
 - b. Tipografía
 - c. Color
 - d. Técnica

III. Elementos conceptuales en su estructura

1. Función
2. Códigos
3. Mensaje
4. Efectos

IV. El cartel mexicano y sus protagonistas.

1. José Guadalupe Posada
2. El taller de la Gráfica Popular
3. Gabriel Fernández Ledesma y Francisco Díaz de León
4. Francisco Heppens Helguera
5. Josep Renau
6. Cartel chicano
7. Miguel Prieto
8. Vicente Rojo
9. Movimiento estudiantil de 1968
10. Imprenta Madero
11. Rafael López Castro
12. Luis Almeida

13. Germán Montalvo

14. Eduardo Tellez

15. Patricia Ordoñez.

Reflexiones del cartel en los años ochentas y noventas.

V. Metodología aplicada para la materialización del diseño

1. Método proyectual

2. Realización del proyecto

CONCLUSION

BIBLIOGRAFIA

INTRODUCCIÓN

El Diseño Gráfico está pasando por un cambio grande e importante, cambios y transformaciones involucradas con el desarrollo tecnológico que cada vez facilita nuestra actividad en cuanto a la rapidez en la ejecución técnica del trabajo, el almacenamiento, la transformación, la búsqueda y la creación de imágenes. Estas transformaciones tan envolventes en la forma de trabajar algunas veces nos confunden, ya que ha logrado que nos enfoquemos y nos enfrasquemos solamente en la técnica y le lleguemos a dar un uso no muy bueno, un abuso de la facilidad y de los archivos de imágenes que tenemos a nuestro alcance, haciendonos olvidar lo importante: el conocimiento de los principios del diseño que son la base para lograr la transmisión de un verdadero mensaje. En este sentido no hay que olvidar las palabras que alguna vez mencionó Michael Peters: "lo que es posible es técnico, lo que es pensable es cultural y el diseño es la combinación de las dos cosas".

La elección del tema del presente proyecto nace por la inquietud de poner en claro un cuerpo de datos que en base a la experiencia estudiantil particular considero básicos para la producción de un cartel. Datos que de acuerdo a determinadas características conforman la estructura formal de este; es información importante que de una u otra manera nos da la pauta para especificar criterios en su diseño, tanto para su interpretación como para su solución. Todo esta información podrá parecer un tanto obvia para quienes han estudiado y practicado el diseño, pero son conocimientos que por parecerlo, les vamos restando importancia al momento de ponerlos en práctica; sobre todo en esta etapa en la que el diseño gráfico esta pasando por cambios grandes e importantes, cambios y transformaciones involucradas con el desarrollo tecnológico que cada vez facilita nuestra actividad en cuanto a la rapidez en la ejecución técnica del trabajo, el almacenamiento, la transformación, la búsqueda y creación de imágenes. Estas transformaciones tan envolventes en la forma de trabajar algunas veces nos confunden, ya que han logrado que nos enfoquemos y enfrasquemos solamente en la técnica y le

demos un uso no adecuado, un abuso de la facilidad y de los archivos de imágenes que tenemos a nuestro alcance, haciendonos olvidar lo importante: el conocimiento de los principios del diseño, que son la base para lograr la transmisión de un verdadero mensaje.

Teniendo esto en cuenta, muestro este trabajo con la intención de hacer presente la importancia de los elementos que son útiles en la estructuración del cartel, que también en la mayoría de los casos se pueden adoptar a cualquier tipo de diseño. Y hay que aclarar que no se trata de dictar reglas, y recordar que las soluciones y los elementos a utilizar de cualquier diseño están siempre en función del mensaje que se necesite dar.

En este trabajo se mencionan los elementos que conforman de una u otra forma la estructura del cartel, mismos que es indispensable conocer y asimilar para tener un apoyo en la búsqueda de una solución al problema de diseño; en este caso, la elaboración de un cartel de danza; siempre teniendo en cuenta que nuestro objetivo es el de responder con mayor eficacia a las necesidades de comunicación visual.

El objetivo de esta tesis es presentar elementos fundamentales en la estructuración del cartel, ofreciendo un marco de conocimientos básicos que sean de utilidad para la realización de éste.

El presente proyecto se preparó con el fin de servir de apoyo a quienes busquen conocer esta área de diseño, teniendo la intención de que sea una fuente más de acceso al material que sobre el tema existe, un punto de vista acerca del cartel y los factores que intervienen en su realización. Resultado de la experiencia que como estudiante de la carrera de diseño gráfico obtuve. Con el propósito de que esta recopilación de datos sea de utilidad para el estudiante y que de alguna manera pueda contribuir a la visión que se vaya formando sobre el tema.

No es fácil entrar en el ámbito del cartel de forma sistemática dada la variedad de factores que abarca, siendo este el representante más antiguo del lenguaje gráfico. El significado y sentido del cartel son el punto de partida para dilucidar los elementos que lo conforman, ya que es uno de los medios gráficos más utilizados en la comunicación, es uno de los más complejos y ha llegado a ser uno de los más fieles y directos. Por ello en el primer capítulo recalcamos la importancia que tiene el cartel como medio de comunicación y hacemos un recordatorio del proceso comunicacional.

Aunque hablar de las características y cualidades relacionadas con el cartel requerirá en cada caso de un estudio más amplio, en este apartado la investigación está enfocada a mencionar los principios básicos que actúan directamente en él.

Teniendo en cuenta la interacción del cartel con el medio externo y la gran ayuda que da en todos los ámbitos sociales, mencionamos las líneas temáticas con las que se relaciona el cartel.

Existen puntos que se presentan como indispensables, como principios básicos, para transmitir el mensaje que queremos expresar a través del cartel: el concepto y la síntesis, sin olvidar también aspectos como la imagen, la tipografía, el color y la técnica. Partes fundamentales no sólo para el cartel sino para todo tipo de comunicación gráfica, tratados todos ellos en el segundo apartado.

En el tercero se señalan los códigos, sus funciones, los mensajes y la manera como se relacionan estos elementos conceptuales para darnos cuenta de la importancia de su manejo; lo que permitirá una lectura coherente del cartel.

Los apuntes reunidos en el cuarto apartado abordan brevemente la historia del cartel en México y las personas que de alguna manera han contribuido a su evolución y enriquecimiento, así como una sección en la que se muestran ejemplos de la producción cartelística de los años ochentas y noventas, sin juzgar su eficacia ni calidad, sólo tratando de dejar constancia de lo que encontramos en las calles de nuestra ciudad.

En el último de los apartados muestro el proceso metodológico que se siguió para la conformación de un cartel de danza. En esta parte doy cuenta de la importancia de esta estructuración de elementos que nos permite la clarificación y el ordenamiento lógico de los pasos a seguir para la conformación de el cartel.

"Todas las artes conmueven, pero sólo algunas aspiran a la inmediata movilización. El cartel es hijo de la más conspicua de ellas: el diseño gráfico."

Rafael Vargas.

CAPÍTULO I

El cartel significación y sentido.

El lenguaje escrito y hablado es el medio más utilizado en la comunicación, sin embargo no es el único. Entre los muchos medios de que existen está el lenguaje gráfico.

Como todo lenguaje, este se manifiesta a través una acción creadora, para tener una acción activa con el mundo que nos rodea, provocando la necesidad de comunicación. Desde sus orígenes el hombre ha estado condicionado por la capacidad que desarrolle para transmitir sus necesidades, una de las formas expresivas que le ha sido útiles es la creación de imágenes. Esto es, el lenguaje gráfico.

Una de las formas del lenguaje gráfico es el cartel. Este nace de la imaginación y de una constante búsqueda de comunicación masiva: armoniza, al mismo tiempo, el entorno natural y social, y crece con una tradición pictórica por su vinculación a las expresiones artísticas clásicas (los primeros carteles fueron realizados por pintores) .¹ En la composición y en la representación formal del cartel vemos cómo los principios pictóricos de las distintas corrientes artísticas van influyendo en su configuración: las zonas de colores planos (fauvismo), la simultaneidad de planos (cubismo), la representación de movimiento (futurismo), la composición no figurativa (abstracción) la reintroducción de la iconografía (arte simbolista), etc.. Con todas estas influencias el cartel va descubriendo sus perfiles y estableciendo los valores e ideales que lo conforman, tal y como hoy lo conocemos.

Los siguientes son ejemplos de carteles realizados por reconocidos artistas que dieron forma a lo que hoy conocemos como cartel:

¹ Después de 1871 se le reconoció cierto rango a esta forma pictórica y en la última década del siglo XIX, se realizaron los primeros estudios y recopilaciones de carteles en Europa.

Cartel: Loie Fuller en el Bergere de Jules Chéret.

FOLIES-BERGÈRE



Cartel: La revue blanche de Pierre Bonnard



Cartel: Reine de Joie de Victor Joze de Toulouse-Lautrec



Bueno, bonito, barato, útil y de ser posible original y, si puede también ayudar a modificar malos hábitos o sugerir nuevas y mejores posibilidades de habitar o pensar en este mundo, mejor. Esto es lo que constantemente se pide a los diseñadores. Para cumplir satisfactoriamente esas demandas se necesita primeramente conocer lo que es un cartel:

Catalogado como una de las ramas del diseño gráfico, el cartel es un medio masivo de expresión gráfica: es un lenguaje que nos comunica, a través de imágenes, algún mensaje; transmite información y, al mismo tiempo, la intención de lograr una actitud determinada.

En él, las imágenes se estructuran dentro de un contexto bidimensional de gran tamaño, en donde los mensajes que se plasman sobre una superficie plana son los que darán valor al cartel, con una utilización inteligente de las imágenes creativas.

La información se maneja conforme a señalamientos precisos sobre hechos o eventos relacionados con la vida social. Generalmente, en los carteles se transmiten datos precisos como fechas, lugares, direcciones, horarios, que tienen que ver con los mensajes transmitidos. Con esa información se esperan conductas relacionadas con el mismo y la comprensión de hechos o fenómenos. Lo mas importante es que la transmisión de esta información tiene ante todo que ser verdadera si se quiere obtener una conducta afín al mensaje. En un cartel se sintetiza el entendimiento y la selección, se comprende y se simboliza el contenido de la información, y depende de valores psicológicos como lo son la percepción, la sensación y la imaginación así como del sentido de utilidad.

El cartel habita en los muros: es un medio gráfico popular. Como tal, es un reflejo y testimonio de circunstancias actuales, es información visual que se ayuda de signos, colores y símbolos para satisfacer necesidades reales de comunicación informativo-persuasiva y duradera.

"Por su gran radio de acción demográfico y a su consecuente popularidad, el cartel corporiza el espacio publicitario por esencia y excelencia."

Juan Acha.

1. El cartel, técnica de comunicación.

El cartel es una técnica de información visual, que responde a la necesidad de difundir conocimiento e información. Su interés es el de ser un puente de diálogo y su preocupación es si se alcanza y se establece realmente una comunicación. Y aquí resulta indispensable diferenciar la comunicación de la información; la comunicación es un acto y la información su producto. La comunicación es un acto que puede ser a veces paradójico en el sentido de que tanto su fracaso como su éxito pueden ser igualmente productores de información.

El cartel se encuentra dentro del tipo de comunicación de carácter colectivo y social, en el que el mensaje es recibido por un gran número de personas y emitido por unos cuantos.

Esta comunicación se da a través de imágenes que, acompañadas de factores como el tamaño, la ubicación y el color, forman también su lenguaje.²

El tamaño puede en un momento dado reflejar el contenido y es relativo al contexto.

La ubicación en el contexto también tiene implicaciones comunicativas, entendiendo como contexto las circunstancias que lo rodean como el ambiente político, ideológico, anímico, artístico, etc.

El color, propiedad de la imagen es también un elemento de comunicación importante como medio de atracción y contenido, ya que está impregnado de gran cantidad de significados con los cuales podemos obtener sugerencias y representaciones alusivas al significado.

² Beltrán Félix. *Acerca del Diseño*. Consideraciones sobre su lectura. Conferencia en la UPEC, 1973. Pág. 21

El cartel es una técnica de comunicación visual, por medio de la cual "regulamos el ajuste de la forma gráfica de los mensajes a las condiciones de su comunicación concreta".³ Para lo cual debemos de estar enterados de los principios semióticos de comunicación visual. El conocimiento del proceso comunicacional es de gran relevancia para cualquier actividad. Estar al tanto de las diferentes teorías y cómo estas se complementan para ayudar a estructurar mensajes eficaces, es también importante en el área de diseño.

Sólo para recordar, mencionaremos que la comunicación es un proceso en el que consideramos tres elementos necesarios: el emisor, el mensaje y el receptor. El emisor, que a su vez lleva a cabo una función receptora (ya que tiene que codificar cierta información que recibe para poder emitirla) envía un mensaje por un canal (que en este caso es el cartel) y el receptor es quién recibe el mensaje emitido, y es también un emisor ya que al recibir el mensaje y decodificarlo emite una respuesta. El mensaje lleva a cabo tres funciones primordiales: transmitir, amplificar y conservar la información.

El receptor juega un papel importante y determinante en el cumplimiento de esta comunicación dada a través de mensajes visuales. La saturación visual y la memoria de este receptor son los elementos que pueden condicionar la comunicación.

La comunicación es efectiva cuando del receptor obtenemos una respuesta y cuando esto sucede el proceso comunicacional se convierte en un proceso retroalimentador, dándonos cuenta de ello cuando los receptores se muestran interesados en el mensaje y expresan sus respuestas en conductas.

A través del cartel con este proceso, lo que se intenta es influir en el receptor para obtener dos de las más importantes y posibles consecuencias: informar y/o persuadir.

Existe una disciplina que nos permite el estudio y relación de los elementos que integran un mensaje: la semiótica. El elemento más

³ Cháves Norberto. *Diseño y comunicación*. III Artes aplicadas y Diseño. dos modelos. El diseño gráfico como técnica de comunicación P.114

importante en esta materia es el signo, ya que con él expresamos directa o indirectamente un pensamiento, funcionando así como un elemento comunicativo, es un intermediario entre la imagen y el concepto, siendo el signo fundamental en un lenguaje gráfico.

Estructuramos visualmente la información a través de signos. Charles Morris⁴ nos da una clasificación que nos ayuda a conocer las diferentes interrelaciones del signo:

- a) Semántica: estudia el signo en relación con lo que significa.
- b) Sintáctica: estudia el signo en relación con otros signos,
- c) Pragmática: estudia al signo con relación así mismo, su origen, efectos y usos y su relación con el usuario.

Cuando comunicamos por medio del cartel lo que hacemos es un tratamiento de la información; la plasmamos en él a través de un proceso de simplificación, la simplificación junto con el contraste y la composición son factores que Félix Beltrán nos propone como los factores más importantes para lograr una comunicación.

"Estos elementos hacen comprender mejor el mensaje, motivar sentimientos y facilitar la memorización de las informaciones transmitidas".⁵

Simplicidad: lo simple es fácil y rápido de percibir.

Composición: se refiere al ordenamiento de los elementos para crear un centro de interés y se retiene más que los demás elementos dispersos.

Contraste: las diferencias visibles entre dos formas, tonos o estructuras atraen más la atención del ojo humano y permiten

⁴ Charles Morris, seguidor de Charles Sanders Peirce, en su estudio de los fundamentos para una teoría general de los signos para una semiótica; cuyas aplicaciones se extienden por todos los campos comunicacionales.

⁵ Acerca del diseño, Op. cit. p.63

establecer niveles de importancia visual y por lo tanto de contenido.

Claro que estos elementos se utilizan o son efectivos siempre y cuando sirvan para acentuar visualmente una idea. Van a depender siempre de las exigencias y necesidades del contenido del mensaje.

2. Características.

La principal característica mencionada ya por Ikko Tanaka⁶ es antes que nada que se realiza sobre un pliego de papel, con las diferentes variantes de tamaño. El mensaje que se tenga que transmitir debe describirse en soportes de gran dimensión, esto aunado a una de las exigencias del cartel: el gran alcance visual.

Existen tres características que son la base fundamental en la construcción de un cartel: la sencillez, brevedad y concisión.

La sencillez: En relación a la construcción de su estructura y de sus elementos. A través de ella se pueden traducir aún los conceptos más complicados de manera que sea de fácil acceso para el común de los receptores. La lectura de un cartel no va a ser más completa mientras más elementos contenga.

La brevedad: Se logra cuando transmitimos un gran número de ideas con menor número de elementos. "Requiere de una comunicación inmediata, lo cual está lejos de implicar un rebajamiento cualitativo."⁷

La concisión: El mensaje que transmitamos debe de ser directo y por consecuencia claro, como base de comunicación.

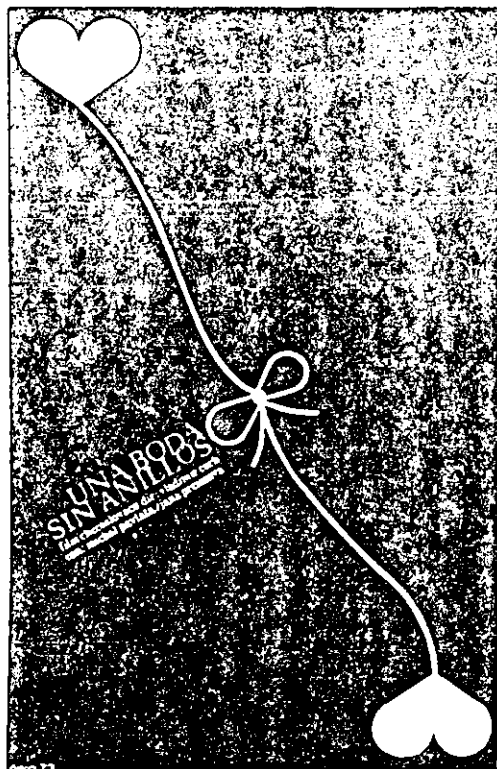
Estas últimas son esenciales porque la información que transmitamos debe de ser recibida en el menor tiempo posible de lectura y de una manera directa.

Un ejemplo del manejo de estas tres características lo podemos ver en el siguiente cartel:

⁶ Ikko Tanaka. *4ta. Bienal del cartel*. Museo Franz Mayer. Pág. 25

⁷ Acerca del diseño, Op. cit. p.15

Cartel: Una boda sin nudos de Pérez Ñiko.



Marco estas características como principales porque el cartel al situarse en un lugar público en donde las personas pasan delante de ellos, se necesita de una comunicación veraz, breve y directa así la lectura rápida que se haga tiene que captar lo esencial del mensaje.

Aunados a estas características existen dos elementos más que no pueden dejarse de lado para la creación de un cartel y creo que de cualquier diseño:

El impacto perceptivo: Consiste en atraer la atención. Captar la atención es determinante, es el propósito del cartel y ésta se debe dar a través de los elementos visuales que se fijan en el recuerdo de los receptores e incite a la acción. "El estímulo que más atrae la atención

es el que se destaca más, o que refleja la más fuerte necesidad por parte de quien o recibe."⁸ Hay que tener en cuenta que estos estímulos que transmitimos para atraer la atención de las personas son los mismos para todos, pero no se obtiene la misma respuesta de ellas.

En este punto existe un fenómeno llamado apropiación exploratoria que consiste en el ajuste de la atención, que no es estable, va de un motivo a otro y puede producirse voluntaria o involuntariamente. La primera es cuando se está buscando esa información y la segunda es promovida independientemente de nuestra atención, también llamada atención de orden sensitivo y de orden emotivo.

El valor estético: A través del cartel, como lo mencionamos anteriormente, damos informaciones mediante un lenguaje que puede proporcionar una experiencia enriquecedora en muchos aspectos. Este lenguaje se da en la manera en la que organizamos espacios, formas, dimensiones y coloridos de manera óptima.

La estética está siempre presente de una u otra manera en la actividad diaria de una sociedad. En el cartel se presenta como un ejemplo que contribuye en gran medida en la transmisión adecuada del mensaje, siendo un elemento de atracción hacia el receptor por medio de sus cualidades estéticas.

"Por medio del cartel creamos experiencias visuales que enriquecen la vida cotidiana proponiendo un sin número de relaciones visuales que enseñan a sentir, y formas de representación de mensajes que enseñan a pensar".⁹

⁸Beltrán Félix, *El cartel como cartel*. Interés y legibilidad. Pags. 32-35

⁹ Adelaida de Juan. *Pintura y diseño gráfico de la revolución*. Función estética. p.241 Acha Juan. *Arte y sociedad latinoamericana: las nuevas superficies gráficas*. B. El cartel. Pág.241

3.Líneas temáticas.

En el objetivo principal del cartel como estructura comunicacional, está en todo momento el receptor que necesita de un contacto constante con la realidad concreta; lo cual implica renovar la información con cierta periodicidad para tener un contenido actualizado. El cartel da cumplimiento a esta necesidad, ya que obedece a los intereses del comercio, a los grupos políticos y a los culturales.

El cartel como medio comunicacional masivo sirve para cubrir necesidades e intereses diversos de la sociedad. De esta manera y siguiendo las palabras de Juan Acha tenemos que el cartel sigue líneas temáticas específicas de acuerdo a las necesidades de la sociedad como son: el comercio, la política y la cultura; en donde el primero vende, el segundo adoctrina y el último educa.

"El cartel siempre anuncia, algunas veces informa sobre una novedad y otras propaga lo conocido novedosamente".¹⁰

El cartel comercial.

En el cartel comercial el mensaje que se trata de transmitir es con respecto a la promoción de un producto dándole a éste características específicas para promover su consumo, recordando algunas veces las ventajas del producto y el prestigio que deriva de su consumo, dando con esto también un sello a la imagen empresarial que maneja el producto.

Este cartel surge con la misión de crear necesidades como la del consumo del producto o servicio o bien, la de identificar o satisfacer una necesidad con un producto o marca determinada. Generalmente en este tipo de cartel se utiliza la imagen realista y fotográfica, mostrando así al producto o a un personaje incitándonos al consumo.

¹⁰Acha Juan. *Arte y sociedad latinoamericana: las nuevas superficies gráficas*. B. El cartel. Pág.241
David Victoroff, nacido en 1914, Doctor en letras y profesor de la facultad de letras de la universidad de Caen. Especialista en el campo de las relaciones entre la publicidad, medios de comunicación de masas y sociedad moderna.

Aparte de la imagen realista es frecuente el manejo del logotipo o sólo el nombre del producto.

Cartel: Celebrate y cartel: Color de Eliza Schulte respectivamente.





David Victoroff ¹¹ clasifica el mensaje en el cartel comercial en tres tipos, de acuerdo a la premisa según la cual "el significado principal se encuentra en la aparición en el mercado del producto". ¹²

1. Mensaje de aparición (mensaje epifánico): Se refiere al mensaje que divulga la aparición de un producto o variante de él en el mercado.

¹¹ David Victoroff, nacido en 1914, Doctor en letras y profesor de la facultad de letras de la universidad de Caen. Especialista en el campo de las relaciones entre la publicidad, medios de comunicación de masas y sociedad moderna.

¹² Victoroff, David. *La publicidad y la imagen*. b) Principales tipos de imágenes. Pág. 62

2. Mensaje de exposición (mensaje ontológico): El mensaje sólo hace presente el recuerdo del producto.

3. Mensaje de atribución (mensaje predicativo): Consiste en el realce de las cualidades del producto.

El cartel político.

"El cartel político existe en cuanto actúa fuera del sistema comercial, cuando hiere un muro, cuando sacude una sensibilidad pasiva, cuando pasa de mano en mano".

Ida Rodríguez Prampolini.

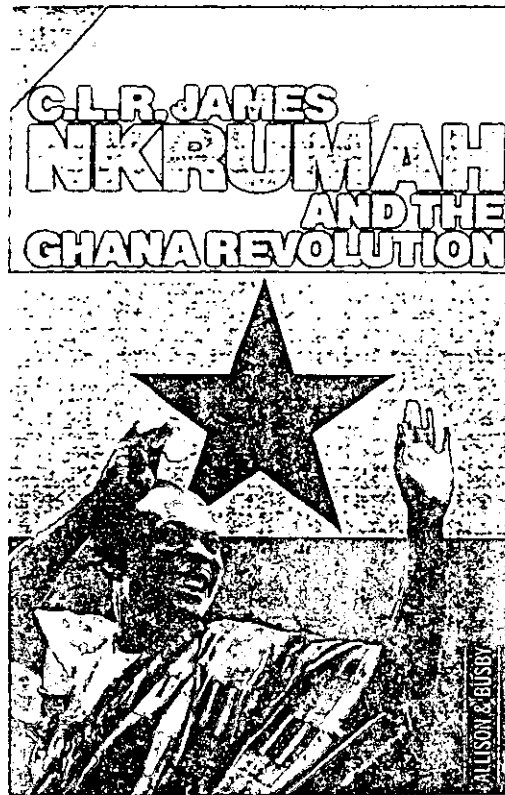
Haciendo un poco de historia mencionaremos que el cartel político tuvo un auge importante a principio del siglo XX, en la gran mayoría de los movimientos revolucionarios que se dieron en Europa, sobresaliendo la evolución de este tipo de cartel en el año de 1919 en Rusia.

En México ha sido un gran instrumento de denuncia desde el siglo pasado al igual que en toda América Latina. En nuestro país, es imposible dejar de mencionar a José Guadalupe Posada que con su gráfica popular contribuyó de gran manera a difundir sobre todo la crítica a los hechos políticos que sucedían.

El cartel político es un medio donde se plasman denuncias, propuestas o elogios políticos y consignas relacionadas con hechos públicos actuales con un mensaje de concientización y con un simple objetivo: obtener una respuesta en relación a nuestras ideologías prácticas.

Dentro de esta línea también encontramos el cartel de tipo subversivo, donde podemos ver carteles que tocan temas como guerras frías o situaciones bélicas, por ejemplo, y con frecuencia tanto en su realización, impresión, distribución y colocación se recurre a la clandestinidad, donde algunas veces la urgencia de transmisión del mensaje afecta el diseño del cartel: importando más la difusión del mismo.

Cartel: NKURUMAN AND THE GHANA REVOLUTION. Diseñador desconocido.



Como testimonio de hechos políticos y sociales contiene una expresión crítica que nos da una línea a seguir en la difusión de demandas de algún movimiento.

El cartel cultural.

En el cartel cultural se difunden mensajes relacionados con servicios culturales, educacionales así como temas relacionados con la modificación de conductas colectivas. Sus ejemplos los tenemos en las campañas públicas el ahorro de luz o agua, de salud, de educación, de algún servicio cultural como teatro, danza, cine, museos, bibliotecas, y los llamados de "bien público", como el antitabaquismo, que en la mayoría de los casos el costo de producción corre por

cuenta del estado o de entidades privadas en donde uno de sus objetivos es el de crearse cierta imágen.

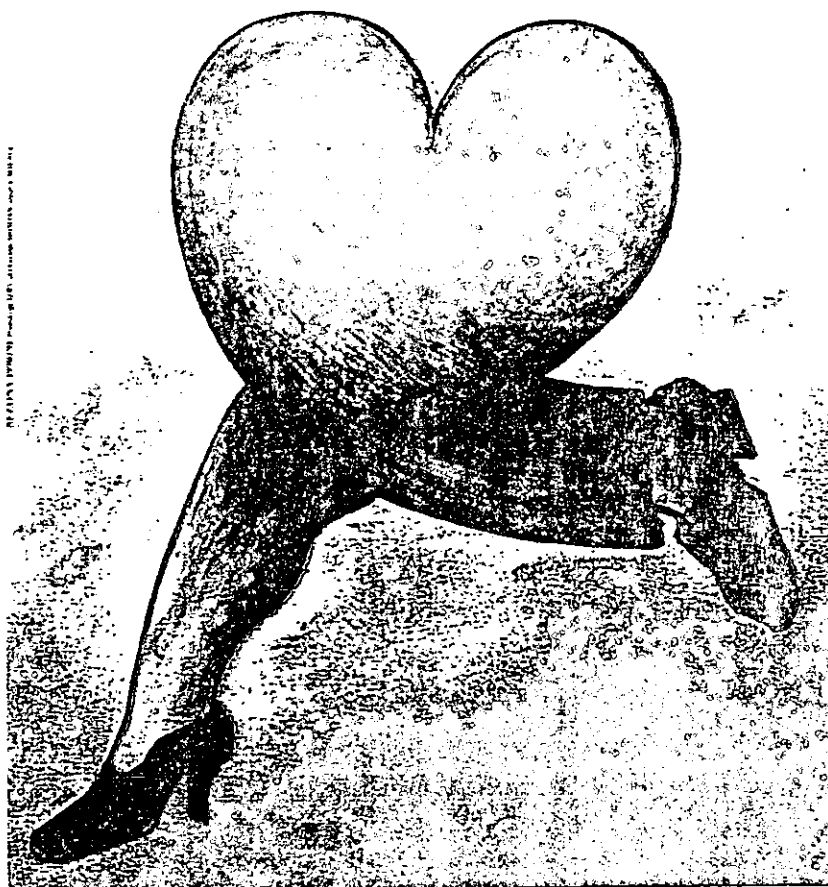
Cartel: Luzbezen teatro Celje por Joze Domjan.

LUBEZEN

SCHISGAL MURRAY

Režiser DUŠAN MLAKAR

prevajec JANKO MODER, scenografka In
kostumografka META HOČVAR,
liktor MARIJAN PUŠAVC,
glasbeni spremljevalci ILIJA ŠUREV
Igrajo:
ZVONE VGRŽ, DOJAN LIMEK,
DARJA BEKHEMAN



Los llamados carteles de servicio social están auspiciados por entidades públicas (estatales, gubernamentales, partidarios) o privadas que buscan formar también una imagen como empresa, ejemplo de ello o tenemos cuando alguna institución de salud o bancaria promueve eventos culturales como exposiciones o funciones de danza.

Existe también el cartel contracultural que está dedicado a realzar temas como el feminismo, de minorías étnicas o movimientos gay, por ejemplo. Cabe mencionar también los carteles de tipo urbano; que anuncian eventos de carácter popular como los bailes populares o los encuentros de "Lucha libre" creados en un 90% con tipografía y degradados de color.

En conclusión en el cartel cultural se expresa todo lo concerniente al acontecer artístico o intelectual con la inclusión de creencias, arte, costumbres, hábitos y actitudes sociales.

CAPÍTULO II

Lenguaje fundamental del cartel.

En el cartel existen dos principios fundamentales: el concepto y la síntesis. Puntos que contribuyen a darle forma y a su vez ayudan para que de la lectura del cartel (y en general de todo diseño) se pueda llegar a exponer y comprender todo su significado.

En el cartel estos toman más fuerza por los requerimientos que éste tiene: ser un medio de comunicación eficaz, lo cual tiene varias implicaciones como la de ser un medio rápido y directo. A través de ellos nos damos cuenta del poder que tiene la imagen, cuando se maneja correctamente, al igual que la forma.

El proceso de conceptualización y de síntesis está basado en la búsqueda de imágenes concretas, imágenes que estimulen la imaginación visual; éstas nos ofrecen un amplio rango de posibilidades de realización de mensajes en el cartel, surgiendo nuevas asociaciones e ideas, mediante las cuales nos enfrentamos a una gama muy amplia de opciones para el desarrollo del mismo.

1. Concepto.

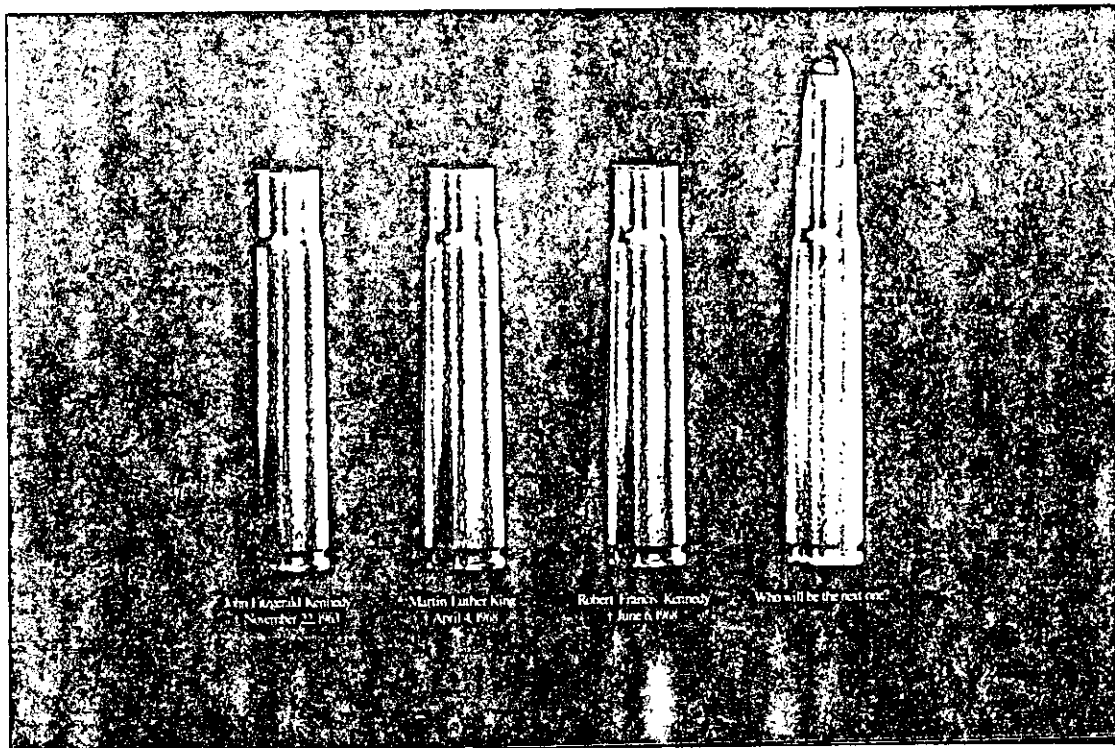
Etimológicamente la palabra concepto viene del latín *concupere*, *conceptum*, que significa algo concebido.

El concepto es una de las formas básicas del pensamiento, es el resultado de una serie de procesos mentales que hacemos. Teniendo esto en cuenta es importante mencionar que el concepto por ser pensamiento viene a ser un conocimiento, una representación intelectual de algo¹³, no lleva en sí los elementos característicos del objeto, sino que su contenido se constituye por las representaciones mentales de ellos.

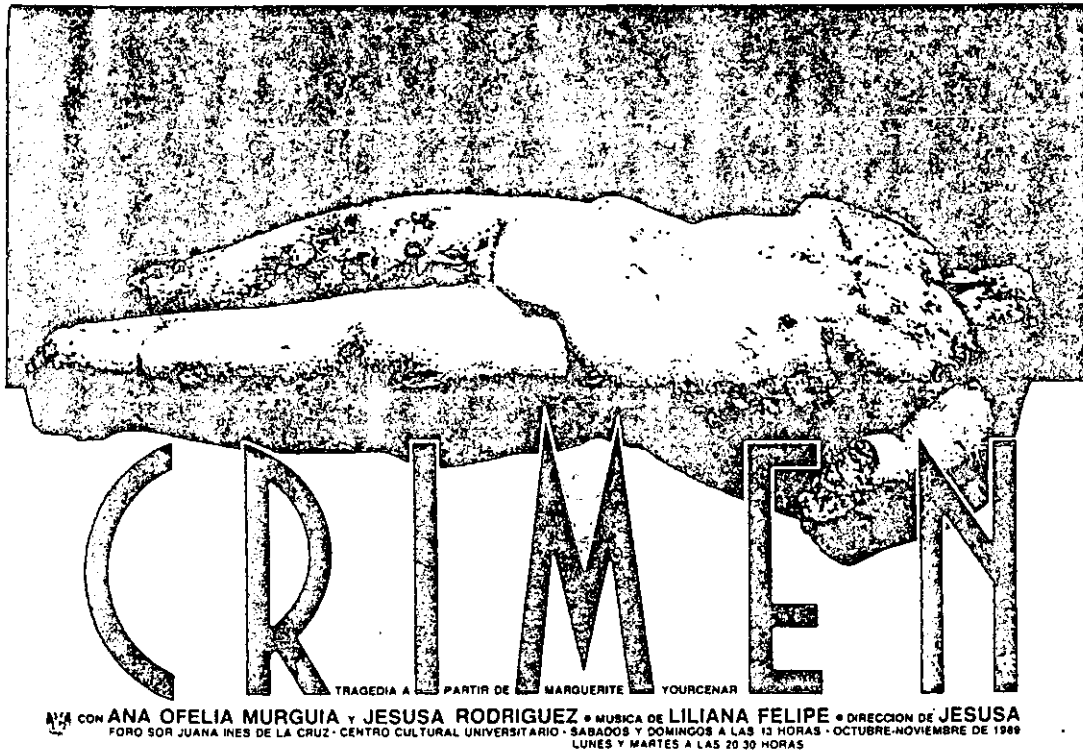
¹³ Alberto Rimoch. *Revista ENLACE Arquitectura y Diseño*. Un concepto. p.52 1994

El concepto contiene la representación de los elementos que se juzgan indispensables para que se considere como tal un objeto, lo que implica que hagamos una observación atenta del objeto que pretendamos conocer, reflexionar sobre las representaciones que vamos adquiriendo o sobre las que ya hallamos adquirido. Es condición necesaria para la comprensión de los juicios, el concepto desempeña este papel cuando constituye la idea exacta de los caracteres de un objeto que lo distinguen de todos los demás. Ejemplo de ello lo tenemos en los siguientes carteles:

Diseñador Erkki Ruuhinen



Cartel : Crimen por Rafael López Castro



Esta etapa esta condicionada por otra que es la de investigación, ya que esta nos dará los elementos necesarios para aceptar o reprobamos ese concepto.

Existen categorías generales mencionadas en estudios referentes al razonamiento sobre el concepto¹⁴, que nos dan la pauta para poder "clasificar" de alguna manera los conceptos. Aquí se nos presentan las diferentes maneras en que un concepto puede referirse a un sujeto u objeto:

1. Por género: cuando nos referimos a los elementos esenciales del sujeto, elementos que también tiene en común con otros.

¹⁴ Principios de lógica. Concepto. p.38

2. Por diferencia: cuando nos referimos a elementos que diferencian de otros.
3. Por especie: cuando nos referimos a la subdivisión del género.
4. Por propiedad: cuando se realiza un elemento que le es exclusivo o característico.
5. Por accidente: cuando se menciona un elemento que no es indispensable.

El concepto es de gran importancia, sobre todo en actividades creativas. No hay que olvidar que siempre ha sido parte importante junto con los procesos de relación, de la formación de la cultura, ya que a partir de él se da un nivel de generalización de comportamiento e ideología.

Al concepto se le conoce como una idea abstracta que se maneja a través de un proceso metodológico para originar un resultado.

Se basa en imágenes mentales relacionadas con la necesidad específica de comunicación que se nos plantee; a partir de esta imagen creamos todo un proceso que deberá estar enfocado en todo momento a dar solución a los propósitos y necesidades que se nos presentan, en este caso en el cartel.

Por consiguiente en el cartel el concepto se genera desde su concepción y es un elemento que debe perdurar a lo largo de su realización.

Es la etapa inicial y determinante de todo diseño, ya que es ahí, en la conceptualización, cuando nos enfrentamos directamente a los problemas que se tienen en la creación del diseño, y es en ella donde nos sumergimos en todo un proceso de razonamiento, en la que surgen distintas ideas y donde nos cuestionamos sobre todo el problema, haciendo un análisis de las ideas fundamentales y todo lo relacionado con él, desde las relaciones que tenga con el contexto hasta las

relaciones que tiene con la imagen que tratamos de representar. Todo esto hay que tenerlo en cuenta para poder dar concepción a un cartel.

La conceptualización nos plantea la necesidad que a través de tener una mentalidad amplia y evitando el enfrascamiento, nos lleva a explorar y experimentar sobre diferentes soluciones y también nos permite plantear hipótesis que nos conducen a la búsqueda, a la verificación y la evolución del concepto.

Hay que recalcar que lo importante es mantener una relación directa siempre con el mensaje y la función que este debe tener para enfocarnos a las necesidades que tienen las personas a las cuales va dirigido dicho mensaje, porque sin ello se pierde toda intención de comunicación efectiva.

En otras palabras, es la concepción de una idea mental con fines prácticos en lo que respecta al cartel. Mientras más clara y definida esté esta idea en la etapa conceptual, más fuerza tendrá en su realización gráfica. Siempre antes de producir algo se genera un concepto de lo que queremos producir.

En este proceso juegan varios elementos como la memoria, la selección, la comprensión y la simbolización, que contribuyen a desafiar y reconstruir lo imaginado; son necesarios para el entendimiento y realización de un concepto para así poder reflejar un contenido. Sin olvidarnos del importante papel que tiene el cartel en la sociedad como condicionante de gustos, expectativas, criterios y modificador de conductas y la responsabilidad que con ello tenemos nosotros como comunicadores visuales.

Implica que nosotros como creadores aprovechemos al máximo nuestras habilidades de observación y de desarrollo de ideas, con sensibilidad hacia los problemas a solucionar y su comprensión necesaria para transformarlos. Este proceso también dependerá de ña manera como respondamos a la solución del diseño.

La adquisición de un concepto estriba en considerar la filosofía de creación que posee el diseñador, del modo en el que vemos el problema y de los medios que utilizamos y la forma en la que se utilizan para transportar la idea mental a un producto físico en este caso el cartel; así como la conciencia del respeto hacia el proyecto y la manera en como podemos enriquecerla sin desvirtuar su contenido por medio de una actitud ética.

Cartel: Tercera bienal internacional del cartel en México. Sin nombre del autor.



THIRD INTERNATIONAL BIENNIAL OF THE POSTER IN MEXICO
BIENAL INTERNACIONAL DEL CARTEL EN MEXICO '94
TROISIEME BIENNALE INTERNATIONALE DE L'AFFICHE AU MEXIQUE
SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES/DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL/CONSEJONACIONAL PARA LA CULTURA
Y LAS ARTES/INSTITUTO NACIONAL DE BELLAS ARTES/UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO/TRAMA VISUAL AC

En este trabajo sobre el proceso de creación de imágenes mentales recalcamos su función que va a radicar en la reiteración del contenido a través de las formas más certeras,¹⁵ y estas imágenes se traducirán en símbolos para poderlas plasmar en el área gráfica.

Al símbolo lo tomamos como un apoyo en la producción del cartel, en tanto sustituto de imágenes que se conforma por las características fundamentales de éstas, lo más relevante que identifica y diferencia lo que tratamos de representar.

El símbolo en el cartel logra decir más con menos, porque sintetiza la información justa que se precisa para hacer comprensible la idea.¹⁶ Con esto comprendemos que el símbolo exige una síntesis visual, pero no por ello debe de ser confundido con la simplificación, ya que un símbolo también puede ser alguna imagen meramente realista.

Esto nos lo aclara los estudios realizados por la psicología de la Gestalt¹⁷ que nos dice que debemos prestar atención al patrón estimular considerado globalmente. También nos ofrecen cierto número de leyes de organización que gobiernan la manera en que agrupamos entre sí las distintas partes de un estímulo y separamos a la figura del fondo, refiriéndonos específicamente a la pregnancia o buena forma que nos dice que todo patrón estimular ha de verse de manera que la estructura resultante sea lo más simple posible.

Al símbolo generalmente lo podemos clasificar en tres grupos:¹⁸

1. Fonogramas: Signos gráficos que representan un sonido, se refiere específicamente a todo lo relacionado con las letras, con la escritura.

2. Pictogramas: Aquí encontramos lo relacionado a los dibujos sintéticos que representan total o parcialmente algo.

¹⁵ Félix Beltrán. *Acerca del diseño. ¿Cómo concibe usted la propaganda revolucionaria?* revista moncada, 1973 p.78

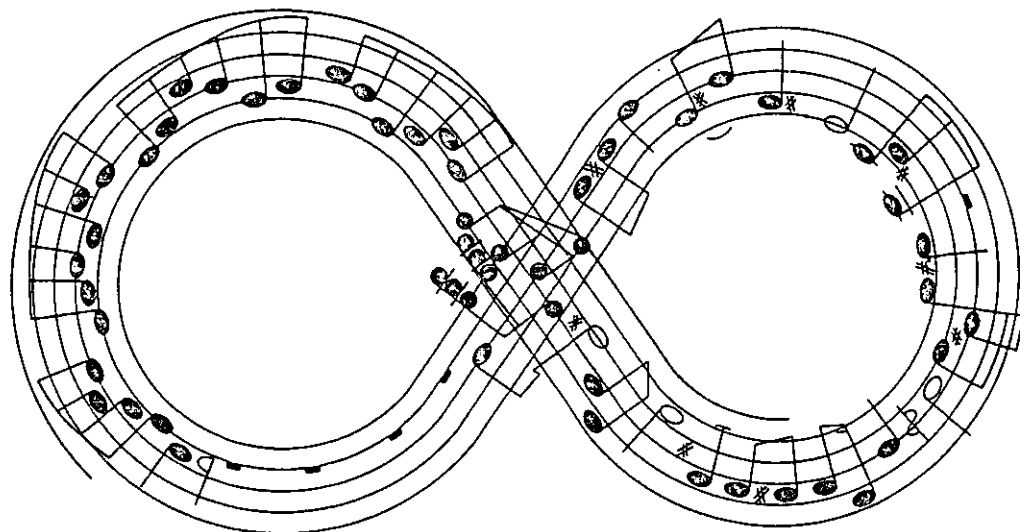
¹⁶ Ibid., p30

¹⁷ E. Bruce Goldstein. *Sensación y percepción. Organización, reconocimiento y atención.* p190

¹⁸ Salvador Carreño. *Apuntes de clase, Xochimilco, 1996*

3. Diagramas: Es la representación gráfica de relaciones y disposiciones de elementos.

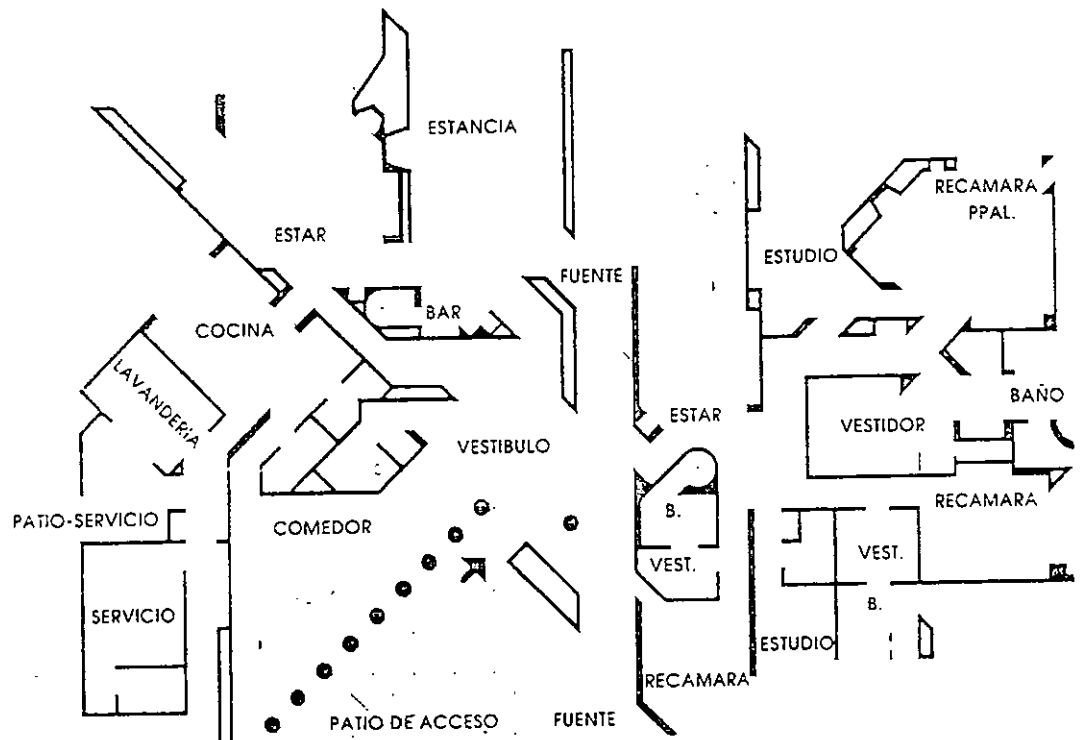
Fonogramas



Pictogramas



Diagramas



La importancia del concepto radica en la conciencia del reto que tenemos ante nosotros de traducir una idea generada de una forma real, que en principio sólo existe en nuestra mente, traducirla en un mensaje gráfico de comprensión general.

2. Síntesis.

Independientemente del propósito al que este destinado el cartel y del procedimiento y forma de construcción, todo cartel de alguna u otra manera contiene elementos específicos susceptibles de ser determinados; con el manejo de tales elementos se puede lograr incrementar o aminorar la eficacia de un cartel. Uno de ellos es el proceso de síntesis, ya que en el cartel la información que transmitamos se va a dar a través de este proceso de sintetización.

Dado que en el cartel debemos transmitir un mensaje lo más rápido y directo posible, la síntesis resulta indispensable para esta comunicación ya que el público del cartel es pasajero, efímero y generalmente no tiene el tiempo para detenerse a analizar al mensaje que en él se dá; de ahí el porque de la importancia que este factor tiene en la transmisión de mensajes de este tipo, en el que como lo mencionan varios maestros en la materia: con el cartel debemos decir más con menos.

La síntesis es un apoyo en la manera de traducir visualmente un contenido, implica que el resultado de esta síntesis sea directo, simple y coherente; eliminando toda complicación.

Síntesis significa: La composición de un todo por la reunión de sus partes. En sentido general, significa la formación de un conjunto unitario, partiendo de elementos distintos concretos o abstractos así como el resultado de tal formación.¹⁹

Sintetizar implica la eliminación de excesos visuales y la definición en la forma, para evitar las diferentes interpretaciones el mensaje debe ser entendido por todos de igual manera, ya que si no se perdería eficacia en el mensaje, Esta eficacia dependerá de la coherencia entre la imagen que se representa y las posibilidades de identificación del público.

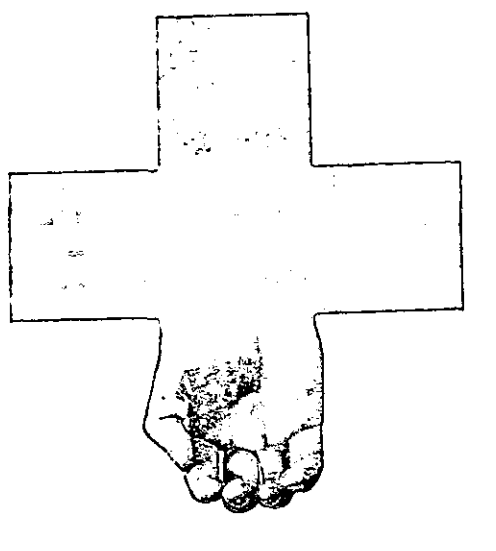
En esta eliminación de partes hay que tener cierto cuidado de no eliminar lo fundamental, lo característico, las partes indispensables que nos sirven para el establecimiento de la comunicación.

Al hablar de síntesis nos enfrentamos con características relacionadas con la cantidad, el orden y la diversidad. En el proceso de sintetización mencionamos los elementos cuantitativos que deben aparecer en el cartel, en relación a la composición. En cuanto a la diversidad, se toman en cuenta las relaciones que tenga con otras formas y conforme a una selección basada en las cualidades de la imagen a representar. Y el orden, lo utilizamos en la manera de organizar claramente las partes que contenga el mensaje, atendiendo a su función. Hay que

¹⁹ Degaig, Op. Cit. p.304

poner muy en claro que el factor cuantitativo es sólo un elemento que influye en la síntesis, no la define, y que lo importante no es la cantidad de los elementos que quitamos, sino cuáles son los que eliminamos. Sin olvidar que el mensaje que transmitamos no va a ser más completo mientras más elementos contenga.

Cartel Finnish Cross de Erkki Ruuhinen



La síntesis llega a ser un requisito en el cartel y entra dentro de una de las leyes de percepción:

Las formas simples se perciben con más facilidad que las complejas.

“Este proceso facilita que las neuronas de nuestro cerebro recreen combinaciones con menor esfuerzo que otras más complejas”.²⁰

Esta premisa se explica a través de estudios de la psicología de la Gestalt que mencionan una serie de reglas que describen cómo se estructura la percepción dadas ciertas condiciones estimulantes, y así Fred Attneave (1975) halló que las figuras con menos giros, mayor

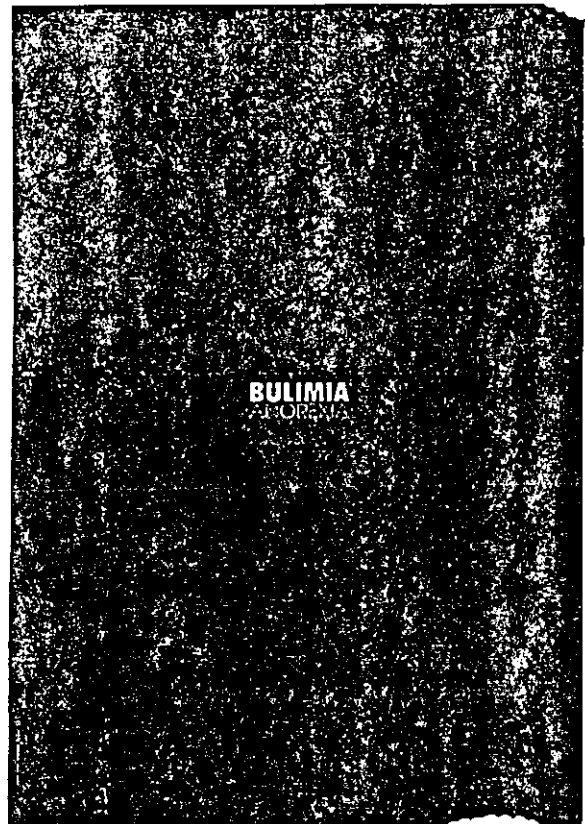
²⁰ Félix Beltrán, Op. cit. pp. 50-51

simetría y ángulos relativamente mayores tendían a considerarse como simples. Una de las leyes de la Gestalt que nos habla sobre ello es la ley de la pregnancia donde todo patrón estimular ha de verse de manera que la estructura resultante sea lo más simple posible.²¹ Así tenemos que las personas siempre se inclinan hacia lo simple por un principio de hedonismo que implica que el proceso de síntesis de la imagen no implica la dificultad en su interpretación.

Así, tomando en cuenta todos los elementos mencionados anteriormente tenemos que la síntesis necesita de una buena legibilidad, que tenga una fácil lectura, que depende del tamaño, la disposición en el área gráfica, el espacio que se tenga entre los elementos, la forma, así como su impresión nítida.

Nosotros como diseñadores sintetizamos imágenes que cumplen con la función de ser un medio por el cual asociamos ideas e ilustramos un concepto. Ejemplo:

Cartel: Bulimia anorexia. Diseñador Pérez Níko



²¹ E. Bruce Goldstein, *Sensación y percepción*. pp. 184-193

La síntesis es de vital importancia en la construcción y composición del cartel porque a través de ella traducimos un significado, transmitimos lo complejo de manera sintética, eliminando partes que no nos serían necesarias y con el cuidado de no sustraer partes importantes para el establecimiento de una comunicación. Al realizar este proceso de síntesis es fundamental no llegar a un grado muy elevado de abstracción para que el mensaje sea comprendido. No existe un canon del nivel de simplicidad que nos sirva de referencia para darle solución a nuestros problemas de comunicación. Las formas varían en cuanto al grado de síntesis que se requiera teniendo en cuenta el tipo de receptor al que va dirigido el mensaje, lo cual es factor determinante en cuanto al grado de discriminación que tenga dicho receptor.

Bruno Munari hace una importante observación al mencionar que "la mayoría del público en general es más propenso a valorar el mucho trabajo manual que se requiere al realizar una cosa complicada, que reconocer el mucho trabajo mental que requiere la simplificación.", y si no tenemos conciencia de nuestros principios muy claros como comunicadores de la imagen nos vamos confundiendo. Ante esto y antes que nada hay que tener muy claro y no confundir lo fácil de hacer con lo difícil de concebir.

El objetivo radica en producir mensajes que se interpreten y comprendan muy fácilmente por todos los públicos, lo cual va a depender también de la capacidad de discriminación visual de los receptores que varía de un sector de la población, a otro.

También hay que destacar que elementos como la imagen, el color y la tipografía así como la situación, la ubicación, la dirección, el espacio, que son algunos de los elementos que nos ayudan a enriquecer y reforzar el concepto y por consiguiente la transmisión más clara del mensaje.

a. Imagen.

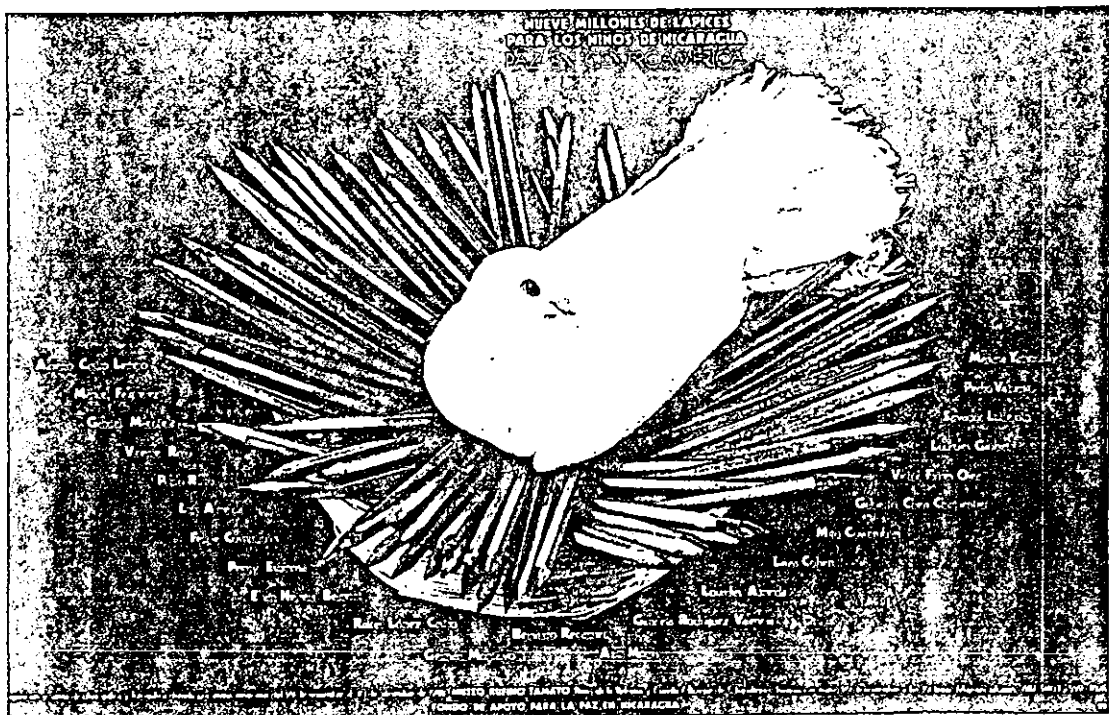
Una imagen es un producto de la imaginación, es una reproducción de la forma.²²

²² Bolio, Francisco. Apuntes de clase. Genesa I. Xochimilco ENAP

La imagen es una reproducción más o menos fiel de una percepción incluso de una sensación, que no se limita a captar la atención, sino que también pretende significar.

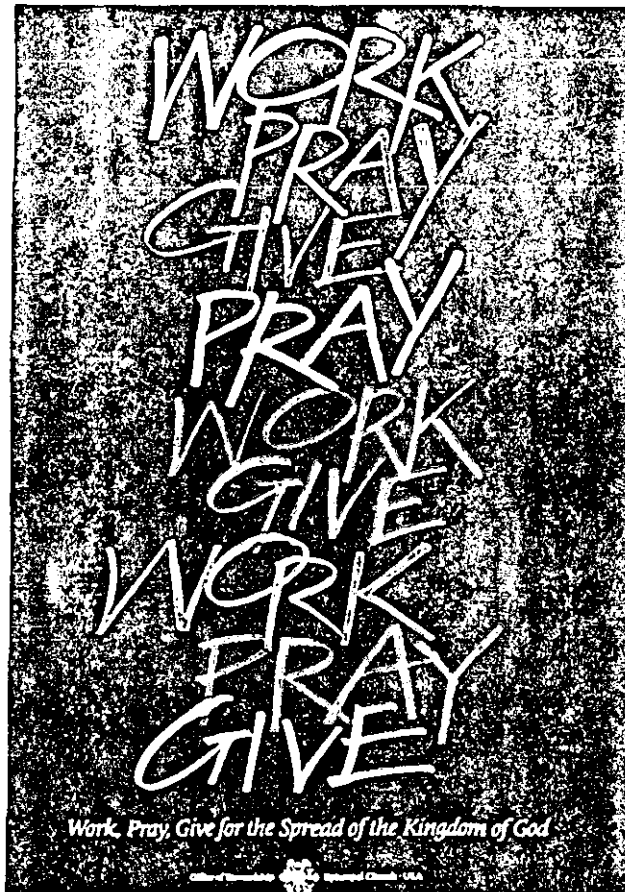
Actualmente existe gran variedad de textos que ceden espacio considerable en sus investigaciones en torno a todo lo concerniente a la imagen; lo que nos hace reflexionar sobre la importancia del papel que desempeña esta en la transmisión de mensajes, siendo una de las causas del gran desarrollo de la tecnología comunicacional hoy en día, ya que tiene un valor de atención y de comunicación muy fuerte por que actúa sobre todo en el plano de las motivaciones profundas: su poder persuasivo reside en su capacidad de influir en le inconsciente, y permite que entendamos mejor ciertos aspectos de la comunicación visual. En todo cartel hay que precisar claramente la significación de la imagen sobre todo por su carácter polisémico, es decir que puede implicar varias significaciones.

Usualmente en el cartel las imágenes que se utilizan pueden ser imágenes fotográficas, en otros casos se utilizan algunas técnicas de ilustración (que a su vez estas pueden ser realistas, abstractas, caricaturescas, sintéticas o geométricas) y/o tipográficas. Por ejemplo la imagen fotográfica que nos presenta Rafael López Castro en su cartel: Nueve millones de lápices para los niños de Nicaragua:



Otro ejemplo esta en el siguiente cartel que nos muestra una imagen tipográfica:

Cartel Work sin nombre del diseñador.



La imagen es de gran importancia e inseparable del concepto y del mensaje, ya que llega a convertirse en el elemento estilístico fundamental del cartel. En él debe de haber ante todo correspondencia entre concepto e imagen con el fin de sustentar el trabajo intelectual, ya que si no existe una integración entre concepto e imagen fácilmente se puede conducir a un caos en el pensar como lo afirma el maestro Antonio Ponce Rivas.

Es importante mencionar que de las imágenes creadas por el hombre existen dos clases, las imágenes arbitrarias y las equivalentes. Siendo las

primeras aquellas que no representan directamente a una identidad, sino que son sustitutos arbitrarios, y las segundas se refieren a la apariencia de la entidad en mayor o menor medida.

b. Tipografía.

La tipografía cuenta con una larga historia que nos remonta a diferentes culturas a través del tiempo, pero el origen de la tipografía moderna se dio durante la transición de lo concreto a lo abstracto y por la necesidad de comunicación, se promovió el desarrollo de un lenguaje expresivo que unía los sonidos de los pictogramas e ideogramas para formar otros nuevos significados, a los cuales se les atribuyó el nombre de fonogramas.

La transición de la tipografía llamada antigua a su diseño moderno comenzó en el año de 1757 con los diseños del inglés Baskerville, en el año de 1757 los de Didot y en 1780 los del italiano Bodoni, quienes comenzaron a romper estilos sugiriendo combinaciones de pesos, formas y proporciones de las letras, que dieron como resultado un alfabeto con formas no sólo circulares, cuadradas y triangulares, sino también ovaladas y rectangulares.

Los signos fonéticos junto con el habla forman dos partes complementarias del lenguaje y este a su vez es el código mediante el cual los hombres de determinadas especificaciones culturales logran comunicarse.

La tipografía actúa de manera compositiva en el diseño, y podemos referirnos a ella mediante características como el lugar que ocupa dentro del plano, el tamaño, la familia y el color.

La estructura de la letra es el esqueleto que organiza sus partes y determina la posibilidad propia de su tipo y estilo, y consta de varias partes:²³

Peso: El grosor de los trazos de una letra determina su peso, y así las letras se clasifican en finas o "light", normales o "medium" y negras o "bold".

Tamaño: Se refiere a la distancia que existe entre la alineación superior y la inferior de una familia de letras.

Las letras son expresiones gráficas del lenguaje, por lo que adoptan formas versátiles para expresar significados distintos, interactuando con el espacio y los elementos que le rodean para cumplir una función específica ya sea de lectura o de expresión para que su función se cumpla existe un aspecto visual que hay que tomar en cuenta: la legibilidad, su función de comunicar e informar es básica, así que para que pueda expresarse el contenido del mensaje deben de ser legibles.

Los factores que determinan la mejor disposición de los elementos gráficos destinados a este fin son:²⁴

Los espacios blancos forma y contraforma: Aquí influye la observación y el análisis de las letras, individualmente y en conjunto siempre nos hará razonar sobre la relación forma contraforma, pues lo que a fin de cuentas lo que nos interesa lograr es la armonía y la conjunción entre ellos.

La proporción: Se encuentra en su relación a un espacio y sus dos dimensiones ancho y alto. La relación existente entre ambas dimensiones de las letras, considerando también los demás elementos que intervienen en la producción tipográfica, el orden de importancia y su manejo.


El contraste: Determina puntos de tensión en el campo visual sobre el cual trabajamos. Ayuda a lograr una imagen completa

²³ March, Marion. *Tipografía creativa*. Características, p.29

²⁴ Tello, Olivia. *Tipografía*. Cap. 4. Aspectos ópticos de la letra, pp43-52

y ordenada, balanceando la composición y la efectividad del mensaje.

La tipografía debe ser funcional, dado que está creada para ser leída, la legibilidad es lo más importante; el cuerpo debe ser lo bastante grande (según sea la necesidad de lectura) para que sea leída fácilmente, pero no tanto que esta estorbe a la lectura. Muestra del manejo de la tipografía en el cartel lo tenemos en el cartel de Cooper & Beatty, Sociedad de diseñadores gráficos de Canadá:



BY AIR CARRIER FROM AMERICA

THOSE INDESCRIBABLY FORESIGHTED CHAPS
AT
COOPER & BEATTY
AND THE
SOCIETY OF GRAPHIC DESIGNERS OF CANADA
who took great trouble to ensure that the Ontario Chapter was mentioned

WISH TO ANNOUNCE THAT

TDC 33

*otherwise colloquially referred to as the
33rd New York Type Directors Club Show
will be displayed*

HUNG

*and otherwise open for public appreciation
discussion and intellectual dissection*

FROM TUESDAY

JANUARY 26TH

UNTIL FRIDAY

FEBRUARY 12TH

AT THE

BERTHOLD TYPE CENTRE

260 KING STREET EAST

TORONTO

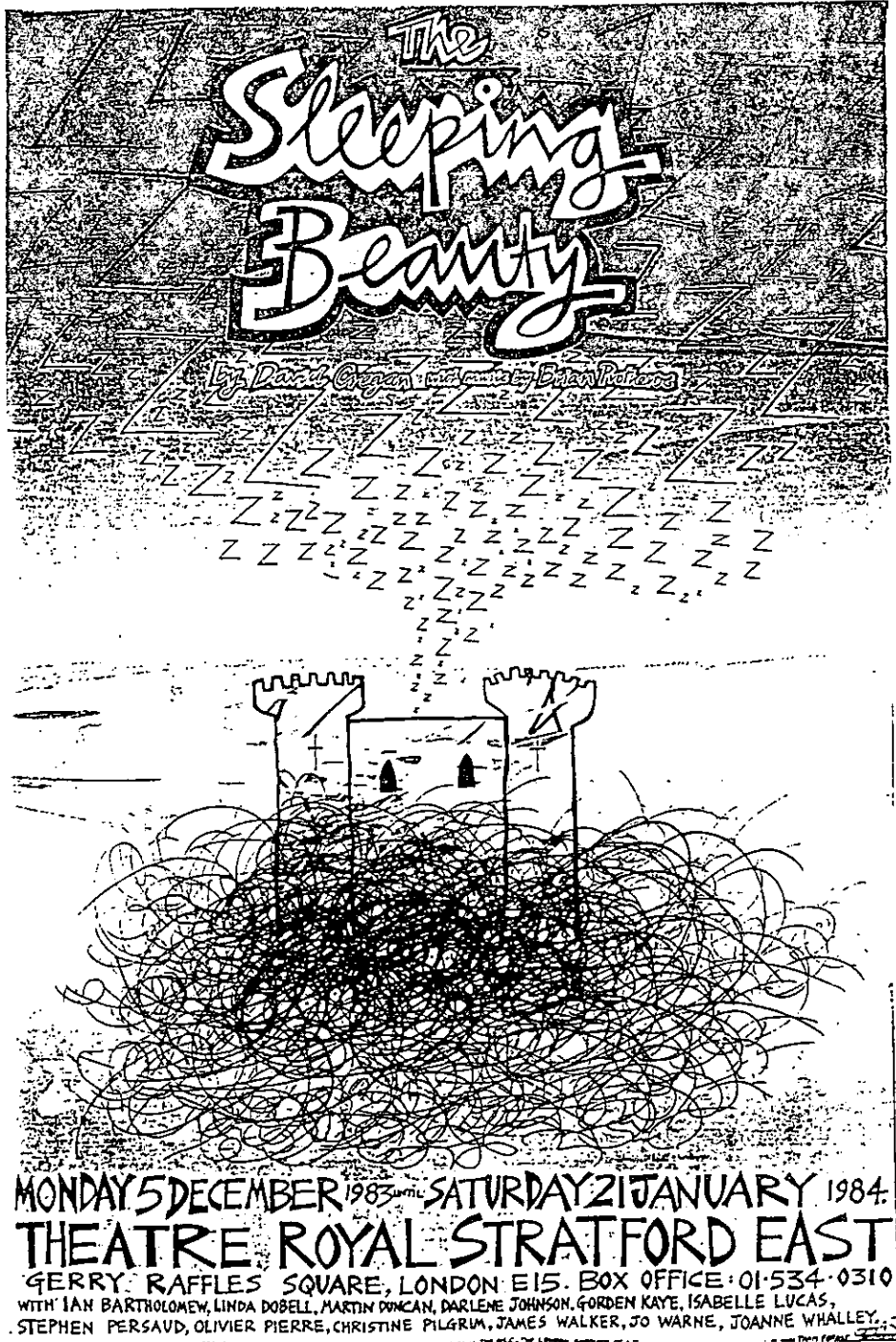
IN THE PROVINCE OF ONTARIO

*You will find the exhibit Stimulating,
Edifying and Astonishing; not to mention*

★★★ JOLLY GOOD ★★★

Un ejemplo más de la utilización de tipografía en carteles, pero esta vez trabajada de una manera mucho más creativa:

Cartel: La bella durmiente diseñado por David Gregan.



c.Color.

El color es una sensación producida por la impresión que los rayos de luz producen en la retina al ser reflejados por los cuerpos o superficie; sensación que depende en gran parte de la luz y por otra parte también de nuestra agudeza visual.

El color es un lenguaje visual, un elemento comunicante, cargado de gran expresividad sobre todo en contenido. Aunque algunas veces el color se utiliza como un reemplazo comunicante sin otro fin más que el de atraer la atención; sin considerar su amplio contenido, ya que es un elemento lleno de significados.

Para comprender mejor esta, mencionaremos que la luz esta compuesta de varias radiaciones simples. Estas forman otros tantos colores diferentes que se propagan en forma de ondas. Pero según su constitución molecular, los distintos cuerpos que constituyen nuestro universo absorben algunas de estas radiaciones y reflejan las demás hacia nuestra retina, creando así en nuestro cerebro las diversas sensaciones que llamamos colores que dependen de la longitud de las ondas reflejadas.

Es un elemento versátil y poderoso que nos ayuda a crear emociones, atraer la atención, clarificar un mensaje complejo, resaltar puntos específicos y estimular la imaginación a la vez que explica , resalta y contribuye a captar mejor el mensaje.

La percepción humana del color es tridimensional , es decir que su apariencia se caracteriza por tres valores: el tono, la saturación y la luminosidad, que determinan la sensación del color.

Luminosidad : Propiedad de la materia que puede ser clara u oscura.

Saturación: La pureza del color en relación así mismo.

Tono: Intensidad del color por el cual los colores pueden clasificarse.

Es la cualidad perceptiva más obvia que experimentamos los humanos y aquella con la que nos involucramos de una forma más activa.

El color es un lenguaje visual, un elemento comunicante, cargado de gran expresividad sobre todo en contenido. Aunque algunas veces el color se utiliza como un reemplazo comunicante sin otro fin más que el de atraer la atención; sin considerar su amplio contenido, ya que es un elemento lleno de significados.

Con el color experimentamos una discrepancia entre el hecho físico y el efecto psíquico llamados ilusiones ópticas, que nos inducen a "ver" y "leer" colores diferentes de aquellos que físicamente tenemos delante .

Para el estudio y por lo consiguiente la comprensión del color, existen siete contrastes de colores basado en lo que captamos a través de nuestros sentidos se fundamenta en base a una relación comparativa, nos ayuda a reconocer las posibilidades fundamentales de la composición de los colores. ²⁵

Los siete contrastes de colores son:

1. Contraste de color en sí mismo . Representado por colores puros y luminosos, el amarillo, el rojo y el azul constituyen los colores mas fuertes de este contraste. La fuerza de éste disminuye cuando los colores que utilizamos se van alejando de los colores primarios .

2. Contraste claro-oscuro . Es un contraste extremo donde nos referimos a la polaridad cromática . El blanco y el negro son los mas característicos de éste contraste por su oposición , su diferencia notable de claridad y oscuridad respectivamente generando entre estos distintos valores de claridad y oscuridad ya que un color puro puede ser modificable por su mezcla con otros colores y por la intensidad de la iluminación .

²⁵ Johanes Itten. El arte del color. Los siete contrastes. p33

3. Contraste caliente-frío . También existe una polaridad que marca diferencias de temperatura ilusiva . Hablamos de sensaciones de temperatura en donde los colores rojo-anaranjado y azul-verde son los dos polos de contraste caliente-frío mas fuertes .

4. Contraste de los complementarios. Los colores complementarios se oponen entre sí y exigen su presencia recíproca . Dentro del círculo cromático son los colores que se encuentran diametralmente opuestos, ejemplo: amarillo-violeta, rojo-verde, anaranjado-azul.

Dentro del campo de la física se dice que la luz blanca puede recomponerse, además de superponiendo las tres luces primarias, también mezclando en cierta proporción una luz coloreada primaria, y los colores a si considerados se llaman recíprocamente complementarios, porque completan la luz blanca.

5. Contraste simultáneo . Es un fenómeno según el cual el ojo , para un color dado , exige simultáneamente el color complementario y si no le es dado lo produce el mismo . Así cada color produce simultáneamente su color opuesto. Existe una teoría que explica este fenómeno: las terminaciones nerviosas que hay en la retina humana (conos y bastones) están preparadas para recibir uno de los tres colores primarios que componen todos los colores. El mirar fijamente al rojo fatigará las partes sensibles de ese color, por lo que con el peso repentino del blanco solamente se dará la mezcla del amarillo y azul . Y esa mezcla es el color verde , color complementario del rojo .

6. Contraste cualitativo . Está fundamentado por el grado de pureza o saturación de un color, nos referimos a la oposición entre un color saturado y luminoso y otro apagado y sin resplandor . Se produce por la modulación de un tono saturado, puro, con negro, blanco o gris , o su color complementario.

7. Contraste cuantitativo. Es el contraste referente a la cantidad, a la medida de la mezcla de colores. Se dice que dos factores determinan la fuerza de expresión de un color . Es un medio que subraya, acentúa y nos dá equilibrio.

Existen modelos que pueden establecer todas las relaciones posibles entre los colores. Goethe dá valores de luz a los colores²⁶

Amarillo 9 anaranjado 8 rojo 6 violeta 3 azul 4 verde 6

En base a estos los valores de luz se pueden transformar en manchas de colores. Con dimensiones armoniosas de las superficies de los colores primarios y secundarios las cifras se modifican :

Amarillo 3 anaranjado 4 rojo 6 violeta 9 azul 8 verde 6

Así resulta que el color amarillo es tres veces mas luminoso que el violeta que es un color complementario por lo que ocupa un lugar tres veces mas pequeño que él .

Los conocimientos acerca del color, los tenemos principalmente a través de dos grandes fuentes: una producto de la intuición dada principalmente por filósofos, escritores, pintores y la otra es la científica que procede a partir de experimentos y que trata de explicar todos los fenómenos del color para llegar a las leyes que expliquen dicho fenómeno.

Los colores poseen características asociativas adquiridas. Por ejemplo: el color rojo corresponde a la ira o la agresión, o el color azul que puede representar el agua y sugerir higiene. Es una herramienta importante que nos permite modificar la percepción del material visual a través de sus variaciones y combinaciones.

d. Técnica.

La técnica es el tratamiento visual que se dá para mostrar un concepto o idea a través de la forma. Es un medio que nos ayuda a comunicar los resultados del proceso de diseño.

²⁶ Ibid., p59-60.

Conocer las diferentes técnicas es de gran importancia para podernos dar cuenta de las ventajas y limitantes que tienen según la necesidad de comunicación que tengamos.

Técnicas de impresión.

Imprimir es la reproducción repetida de grafismos sobre un soporte (en éste caso el papel) partiendo de una forma impresora mediante una substancia colorante o también en seco, reproducción que se obtiene generalmente ejerciendo presión .²⁷

La transferencia de la imagen de la forma al soporte que se efectúa mediante dos operaciones sucesivas: el entintado y el contacto por presión entre el soporte y la forma .

Existen varios sistemas de impresión, pero los que generalmente se utilizan para la impresión de carteles son :

Tipografía .

Su significado original era arte de imprimir por medio de tipos, procedimiento de estampación que se creó en forma práctica por Gutenberg, en Alemania, alrededor de 1450 .

Este sistema nació con la imprenta. Antes de ella se empleaba como medio de impresión la Xilografía (Arte de grabar e imprimir en madera). La separación entre las zonas impresoras y las no impresoras de la forma tipográfica se consigue produciendo entre ellas un desnivel, o sea, manteniendo en relieve ma imagen y rebajando la altura en los blancos.

En el siglo XIX, estas superficies planas fueron reemplazadas por cilindros de las rotativas . Dada la velocidad de impresión que cada vez aumentaba con la aplicación de motor de vapor, y luego con electricidad, se hizo necesario acelerar también la composición.

²⁷ Marogma. Impresión tipográfica. p4.

La forma en relieve puede presentarse bajo diversos aspectos:

1. Plana y rígida
2. Curva y rígida en una o varias piezas
3. Flexible y enrollable
4. Blanda y flexible

Por ello la impresión tipográfica se realiza con diversas clases de máquinas tipográficas . En estas la presión se puede obtener:

Entre dos planos: Prensas y minervas

Entre un plano y un cilindro: Máquinas planocilíndricas

Entre dos cilindros: Máquinas rotativas.

El entintado de la forma tipográfica mediante el cual se transfiere y se hace visible la imagen en el papel, , aprovechando los fenómenos de adhesión y de cohesión entre fluidos y sólidos es el que se realiza con mayor sencillez. La adhesión supone un contacto, que en la forma tipográfica se verifica solo en las partes que están en relieve.

Huecograbado.

También llamado rotograbado, es un sistema de impresión en bajo relieve (intaglio), hecho sobre un cilindro que rota para imprimir, de ahí su nombre.

Este procedimiento se debe al Austriaco Karl Klietsch, quién lo inventó a finales del siglo pasado .

La impresión por huecograbado se lleva a cabo por medio de un rodillo que tiene una imagen totalmente distinta a como se emplea en tipografía que impreme valiéndose de imágenes realizadas en alto relieve , o en la litografía offset, que imprime por medio de una superficie plana.

Litografía.

Es un procedimiento que tiene menos de doscientos años , fue inventada en Munich en 1789 por Alois Senefelder y se basa en el principio de incompatibilidad de la grasa con el agua. Utilizándose un medio graso se trabaja sobre una superficie granulada. En un principio se utilizaba piedra caliza procedente de Solenhofen , región de Baviera, pero actualmente se suele utilizar una plancha de una aleación granulada especial al zinc.²⁸ Una vez terminado el trabajo con el medio graso, la superficie que se trata químicamente para evitar que la grasa se extienda y la piedra o placha se humedece con agua. Esto hace que la superficie rechace la tinta grasa de impresión excepto en las zonas dibujadas, que se trasfiere con la tinta sobre el papel . La litografía comercial se desarrolló a lo largo del siglo XIX.

En la década de 1880 se logró la fotolitografía de medias tintas y tricotomía y en 1900, la litografía offset . A partir de entonces pudieron hacerse a máquina en lugar de a mano . La imagen se trasfiere de una plancha curva de metal a una mantilla de caucho y de ésta al papel .

Offset.

La gran difusión de los impresos movió a la imprenta a buscar métodos mas rápidos y , a la vez, de manejo mas flexible . El offset (palabra que proviene de una inglesa que significa " calco")tiene enormes ventajas.

Es un medio de impresión con elementos planos o superficies a nivel , por lo cual se diferecía del tradicional sistema tipográfico .

Este sistema se desarrolló en el presente siglo. Se fundamenta en los mismos principios de la litografía. Se dice que el offset fue un descubrimiento que se debió a un error del litógrafo I. W. Rubel, estadounidense que en 1905 al estar imprimiendo, se le fue un golpe de máquina sin colocar la hoja de papel , y al pasar la siguiente observó que el fallo que se había producido sobre el caucho del cilindro que

²⁸ Constantino María . Posters de Picasso. p16

hacia la compresión , se había transferido a la cara opuesta de la hoja, sin defecto alguno y con igual calidad que la del frente . El propio Rubel instaló la primera máquina con las características adecuadas a su descubrimiento .

El procedimiento es el siguiente. De un texto compuesto en plomo se obtiene una reproducción sobre un papel recubierto de un pigmento mineral (papel couche), que luego se fotografía. De las películas (negativos) así obtenidas se sacan positivos que son "reproducidos" sobre una placa de zinc o de aluminio. Luego se coloca esta placa sobre el cilindro de la rotativa, la placa entinta un rodillo de caucho que a su vez, imprime el papel. La electrónica permite hoy la fotocomposición de los textos impresos en offset : un destello luminoso fotografía, a través de un disco que gira rápidamente, cada letra en su lugar del texto. El disco es una especie de negativo fotográfico en el que está reproducido el alfabeto (sistema photon).

Serigrafía.

Del latín Sericum : seda y del griego graphe: acción de escribir . Está denominación proviene de que el tejido mas utilizado para la fabricación de la pantalla que fue y sigue siendo la seda .

Lo que diferencia a la serigrafía de las demás técnicas de impresión es que imprime sobre el clisé y no por reporte del clisé sobre el material .

Para hacerlo, se utiliza una pantalla compuesta de una tela natural (seda), sintética (nylon , teryleno) o metálica mas seda en un marco de madera o metal.

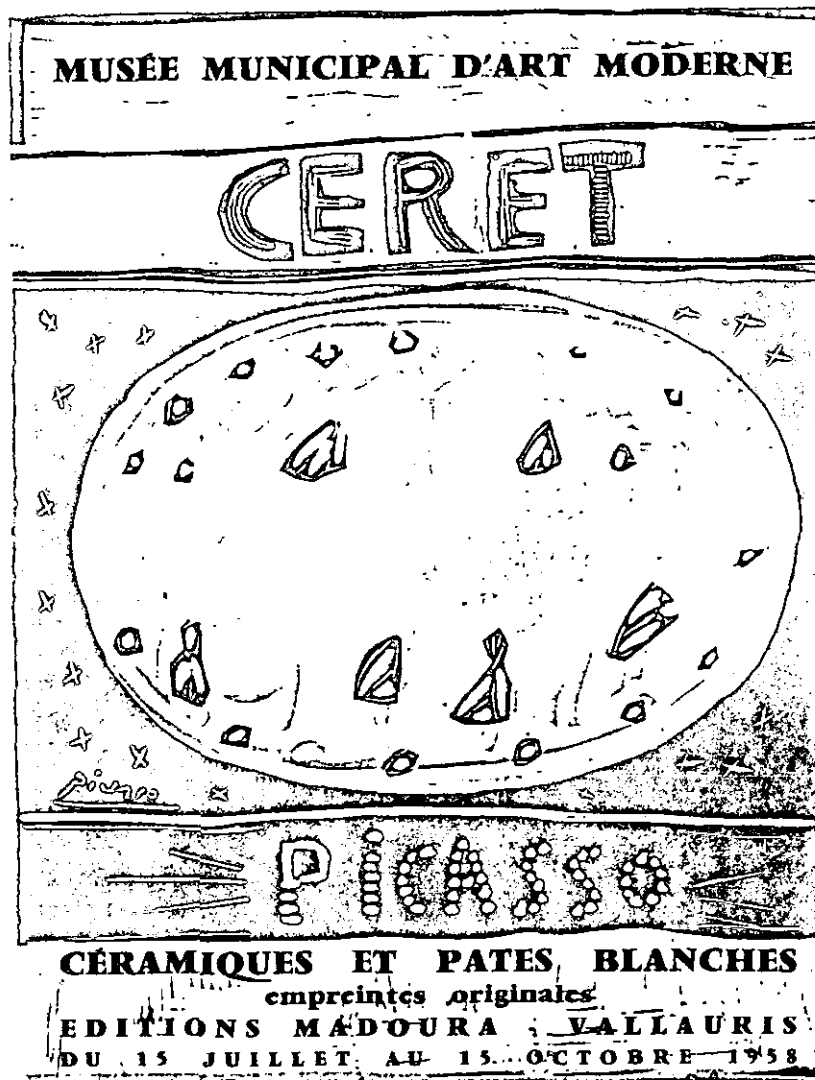
Esta pantalla hay que " clisarla" por medio de un procedimiento manual (película retocada) o por métodos fotomecánicos llamados directos o indirectos, de manera que las mallas de la tela estén obturadas en las zonas que no deben imprimirse y abiertas en las partes del dibujo que debe reproducirse .

Bajo esta pantalla asi clisada se pone el soporte que ha de recibir la impresión. La tinta colocada sobre la parte superior de la pantalla en el

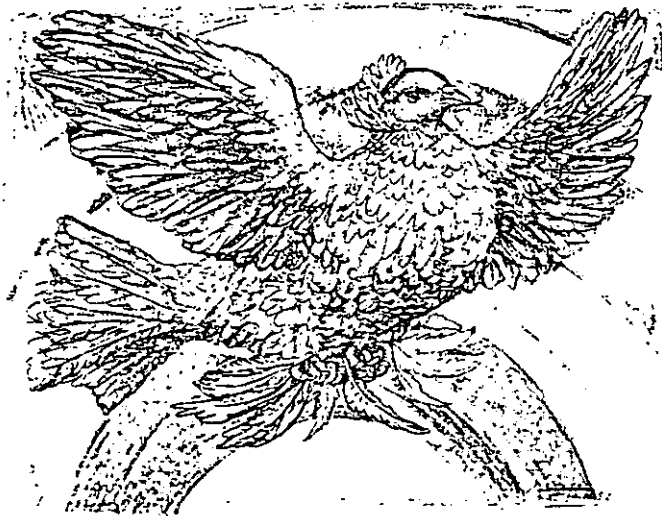
interior del marco se presiona a través de las mallas abiertas de la pantalla ayudándose con el rasero (lámina de caucho montada en madera) desplazándolo sobre la superficie de la pantalla y así queda aplicada la tinta en el soporte. Esta operación se debe hacer tantas veces como soportes haya que imprimir y otras tantas como colores sean necesarios.

A continuación se muestran diferentes carteles impresos por diferentes técnicas de impresión:

Técnica linografía. Diseñador Pablo Picasso.



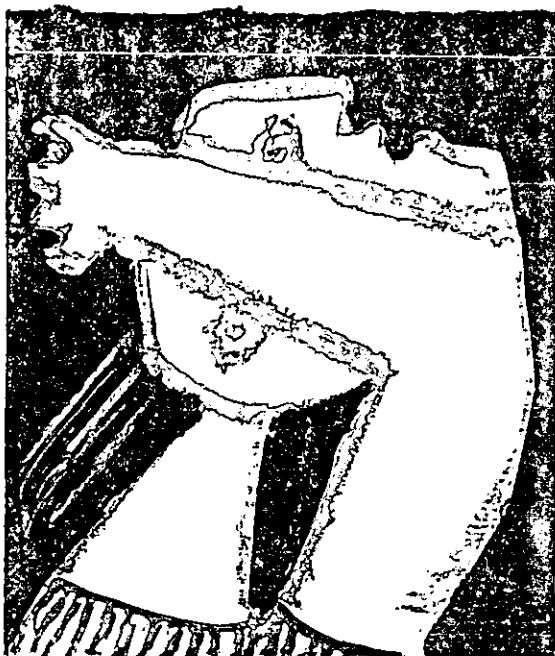
Técnica: Litografía. Diseñador Pablo Picasso



PAIX
D'ÉSARMEMENT
POUR LE SUCCÈS
DE LA
CONFÉRENCE AU SOMMET
PARIS, MAI 1960
LE MOUVEMENT DE LA PAIX

PICASSO 1960

Técnica: litografía en offset. Diseñador Pablo Picasso



Picasso

200 OPERE DAL 1920 AL 1953

GALLERIA NAZIONALE D'ARTE MODERNA

ROMA - VALLE GIULIA MAGGIO GIUGNO 1953

Técnica: Serigrafía. Diseñador Pablo Picasso.

Picasso



CAPÍTULO III

Elementos básicos en su estructura.

En la estructura de un cartel existen elementos fundamentales que le son comunes, y nos sirven como criterios en su evaluación y para ser objetivos en cada trabajo. Son una serie de elementos que se presentan como básicos, ya que nos permiten hacer una valoración de los mensajes visuales que transmitimos en un cartel.

Su conocimiento nos ayuda en la organización, en el agrupamiento de las actividades necesarias para alcanzar nuestro objetivo de comunicación; cada uno de ellos tiene una función específica que nos ayuda a coordinar la estructura de un cartel.

A través de ellos nos damos cuenta tanto de las limitantes, como del alcanza que podemos tener en su realización, así como la libertad de trabajo que lleguemos a tener.

En todo proceso evaluatorio tenemos que tener en cuenta, además del análisis de los elementos que constituyen el proceso comunicativo, las características específicas de cada uno de esos elementos, como son: la persona que origina el mensaje, el emisor, el realizador, el receptor, etc. Los elementos que en gran manera contribuyen al análisis de un cartel, que en este apartado mencionaremos como grupos de elementos que conforman un sistema de comunicación, y que nos permiten darle sentido y comprensión al cartel, se denominan SISTEMA DE SIGNIFICACION.

Es un marco que contiene y nos permite reconocer los elementos de evaluación de un cartel, aquí lo tomamos como un principio de entendimiento de estos elementos que son:

1. La función
2. Los códigos
3. Los mensajes
4. Los efectos

1. Función.

Las funciones en el cartel se establecen según las intenciones y objetivos de cada proyecto. La función reside en la capacidad de acción que tenga el cartel.

En la naturaleza del cartel viene implícita su función comunicadora, lo que nos lleva a mencionar las funciones que se ligan a esta, como su función organizadora, informativa y persuasiva.

Función organizadora.

En el cartel organizamos cierto tipo de comunicación independientemente de la información que manejemos, Estructuramos un mensaje visual con cierto orden a través de elementos gráficos, teniendo en cuenta las relaciones entre éstos, con el fin de que cada elemento actúe con eficacia en la comprensión total del mensaje. Esta organización nos permite guiar al receptor en la lectura del cartel y a darle sentido a la información dada.

Función informadora.

Mediante el cartel transmitimos un conocimiento y se aumenta la información que posee el receptor. La información que manejamos en el cartel corresponde a datos específicos sobre hechos o eventos de la vida social, generados con expectativas de respuestas.

Al respecto, Leonor Arfuch²⁹ cita dos tipos posibles de respuestas:

1. Ciertas conductas que atañen a la comprensión de hechos o fenómenos.
2. Las vinculadas a la realización de una acción.

En esta función están implicados cuestionamientos de opinión social, tanto negativos como positivos.

²⁹ Leonor Arfuch, licenciada en letras, egresada de la universidad de Buenos Aires; profesora e investigadora de las facultades de Arquitectura, Diseño y Urbanismo y de Ciencias Sociales de la misma universidad.

Función persuasiva.

A través de las informaciones que se manejan en el cartel se plantea un conocimiento que estimule a la acción. Actúa como condición de posibilidad de desarrollo de conductas sociales específicas. Por medio de la persuasión "planteamos una modificación de la conducta del destinatario, y buscamos una nueva adhesión o un reforzamiento de la existente, en ellas se juega con fuerza cuestiones ideológicas".³⁰

El cartel cumple también con una importante función: la estética. Siendo que en el proceso de creación de un cartel le vamos dando un significado a través de una organización interna de los elementos gráficos que lo conforman de manera creativa y sensible, utilizando principios de diseño y por consiguiente cierta conciencia estética.

Asume su función estética a través de su forma, contenido, la armonía de sus partes con un orden claro, sensible y significativo.

"Bello, es el objeto que al contemplarlo produce deleite, un sentimiento de agrado".

Santo Tomás.

En algunos casos el cartel por causa de esta función llega a perder su función original, ya que son exhibidos en exposiciones o forman parte del adorno en hogares o están en manos de coleccionistas, es desplazado como medio de comunicación masiva y no se toma como un medio al servicio de un fin específico, aunque no pierde el contenido de su forma.

Incluyo aquí otro tipo de función a la que la llamo función originaria o particular: que justamente se refiere a los fines y objetivos específicos por los cuales se crea determinado cartel, pudiendo tener así fines educativos, promocionales, de servicio social, etc. y sus objetivos pueden ser publicitarios, propagandísticos, informativos, organizativos, orientativos, etc. Un ejemplo puede ser el mencionar un cartel con

³⁰ Leonor Arfuch, Diseño y Comunicación. Acerca de los modos de comunicar c) Hacer-hacer p.66

función de orientación, cuando se plasma en él la manera en cómo prevenir enfermedades.

La funcionalidad de un cartel depende de las necesidades particulares de éste y del enfoque particular del mensaje.

2. Códigos.

Un código es un sistema de signos convencionales que permite formular y emitir un mensaje.³¹

Al contemplar un cartel, no nos detenemos a pensar sobre el significado de los códigos utilizados en él, solamente nos damos cuenta de ello al realizarlo, ya que analizamos para poder construir el mensaje que queremos dar, que formato será el más adecuado así como el tipo de imagen, tipografía, color, etc. Todos estos códigos y sus variantes hacen parte del proceso transmisor en la información visual.

Los códigos se armonizan en una relación espacio-forma-función para darle coherencia al mensaje y se conforma por sus elementos técnicos: como son el dibujo, la fotografía, el recorte, el collage, etc., incluyendo el formato que tendrá el cartel y el tipo de papel, así como la forma de impresión que tendrá.

También se toma en cuenta los elementos gráficos que nos ayudan a la configuración de un concepto, los elementos que van a determinar sus características y líneas temáticas, los códigos que van a determinar su identidad. Un elemento que nos es de gran utilidad es el icono, ya que implica la creación de signos basados en la relación de semejanza con la realidad representada.

Existen una variedad de signos icónicos y al respecto Charles Morris³² nos plantea ejemplos de los diferentes grados de iconocidad que puede haber:

³¹ Carreño, Salvador . Notas de clase: Semiótica, Xochimilco 1995 ENAP

Iconos en alto grado: Se refiere a los iconos que hacen una representación fiel y específica como las fotografías, dibujos detallados, etc.

Iconos de alto grado variable: Se refiere a las distintas representaciones gráficas de un objeto, por ejemplo: las partituras musicales, las diferentes formas de representación de la danza, de espectáculos públicos, etc.

Los códigos se fundamentan en una relación de semejanza o similitud con la realidad, En virtud de él vamos a materializar un concepto congruente con la sintaxis y el manejo del lenguaje gráfico necesario.³³

3. Mensaje.

El mensaje es comprendido como un conjunto de signos que ofrecen sensibilidad del receptor³⁴, entendiendo por signos los elementos sensibles que se relacionan con un determinado tipo de comportamiento.

En el mensaje esta implicado el orden, cierta estructura coherente, que debe adecuarse a los sistemas de percepción del receptor.

Peninou atribuye al mensaje tres funciones fundamentales:

Función implicativa: ya que el cartel procura implicar al receptor.

Función referencial: el cartel de información sobre el referente.

Función poética: en cuanto al manejo creativo, retorizado del mensaje. Esta función está determinada por el grado de

³² Charles Morris, seguidor de Charles Sanders Peirce, en su estudio de los fundamentos para una teoría general de los signos para una semiótica.

³³ Andrea Dondis. Sintaxis de la imagen. 2. Composición de los fundamentos sintácticos de la alfabetidad visual. pp 33-34

³⁴ Los varios niveles de expresión de los mensajes visuales tienen infinidad de opciones tanto en estilos como de medios para la resolución de los problemas visuales

apropiación del lenguaje que posean los sujetos de comunicación. Debe de ser de gran fuerza expresiva.

El mensaje es el contenido de la información, el manejo de este contenido debe tener características de claridad, integridad y entendimiento general, sin dejar margen a la duda para obtener el interés de un mayor número de personas.

Para la confección de un mensaje pasamos por un proceso de selección, manipulación y organización de los conceptos, formas, sentimientos, etc. de lo que queremos transmitir al receptor, cualquiera que sea la línea temática y el contenido a tratar.

Andrea Dondis³⁵ cita tres niveles por los cuales recibimos estos mensajes:

A nivel representacional: Cuando hacemos una recreación fidedigna de la realidad, teniendo en cuenta todas sus referencias. "La fotografía es el medio de representación de la realidad visual que más depende de la técnica."³⁶

A nivel abstracto: Cuando reducimos los elementos visuales para obtener sólo los rasgos esenciales y específicos de lo que vamos a representar. Puede ser la abstracción pura (reducción de los elementos básicos que no guardan conexión con la información a representar) o la abstracción hacia el simbolismo.

A nivel simbólico: La manera más sencilla de representación que sea reconocible, reproducible y recordable.

³⁵ Andrea Dondis, graduada de diseño en 1948. profesora auxiliar y presidenta ejecutiva de la división de comunicación.

³⁶ Andrea Dondis. La sintaxis de la imagen 4. La anatomía del mensaje visual. Representación p. 56

4. Efectos.

En el cartel y en toda comunicación visual, no existe la preocupación por la investigación sobre los efectos que causa un mensaje. Nos damos cuenta de su efectividad o la falta de ella por ejemplo cuando mediante un cartel convocamos a las personas a algún evento cívico, por la cantidad de personas que asistan. Son las distintas acciones o actitudes que se dan a través de la comprensión de un mensaje visual a través del cartel.

Los efectos que se pueden esperar de la transmisión de mensajes a través del cartel pueden ser varios como el consumo, el comportamiento, conocimiento, productividad, persuasión, etc.

Estos efectos dependen de los fines y objetivos específicos que se quiera transmitir.

CAPÍTULO IV

El cartel mexicano y sus protagonistas.

Al referirnos al cartel mexicano, estamos hablando del cartel que de alguna forma nos da personalidad, al cartel que recupera con actualidad nuestra tradición e historia. Es el cartel que conjuga pasado y presente para darnos modernidad.

Para conocer el cartel actual debemos buscar en la historia para descubrir los valores resistentes que nos dan el perfil del cartel de hoy, y mencionar a las personas que han hecho posible su evolución.

La gran carga cultural que tenemos se va formando desde la época prehispánica, con sus grandes obras ligadas a la religión y al arte. En sus trabajos hechos con gran talento, ingenio y sensibilidad; inspirados en la naturaleza, los pueblos originarios de México logran lo que hoy buscamos incansablemente: la capacidad de síntesis de imágenes y la integración de ideas, como lo podemos constatar en todos y cada uno de sus trabajos en donde se plasman representaciones de animales, inscripciones funerarias, en sus cerámicas. En ellas podemos observar lo que hoy llamamos integración gráfica.

Con este antecedente, se va desarrollando en México una cultura artística relevante a través de transformaciones en la historia, la cultura y el arte. Uno de estos cambios, muy marcado -sobre todo en el campo del arte- se da con la revolución de 1910, en la cual surgieron manifestaciones de gran relevancia en la expresión artística. Influidos por ese hecho histórico, los grabadores de la corriente de la Escuela Mexicana, trabajaban la gran mayoría enfocándose a dar una visión estática de los problemas políticos y sociales del país, lo que dio origen a grandes propuestas innovadoras con carácter meramente nacional, ya que reflejaban de una manera directa las situaciones actuales de aquella época: además proponían un mensaje social y político, donde tanto la composición como la estructura y el color, tenían valores de originalidad. La producción cartelística empezaba

con avisos, eran manifiestos que aparecían continuamente en las calles.

1. José Guadalupe Posada.

Grandes fueron los artistas que contribuyeron al enriquecimiento del diseño gráfico en nuestro país, pero principalmente, fue con el maestro José Guadalupe Posada (1852-1913) que el cartel tomó un gran impulso con su gráfica, vinculada a las preocupaciones populares. Sus grabados expresaban sentimientos sociales muy intensos correspondiéndole a él, el diseño de los primeros anuncios gráficos. Por los movimientos políticos y sociales de esa época toma el compromiso de transmitir, por medio de su gráfica, a un gran público y de forma directa, los sucesos reales, donde los trabajos ya no se reducían solamente al anuncio de productos comerciales.

2. El Taller de la Gráfica Popular.

A fines del año de 1933 se funda la Liga de Escritores y Artistas Revolucionarios (LEAR), de tendencia abiertamente izquierdista, en la cual había una sección de grabado en la que se elaboraban carteles, volantes y otros impresos de sindicatos que fue alentada por la política reformista de Lázaro Cárdenas. El cartel, por su función y por su contenido alcanzó una gran producción y alta calidad plástica.

"Tierra y Libertad" era la consigna de los primeros carteles políticos que aparecieron en el año de 1937. Esa era la demanda y preocupación también del taller de la Gráfica Popular, que surge con la unión de tres artistas comunistas que en ese año se desligan de la LEAR y se dan a la tarea de integrar un proyecto para unir el trabajo cultural a las necesidades populares. Estos artistas eran: Luis Arenal, David Alfaro Siqueiros y O'Higgins, a quienes se les unió Leopoldo Méndez, convocando a su vez a otros grandes grabadores.

El proyecto nació con el acercamiento a un régimen nacionalista al que había que orientar hacia el socialismo.

El taller produjo carteles monumentales realizados colectivamente, para un público que era muy pequeño, ya que la ciudad contaba con menos de un millón de habitantes, que no estaban limitados a la visión publicitaria.

Con el tiempo, el rápido crecimiento del Distrito Federal y la censura de los espacios que siguió hasta en los años del sexenio ruizcortinista que con el jefe del Departamento del Distrito Federal, Ernesto P. Uruchurtu, impuso ala capital su peculiar idea de belleza y prohibió la pega callejera de carteles.³⁷

Se fue privando al taller de sus espacios de expresión, así su producción, destinada al consumo visual del ciudadano común, perdió razón de ser, esto limitó bastante la influencia del TGP, pero no la destruyó, sus principios son siempre los mismos:

1. Producción funcional y el estudio de las diferentes ramas del grabado, la pintura y los diferentes medios de producción.

2. Realización de un esfuerzo constante para que la producción beneficie los intereses progresistas y democráticos del pueblo mexicano.

3. Gabriel Fernández Ledesma y Francisco Díaz de León.

Por los años treinta los nombres de Gabriel Fernández Ledesma (1897-1972) y Francisco Díaz de León (1900-1983) que se escuchaban también en el ámbito de las artes gráficas, fueron los que tomaron actitudes y prácticas del diseñador.

Para ambos existía una preocupación por el manejo y restauración de la pulcritud tipográfica y el grabado, empeñados en crear un estilo mexicano tanto en carteles como en libros.

³⁷ "Cartel". *Gran Diccionario Enciclopédico de México*, 8v. v.i, 1993, p. 110

Con su trabajo, desde 1920 hasta 1940, fueron los principales responsables de la producción de mensajes culturales, pedagógicos, políticos y artísticos de México. Estos dos personajes en su trabajo lograron darle al cartel una apreciación como unidad, ya que estaban conscientes del poder que ejercía la tipografía y buscaban la calidad y la claridad compositiva como el elemento más importante en la eficacia del mensaje; aunque se nota en sus trabajos un criterio, un cierto apego a los detalles decorativos.

Fueron los primeros en difundir la importancia del trabajo gráfico mediante la organización de las primeras exposiciones del cartel en 1934, cómo la realizada en la llamada "Sala de Arte" de la Secretaría de educación Pública; ésta fue una exposición panorámica del cartel alrededor del mundo, que incluyó trabajos principalmente rusos y mexicanos, siguiéndole otra muestra realizada en el año de 1936 titulada "Propaganda Gráfica" que contaba solamente con trabajos nacionales.

Con estas exposiciones, lo que se intentaba era tener conciencia de la importancia que tienen las disciplinas gráficas.

Los carteles de Fernández Ledesma y de Díaz de León se caracterizan por la utilización de tipos simples, reforzados en algunas ocasiones con su talla en madera, siguiendo una disposición no tradicional, rompiendo las líneas horizontales convirtiéndolas en verticales con manchas pictóricas, creando así carteles dinámicos por ésta distribución tipográfica tan inusual en esos tiempos. Así el cartel tenía eficacia, puesto que el espectador tenía que seguir la línea de texto dictada en el cartel y enterarse por completo del mensaje.

Fernández Ledesma, tuvo a su cargo la realización de carteles para los grupos y las escuelas del momento, apoyándose de la xilografía. Se trata de trabajos de calidad tipográfica no tan notable como los grabados en madera que lo acompañan, mostrándonos a niños estudiando, manos que pintan o que trabajan con el martillo y el cincel.

Díaz de León fue el que incorporó en sus carteles la fotografía y el grabado siendo esto más fácil ya que Talleres Gráficos de la Nación se fue poniendo a disposición de los artistas, el offset, el rotograbado y por consiguiente el uso de varias tintas; así, los carteles de esa época cobraron gran colorido y se nota el predominio de la imagen sobre los títulos breves.

4. Francisco Heppens Helguera.

También es necesario mencionar el trabajo que por ese tiempo realizó Francisco Heppens Helguera (1913-1990), pintor y escultor que en el año de 1930 incursiona en la industria cinematográfica nacional como escenógrafo y cartelista. Destacó con sus carteles desde 1929, ganando varios concursos nacionales y el tercer premio en el concurso internacional del cartel político en 1986 convocado por el ministerio de Rusia.

5. Josep Renau.

De gran relevancia también es el trabajo de Josep Renau, catalán que hizo aportaciones en cuanto a innovaciones en el tratamiento de sus carteles, contribuyó de gran manera con sus trabajos de fotomontaje. Antes de llegar al país tuvo en España una carrera como cartelista y político. Realizó la gran mayoría del cartel cinematográfico en México (1949-1950) en su pequeña empresa "Estudio imagen publicidad plástica", integrando en relaciones complejas y muy activas fragmentos tomados de la fotografía fija de las películas. Recordemos el cartel más representativo de ese tiempo "Necesito Dinero" de la cinta del mismo nombre que dirigió Miguel Zacarías.

Por ese tiempo la Dirección Autónoma de Prensa y Publicidad (DAPP) utiliza el cartel para difundir campañas deportivas, campañas en las que convocaba a la organización popular y al combate del alcoholismo.

6. Cartel Chicano.

Es bueno mencionar que en los años cincuentas con los llamados "pachucos" comienza una tradición con el cartel chicano, el cartel sirve de apoyo para manifestarse por una búsqueda de identidad nacional. Sus orígenes se tuvieron con inmigrantes mexicanos, de ahí que se utilizaron imágenes de las pirámides prehispánicas, la virgen María, Francisco Villa o Emiliano Zapata; pero con el tiempo estos símbolos van cambiando y sus preocupaciones como mexicano-americanos se transforman también y esto se refleja en sus carteles que ahora demandan un trato de igualdad, el respeto a los derechos humanos, su posición ante la pena de muerte, etc..

7. Miguel Prieto.

Otro de los exiliados españoles que aporta al diseño gráfico en gran manera fue Miguel Prieto que llega a México en el año de 1939, a él se le reconoce su trabajo en el área editorial por el cual se le llega a llamar "el fundador de la tipografía mexicana de la segunda mitad del siglo XX, e iniciador de las formas modernas en el diseño mexicano".³⁸

Su labor fue muy amplia, colaboró en diversas publicaciones, entre las que se encuentran el periódico Romance, España peregrina, Revista española de cultura, que fueron publicaciones culturales producto del exilio. En 1949 fue encargado del diseño del suplemento cultural, México en la cultura.

En el área del cartel sus trabajos principalmente estuvieron en la difusión de exposiciones que en muchos casos fueron más ambiciosos que sus folletos. En estos encontramos un planteamiento estético definido, basado principalmente en la síntesis, para él la belleza radicaba en la sencillez del mensaje.

³⁸ Pandolfi, Silvia. *Código Tipográfico*, et. al. Homenaje a Miguel Prieto. México, p.3

Por estos años el diseño como profesión era relativamente oscuro y casi nunca reportado.

8. Vicente Rojo.

El gran discípulo de Prieto es el maestro Vicente Rojo (1932), también exiliado español se instala en México en el año de 1949 y desde 1950 trabajó con él como su asistente en la oficina de ediciones del Instituto Nacional de Bellas Artes, aprendiendo de Prieto la manera en que este elabora sus trabajos, basados en la democracia visual.

Por medio de la labor de Rojo observamos la importancia del oficio y su disciplina creativa, en él nos damos cuenta del desarrollo del diseño gráfico en las instituciones culturales más importantes de nuestro país.

Entre las muchas colaboraciones, realiza con la Dirección Cultural de la UNAM, dirigida en ese entonces por Jaime García T., un gran número de carteles.

Implantó un nivel de calidad en el que combinaban las soluciones técnicas con la información de primer orden al trabajar con profunda ética y compromiso con la imagen, haciendo en los años sesentas casi toda la gráfica cultural de la ciudad.

La atracción que él propone en sus carteles, la consigue al resaltar lo evidente. "Vicente Rojo es el hecho más significativo de la historia del diseño gráfico en el México del siglo XX. Trajo a las Artes Gráficas mexicanas los vientos de las vanguardias artísticas de nuestra era"³⁹

³⁹ Abelleira Angélica. "Vicente Rojo, lo más significativo del diseño gráfico en México" La jornada. (México, D.F. 19 de oct. (1990) p.36

9. Movimiento estudiantil de 1968.

Hasta el año de 1968 fue que el grabado volvió a los muros, ya que en el movimiento estudiantil de ese año hubo una explosión gráfica sin precedentes. Con el estado en contra los estudiantes crearon una gráfica de agitación apoyándose en formas antes trabajadas por el Taller de la Gráfica Popular y haciendo adaptaciones del Mayo Rojo francés, también manejando elementos gráficos utilizados ya por los diseñadores del comité organizador de la XXI olimpiada. Los carteles tenían una necesidad de expresión crítica formando parte así de un sistema de comunicación alternativo para difundir las demandas del movimiento, exigir el diálogo público y contrarrestar, con sus limitados recursos, la manipulación de la información de los medios masivos. Los que elaboraban estos carteles eran profesionales y alumnos de las escuelas de Artes Plásticas y brigadistas que se encargaban de colocarlos por todos lados.

10. Imprenta Madero.

Vicente Rojo también realiza trabajos en la Imprenta Madero, siendo esta apenas un pequeño taller, contribuyendo en gran medida a la formación de algunos de los, más importantes diseñadores de nuestro tiempo.

Se fue formando así el grupo Madero, que tiene su origen bajo las propuestas formales del grupo Ruptura, dentro de ese grupo estaban: Pablo Rulfo⁴⁰, Luis Almeida, Rafael López Castro, Azul Morris y Germán Montalvo.

Todos ellos tienen una gran labor cartelística, la cual sirve como ejemplo a todos los relacionados con esa área de trabajo.

⁴⁰ Pablo Rulfo, pintor y diseñador, hijo del escritor mexicano Juan Rulfo

11. Rafael López Castro.

Rafael López Castro , estudió en la Escuela Nacional de Artes Gráficas y en el año de 1971 formó parte del grupo de diseñadores de la Imprenta Madero.

El propone durante su trabajo, nuevas formas de educación visual, distribuye en sus carteles las imágenes con habilidad excelente.

"Se hacía diseño sin pretensiones publicitarias, se hacía diseño informativo principalmente de índole cultural y política".⁴¹

Creador de un cartel de carácter culto, en sus trabajos utiliza un lenguaje popular mexicano y con esto se cataloga como uno de los diseñadores con mayor cercanía a nuestra cultura y tradiciones plásticas. En su propuesta incorpora la serigrafía de muy alta calidad como una forma de enriquecimiento de su trabajo al lado de Arturo Negrete.

12. Luis Almeida.

Otro exponente es Luis Almeida, arquitecto y diseñador industrial de profesión, que ingresa al grupo Madero en el año de 1972, hoy en día es una de los más nombrados diseñadores en el campo editorial y en sus múltiples y eficaces diseños de logotipos. Aunque su producción cartelística no es mucha, sus trabajos se hacen notar por su excelente calidad visual.

Entre sus carteles están el realizado para la serie CINE CIEN, y el que invita al XVI Festival Cervantino de 1988.

⁴¹ Santiago, Francisco. " *Rafael López Castro*". Entrevista a Rafael López Castro. Rev. al Diseño Gráfico. Año 5 núm. 28 nov-dic 1996. pp10-14

13. Germán Montalvo.

Con un estilo muy personal Germán Montalvo constantemente experimenta con las más comunes de las referencias hasta la más sutil adición de color. Con sus carteles hace que lo difícil de lograr: el equilibrio, la manera y el orden parezcan poco complicado de integrar entregándonos más con menos.

En la época de inicio de estos diseñadores, la carrera de diseño no estaba de moda. Se aprendía en los talleres, en donde se empezaban a formar e informar los ahora llamados diseñadores gráficos. La base del oficio te daba la necesidad de formar un sustento cultural.

La creación posterior de las escuelas de diseño sucedió cuando se empezaba a tener más conciencia sobre la importancia que tenía la profesión, una profesión que carecía de respaldo académico.

14. Eduardo Téllez.

Egresado de la Escuela Nacional de Artes Gráficas, Eduardo Téllez tiene en su haber una gran producción cartelística de gran calidad . El utiliza en la mayoría de sus trabajos una sustentación en las culturas prehispánicas asentadas en México.

Su particular manejo en la vinculación de imagen color y texto, hace que sus carteles destaquen por su propuesta visual de aparente sencillez , pero con gran impacto visual que dan como resultado carteles inundados de mensajes con gran fuerza. Resultado del conocimiento del tema y de clara responsabilidad ante él, que se refleja por fuerza en sus trabajos.

15. Patricia Ordoñez.

Patricia Ordoñez egresada también de la Escuela Nacional de Artes Gráficas es parte junto con Eduardo Téllez de Estudio Tres Grupo 3. En sus carteles vemos su inclinación por el manejo de la figuración, ya que para ella es una manera de llegar de una forma más directa al receptor utilizando formas geométricas ya reconocidas por todos.

"Patricia Ordoñez desarrolla este tipo de comunicación visual mediante el uso de la serigrafía y el offset; en sus mensajes, la mayoría de tipo cultural, el color y la imagen son los elementos que concentran la atención del espectador".⁴²

Reflexiones sobre el cartel en los años ochentas y noventas.

El clima político y económico de los años ochentas y la introducción de la tecnología, influyeron fuertemente en el diseño ya que se cambió el proceso de elaboración del diseño de mecánico a digital, junto con una penetrante estimulación de "diseño como negocio" se ha perdido un poco el objetivo fundamental del diseño y por lo tanto del cartel: la calidad en todos los aspectos del mensaje.

Con este ambiente se ha creado una desubicación sobre lo que significa diseñar, muchos tienen la idea de que el diseño de cualquier impreso es fácil y aquí cabe mencionar lo que dijo el maestro Félix Beltrán ⁴³al respecto: "se confunde lo fácil de hacer con lo difícil de concebir".⁴⁴

En 1985 por primera vez una microcomputadora podía utilizarse como un sistema de composición de imágenes y tipos de alta calidad,

⁴² Bermúdez, Javier. "Patricia Ordoñez", Rev Lúdica. Año 1, núm. uno, abril 1998, p.52

⁴³ Beltrán, Félix. Diseñador cubano (1938). Reconocido como uno de los mejores diseñadores gráficos con una experiencia de más de cuarenta años, Actualmente ciudadano mexicano.

⁴⁴ Glaser, Milton. "La peor crisis del diseño gráfico". Entrevista a Félix Beltrán. Revista a! Diseño Gráfico Año 6 núm 33 sep-oct 1997 p.33.

siendo este un avance de mucha relevancia en precio-tiempo-desempeño, dentro de las artes gráficas: nunca había sido tan fácil la representación gráfica gracias a la computadora.

El cartel con el que actual mente tenemos más contacto es con el de tipo cultural, con el comercial y el tipo urbano. Con el tipo de cartel político tenemos contacto en épocas de elecciones y recientemente observamos trabajos relacionados con el movimiento zapatista, estos trabajos surgieron de diversas asociaciones y movimientos como lo son: el Movimiento Urbano Popular, la Asamblea de Barrios, la unión Popular Nueva Tenochtitlan, la Central Unitaria de Trabajadores entre otros. Aún así algunos profesionales coinciden que el cartel político se ha reducido, debido a que esta dominado por la idea de a que su fin no es el convencimiento, sino el adorno político.

En estos tiempos no son pocos los que se han preocupado por difundir el quehacer cartelístico para nuestra fortuna, ya que continuamente nos topamos con convocatorias para concursos de cartel, como por ejemplo los realizados para el aniversario de la Cineteca Nacional, los dirigidos a los problemas sociales y a los derechos del niño realizados por el DIF, los concursos de cartel que cada año

hace el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes con el objetivo de incentivar la lectura, el concurso de cartel "pinturerías" convocado entre otras cosas para la reformación del cartel taurino, y por supuesto una de las actividades más sobresalientes en nuestra práctica es la Bienal Internacional del cartel, proyecto de educación del diseño organizado por Trama Visual.

Esta Bienal sirve de consenso de diseños y contribuye al desarrollo de un lenguaje visual de comprensión universal, convocando a la realización de trabajos sobre diversos temas de reflexión socialmente necesaria.

Se ha dado una revitalización del cartel, este medio que nos permite comunicarnos mundialmente, transmitiendo tendencias, tradiciones y estilos originados en nuestras bases culturales.

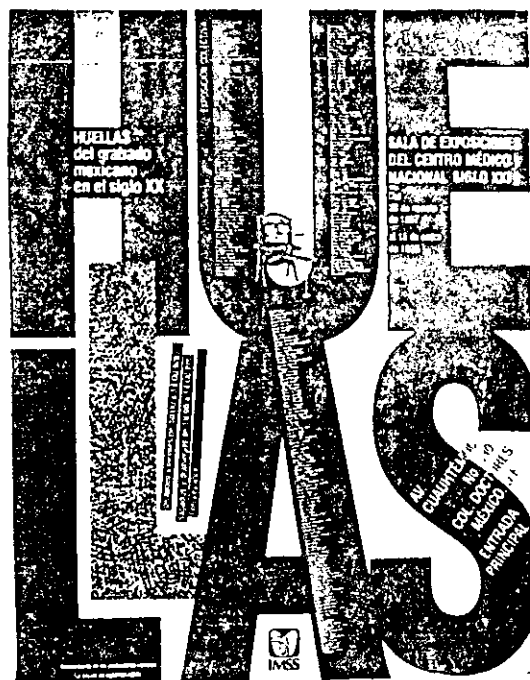
ESTA TESIS NO DEBE
SER DE LA BIBLIOTECA

Hoy en día el cartel en la mayoría de los casos es para interiores, se ve en las instalaciones de las universidades, en los centros culturales, librerías, ya que el espacio para esta forma de comunicación es muy limitado por la contaminación visual.

A continuación se presenta una pequeña muestra constituida por algunos carteles producidos entre 1997 y 1998, con el fin de darnos una idea a través de estos trabajos, de lo que es el cartel contemporáneo mexicano, teniendo de esta forma una visión más amplia sobre el conocimiento de distintas maneras de trabajo.

Estos trabajos forman parte de legados culturales que se han ido formando a través de diferentes momentos históricos por los que México ha pasado, y establecen una pequeña muestra de un fragmento muy importante en la formación de nuestra cultura.

1. Título: Huellas del grabado Mexicano en el siglo XX
Diseño: Coordinación General de Comunicación Social.
Medidas: 67 x 86 cms.



2. Título: Las niñas y los niños viviendo en un mundo con sida.
Diseño:
Medidas: 40 x 56 cms.

3. Título:

Diseño: Héctor Hernández- Elisa Puente
 Medidas: 36.5 x 51 cms.

20 Ciclo de **TEATRO JOVEN**

LA PUERTA
 Montaje sobre teatro clásico
 Autor y Director: Sebastián Latorre
 Escenografía: Jorge Ruiz Rodríguez

FORO AFRONDO LOPEZ ARIZMENDI
 Del 18 de octubre al 2 de noviembre
 martes y viernes 20:30 hrs.
 miércoles 19:00 hrs.
 domingo 18:00 hrs.

TEATRO OBISPOVICEN
 Del 13 al 16 de noviembre
 jueves y viernes 20:30 hrs.
 sábado 19:00 hrs.

BATHORY, EL PRINCIPIO DEL FIN
 Autor y Director: Lucía San
 Escenografía:
 y Coreografía: Fabian Barrios
 Coreografía: Arno Barrios

TEATRO OBISPOVICEN
 Del 27 al 30 de noviembre
 S. F. 19:15 y 24 de noviembre
 sábado y domingo 20:30 hrs.
 miércoles 19:00 hrs.
 domingo 18:00 hrs.

TEATRO OBISPOVICEN
 Muestra de teatro y
 Cultura del Barrio
 Zona del Puente Occidental


FORO AFRONDO LOPEZ ARIZMENDI
 Centro Histórico de San José
 Barrio Obispo y Plaza
 del Country Club



LA LECCION DE ANATOMIA
 DE LARRY TREMBLAY
 DIRECCIÓN: DAVID OLGUÍN

**CON: LAURA ALMELA
 ALEJANDRO CALVA
 MOISÉS ARIZMENDI**

ESCENOGRAFÍA E ILUMINACIÓN:
GABRIEL PASCAL
 MUSICALIZACIÓN: ERANDO GONZÁLEZ
 COREOGRAFÍA: RAFAEL ROSALES



TEATRO EL GRANERO
 LA CIUDAD ARTÍSTICA DEL NOROCCIDENTE
 AV. DEL ALFONSO 7 MACOCHIC
 17 ENERO 8 DE NOVIEMBRE DE 1982
 MACOCHIC ARIZONA 1 BARRIO SECCION NOROCCIDENTE
 BARROCO 1982-1983

LA COMPAÑIA

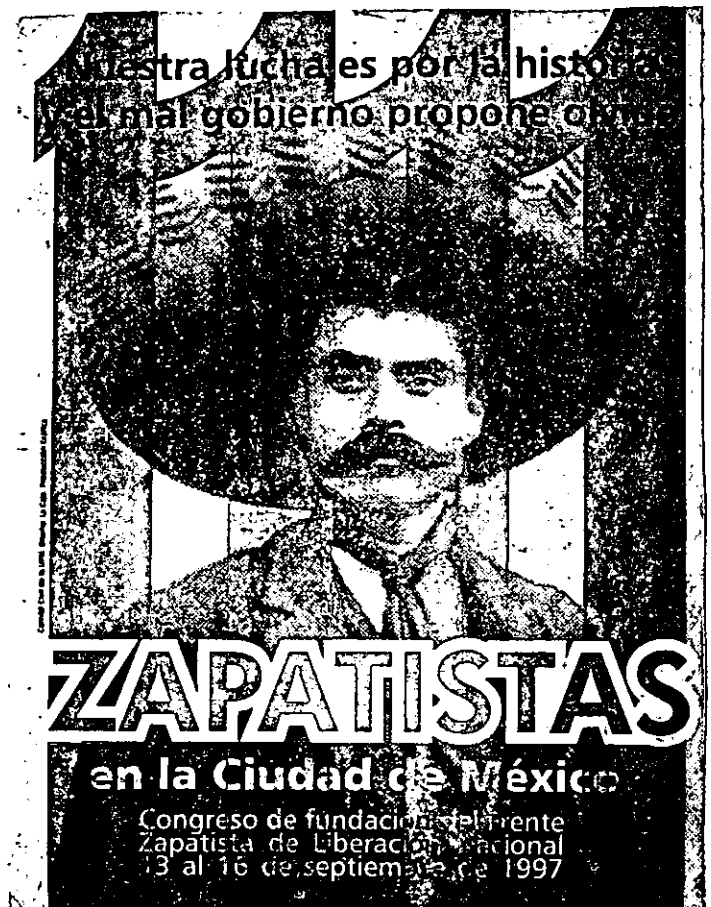
4. Título: Ciclo de teatro joven.
 Diseño:
 Medidas: 36 x 57.5 cms.

5. Título: Foro ciudadano
Diseño:
Medidas: 30.5 x 68.5 cms.



6. Título: Cine cien
Diseño: Luis Almeida
Medidas: 67 x 89 cms.

-
7. Título: X caminata nocturna
Diseño: Claudia Nierman
Medidas: 45 x 69 cms.
-



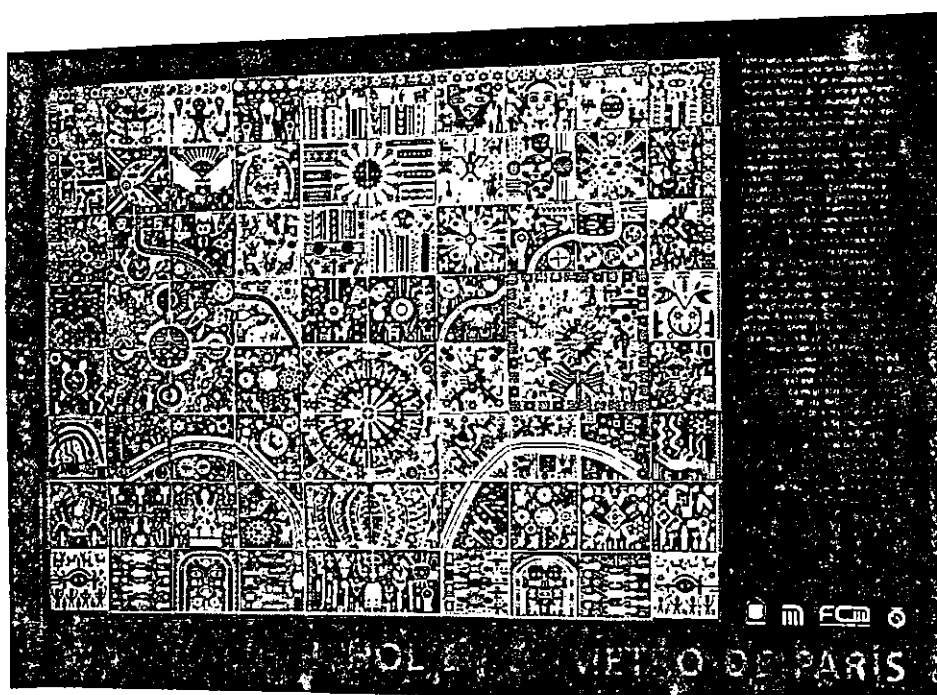
-
8. Título: Zapatistas en la ciudad de México
Diseño: La caja
Medidas: 36 x 51 cms
-

9. Título:
 Diseño:
 Medidas: 68.5 x 93 cms.



10. Título: Deja que te lo cuente un libro del CONAFE
 Diseño: Dirección de Relaciones y Fomento educativo
 Medidas: 64.5 x 77.5 cms.

11. Título: Plaza Sesamo
Diseño: Televisa
Medidas: 42.5 x 63 cms.



12. Título: Un mural huichol en el metro de París
Diseño: STC METRO- Giovani Triconi/Triconi
Diseñadores
Medidas: 70 x 1.05 cms.

13. Título: Lugar secreto
Diseño: EMI
Medidas: 44 X 69.5 cms.



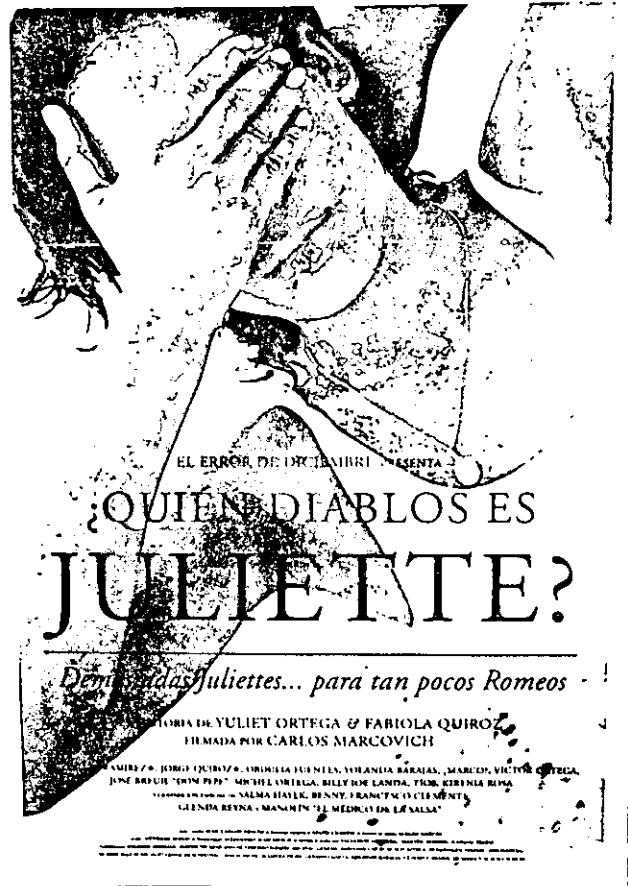
14. Título: Cartelera de promoción cultural de la Secretaría de Hacienda
Diseño: Gustavo Amezaga Heiras
Medidas: 47 x 69.5 cms.

15. Título: Gira Wateke
 Diseño:
 Medidas: 45 x 69 cms.



16. Título: 68 El concierto 98
 Diseño: Victor Soler C.
 Medidas: 60.5 x 90cms.

17. Título: ¿Quién diablos es Juliette?
 Diseño: Armando Harzacorsian
 Medidas: 71 x 1.02 cms.



18. Título: García Lorca 100 años de un poeta
 Diseño:
 Medidas: 59.5 x 89.5 cms.

< A VÍTULO V

Metodología aplicada para la materialización del diseño.

*"La metodología nos permite la
construcción coherente
de ideas".*

El diseñar implica una búsqueda permanente que requiere de un proceso mental, supeditado a un método y a cierta disciplina.

El método es un ordenamiento del pensamiento, que consiste en pensar estructuradamente a través de un trabajo mental sólido que conduzca constantemente a un fin determinado. Necesitamos de un seguimiento para estructurar nuestro pensamiento con la implicación de elementos como la secuencia, la posibilidad y el nivel jerárquico de ideas, así como la integración de estas. Se constituye como un hábito de trabajo que adquirimos por la repetición y costumbre de nuestras acciones, es un hábito de saber hacer.

En esta búsqueda para la aclaración de un problema específico de diseño, como lo es en este caso un cartel de danza titulado "Sonia Amelio, la mejor crotalista del mundo", he escogido entre los varios procesos metodológicos que existen, el llamado "Método proyectual"⁴⁵ de Bruno Munari⁴⁶ con el que me adecuó a trabajar para dar solución a las necesidades de este problema de diseño, ya que nos da los elementos necesarios para la organización y solución lógica, a través del análisis de cada una de las partes que constituyen dicho problema.

⁴⁵ Consiste simplemente en una serie de operaciones necesarias dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia.

⁴⁶ Bruno Munari. Milán 1907. Inmerso en actividades varias como el grafismo y el diseño industrial, experimenta sobre materiales y tecnologías así como en la proyectación de objetos de utilidad práctica y de uso estético.

Método proyectual.

En este proceso se define primeramente el problema de diseño y se derivan a partir de este subproblemas. Al darle solución a cada elemento que lo conforma llegaremos a un resultado que sea factible hacia nuestros objetivos.

En él puede haber ciertos cambios en la estructuración según nuestras necesidades, se puede aportar o suprimir elementos, siempre siguiendo una estructura coherente de pensamiento.

Los métodos que constituyen el llamado "método proyectual" son los siguientes:

1. Problema
2. Definición del problema
3. Componentes del problema
4. Recolección de datos
5. Análisis de datos
6. Creatividad
7. Materiales/Tecnología
8. Proceso de bocetaje
9. Modelos
10. Verificación
11. Dibujos Constructivos
12. Solución.

1. Problema.

El profesor Juan Carlos Esparza Alvarado plantea una acepción clara de este concepto mencionando que estamos ante un problema de diseño cuando nos enfrentamos a situaciones desconocidas ante las cuales carecemos de conocimientos específicos suficientes, aunque "La dificultad puede persistir no por falta de conocimiento, sino por falta de práctica".

2. Definición del problema.

Es un punto importante y básico ya que sin la especificación tanto de los principales valores expresivos que se requieren en cada caso, nos faltarían los medios para la valoración del trabajo y por lo tanto la falta de referencias que nos sirven de punto de partida para juzgar el resultado final.

Hay que llegar a plantear todas las características y lineamientos a seguir en el cartel con precisión. Aquí es donde se mencionan los objetivos específicos a satisfacer, teniendo en mente que al tratarse de un cartel, el tipo de solución que le demos será con características de sencillez e inmediatez.

3. Componentes del problema.

Partiendo de las características del proyecto se determinan los elementos estructurales que lo conforman. Se van descubriendo los subproblemas.

“La solución del problema general consiste en la coordinación creativa de las soluciones de los subproblemas”.⁴⁷

Debemos darle solución a cada uno de estos subproblemas adecuándolos al problema general sin perjudicarlo y de forma creativa.

4. Recolección de datos.

*“La fortuna favorece a la inteligencia
preparada”.*
Pasteur.

⁴⁷ Juan Carlos Alvarado. Investigación del campo profesional. Apuntes para clase. Metodología: Problema . p 29

Es una recuperación de datos concernientes con el tema a tratar. En esta recopilación se hace una investigación sobre los elementos que se requieren para estructurar el mensaje, que nos ayudan a conocer y comprender de una manera más amplia el tema que vamos a tratar. Nos da los elementos que son de utilidad para la conformación de nuestro proyecto, o a veces cuando tenemos el conocimiento previo nos ayuda a recalcar datos, o asegurarnos de lo que conocemos, ya que la información que transmitamos debe ser fidedigna y relevante para nuestro proyecto, la cual nos permita entender, verificar, corregir o aplicar los datos que nos pueden ser de utilidad en la construcción del cartel. Antes de empezar a dar respuestas a nuestros problemas de diseño es necesario que lo ubiquemos y estudiemos.

"Sabemos que es difícil tener una buena idea si nuestros conocimientos son pobres en la materia y totalmente imposible si la descartamos por completo. Las buenas ideas se basan en la experiencia pasada y en los conocimientos adquiridos previamente".⁴⁸

En la recopilación de datos, Bruno Munari hace referencia a investigaciones sobre materiales gráficos existentes sobre el tema con el fin de aprender de ellos. Al respecto creo que podría en algunos casos ser de utilidad para observar la forma en cómo se han resuelto antes problemas de diseño, pero en otros puede no ser tan benéfico para nosotros tener un antecedente de soluciones de diseño ya que muchas veces dejamos que estos ejerzan cierta influencia en nuestro trabajo y obtengamos una solución muy semejante a estos, ya que al hacer comparaciones con soluciones semejantes en busca de una solución creativa nos dejamos influenciar sobre todo por el estilo de otros trabajos.

5. Análisis de datos.

Se hace una exploración de lo escrito, lo leído, lo observado y escuchado, es aquí donde se sintetiza toda la información más relevante y significativa de la recopilación de datos, para obtener la

⁴⁸ Juan Carlos Alvarado. Op. cit. p 32

más útil; los elementos de calidad que puedan incorporarse para crear y recrear el concepto principal de nuestro proyecto.

Mediante este análisis se va limitando el manejo de los elementos que podrían intervenir en la búsqueda o la solución de nuestro problema de diseño, de manera que nos permita ir esclareciendo la manera en cómo puede conjugarse toda nuestra investigación de una forma correcta, permitiéndonos al mismo tiempo conocer las limitantes que tengamos para la composición de nuestra idea del diseño, pudiendo ser estas por razones técnicas, matéricas o económicas.

6. Creatividad.

Al hablar de creatividad estamos refiriéndonos a una potencialidad innata de producción del hombre. Es un manejo de ideas en donde nos enfrentamos a una búsqueda constante de la originalidad, la congruencia y la innovación a través de la producción de estas, que hace que nos acerquemos a niveles más avanzados de comprensión y de sensibilidad.

Aunque hay que hacer hincapié en que antes de todo proceso creativo debe haber una asimilación de datos básicos previos para poder conocer y actuar en el campo de acción al cual nos adentramos.

Sobre esto es interesante citar unas líneas de A. Ricard donde hace referencia al hacer creativo, mencionando que este se refiere fundamentalmente a dos niveles: el de la inspiración y el de la reflexión; ya que es preciso un sentir intuitivo controlado por la razón y un pensar discursivo guiado por la intuición, generando la transmisión de mensajes o ideas de maneras más eficaces.

7. Materiales/Tecnología.

Aquí entran materiales y tecnología que tenemos para la realización del proyecto.

8. Proceso de bocetaje.

Es tomado como un acto creativo en el que se elaboran modelos en los que tratamos de restar al mínimo la complejidad de nuestro problema de diseño.

En el proceso de bocetaje se generan gráficamente las primeras y grandes ideas, es la parte del proceso en la que vamos a ir visualizando concretamente las ideas y las variantes que estas puedan tener.

En esta etapa se hacen "traducciones" de las conclusiones a las que lleguemos de acuerdo a los datos que tenemos, resultado de nuestra investigación, a imágenes perceptuales y viceversa.

Es una etapa donde se crea, se inventa y tiene como fin el descubrir, explorar y explotar las soluciones posibles para nuestro proyecto. En el momento en el que esto tiene lugar, se exige necesariamente una comparación instantánea de nuestro referente con este complejo precipitado de pensamiento.

Tratamos de agotar las alternativas que surjan para poder elegir entre ellas la que mejor se adecúe a nuestras necesidades de comunicación, ya que nos encontramos en un proceso de constante formación y disolución, con cambios en sus elementos en las formas que lo integran.

Es donde graficamos la información utilizando elementos visuales que nos ayudan a aclarar el mensaje valiéndose de los diversos tipos de representación a través de los diferentes elementos visuales: como lo son los elementos textuales, ilustrativos, formales, etc..

A este método de trabajo incluyo la evaluación de bocetos: en donde se hace una examinación de las propuestas realizadas para poder determinar si estos responden o no a las necesidades de comunicación. Lo que determinará si hay que hacer una nueva evaluación o recrear alguna de las ideas, siempre con el objetivo de mantener la coherencia con el mensaje y el objetivo de comunicación.

9. Modelos.

La muestra definitiva de la manera en cómo puede llegar a ser nuestro proyecto.

10. Verificación.

El diseño de cualquier proyecto está lleno de constantes evaluaciones que se deben analizar junto con el promotor del diseño, ya que en algunas ocasiones algunos aspectos del problema sobrepasan los criterios particulares del diseñador.

Se hace un juicio en donde se critica y juzga la propuesta final, el cual va a depender de ciertos criterios que van a estar ligados a los objetivos y fines de comunicación planteados.

11. Dibujos constructivos.

Estos dibujos serán la realización del llamado original mecánico, con todas sus marcaciones como son la indicación de tipografía, la selección de papel en el que va a ir impreso, el número de tintas, el tiraje, los acabados, etc.

12. Solución.

Presentación del proyecto finalizado.

En éste análisis de alternativas se involucran los sistemas semióticos (en cuanto a la significación de las propuestas), los sistemas funcionales (en cuanto a la estructura racional del conjunto y sus partes), los sistemas constructivos (en cuanto a la determinación de los elementos necesarios para la realización material de la forma) y los sistemas de planeación económico-administrativa (en cuanto a la relación que

debe de haber entre las propuestas, que sean económica y administrativamente factibles a ser realizadas).

1.Realización del proyecto.

Problema: La realización de un cartel de danza.

Definición del problema:

A través de la Coordinación de Comunicación Social y específicamente en su área de diseño un cartel de danza para la promoción de la presentación de la bailarina y crotalista Sonia Amelio, titulado "Sonia Amelio, la mejor crotalista del mundo" a realizarse los días 7,8 y 9 de octubre en el teatro Julio Prieto a las 20:00 hrs.

Componentes del problema:

Texto: "Sonia Amelio, la mejor crotalista del mundo".

Datos de la presentación:lugar, teatro Julio Prieto, Fechas: 7, 8 y 9 de octubre. Horario: 20:00 hrs.

Logotipo de la institución encargada de coordinar el evento: IMSS.

Crédito de la Coordinación General de Comunicación Social.

Recopilación de datos:

En esta investigación se menciona un apartado sobre los resultados de una investigación gráfica hecha en los archivos de la Coordinación de Difusión Cultural del Instituto Mexicano del Seguro Social, siendo que el diseño del cartel está auspiciado por dicha coordinación y realizado por su área de diseño; ya que el evento es presentado en una de las instalaciones pertenecientes a la institución.

Investigación sobre trabajos realizados en la institución:

En el área de diseño de la institución no existe el antecedente de proyectos realizados en relación al trabajo de la señora Sonia Amelio, ni tampoco carteles relacionados con eventos dancísticos. Sólo existen las llamadas carteleras que se encargan de informar sobre eventos

culturales a realizarse en recintos pertenecientes a dicha institución; y es aquí en donde sí hay referencia a eventos relacionados con la danza aunque es en muy pocos casos, ya que los recintos generalmente los ocupan para la realización de obras de teatro, eventos musicales e infinidad de exposiciones relacionadas con la plástica.

Así que no tenemos gran referencia de trabajos realizados con anterioridad en esta institución, sobre proyectos dancísticos, para poder tener conocimiento de la manera en cómo ha sido manejado el tema en esta institución.

La Coordinación se encarga de la búsqueda de información con respecto al evento, una investigación tanto documental como fotográfica que pone a disposición del área de diseño. La información, no es una información general sobre el tema sino que está relacionada específicamente con él.

En el caso de la presentación de Sonia Amelio, se nos dan datos sobre sus carrera y datos sobre lo que es la danza, sus elementos, y algo de historia y sus géneros; ya que en este espectáculo se muestra desde algunas piezas de danza clásica hasta piezas folklóricas tanto internacionales como nacionales de todo tipo. Estos datos nos son de gran utilidad en la incrementación de información y creatividad para la solución del problema.

Sonia Amelio.

Nace en el Distrito Federal en el año de 1947. Crotalista. Estudió piano, actuación y danza. Ha actuado en el cine (Crepúsculo de un dios, El niño Tizoc, Tacos al carbón, Es que somos muy pobres). por el desempeño de su papel en : Un dorado de Villa ganó una diosa de plata en 1968. Como crotalista ha ofrecido recitales en televisión y teatro, tanto en México como en las más importantes capitales. El compositor mexicano Manuel Enriquez le escribió Tripartita al estilo antiguo, para crófalos y orquesta, y el soviético Aram Jachaturian compuso especialmente para ella La viuda valenciana. Algunas de sus

actuaciones como recitalista han quedado grabadas en discos. Hasta noviembre de 1986 había recibido 59 premios en México y el extranjero.

Sus presentaciones para diversos públicos la han hecho una bailarina conocida en todo el mundo, dentro de estas presentaciones es de mencionarse a llamado "Cruzada del arte por la paz" estrenado el día 20 de abril en Tuxtla Gutierrez Chiapas en 1995 específicamente en San Cristobal de las casas. Al respecto de sexta presentación comentó que "cuando un pueblo está sufriendo lo único que podemos hacer los artistas es divertirlo". Este espectáculo ha hecho que por segunda ocasión en su carrera internacional sea reconocida como la mejor crotalista del mundo. El público que se reúne para disfrutar con la técnica, las coreografías y el arte de la prima balerina se deleita al verla interpretar por ejemplo "Concierto en re menor" (allegro" de Vivaldi), "Sinfonía 40" (allegro assai) -con crótalos y orquesta-, "Sinfonía en la menos" (saltarello) de Mendelson y "Ensueño" (arabesco) de Debussy en la primera parte de su espectáculo y para la segunda parte de su intervención, selecciona "la rapsodia húngara No. 2" de Liszt (música con los pies), "Poema" (concierto No. 3, rondo) de Beethoven, "Danza de los sables de Jachaturian y "Resurrección" (rapsodia rumana No. 1) -dedicada a su esposo Luis de la Hidalga, quien funge como presentador de cada uno de los números. Bajo la dirección de Salvador Carballeda.

Durante una hora y media, la virtuosa entrelaza al danzar lo clásico con lo moderno, sus profundos conocimientos musicales como pianista, el zapateo como instrumento de concierto, pero sobre todo, su amplia experiencia en coreografía y el dominio magistral de los crótalos. hace sobre todo gala de su plasticidad, temperamento y destreza para transmitir el sentimiento emanado de la música de los compositores clásicos. Dentro de sus presentaciones encontramos algunas improvisaciones en donde interpreta música regional mexicana como "Las chiapanecas.

Sonia Amelio ha comentado en algunas entrevistas: que pese a que ha recibido más de 130 premios y reconocimientos internacionales que avalan su calidad y entrega y ha recorrido países de los cinco continentes, todavía tiene retos.

"Creo que estoy en mi mejor momento en todos los ámbitos, soy feliz, pero todavía tengo muchas cosas por hacer en este género" afirma la virtuosa bailarina, quien dio su primer concierto de danza en el Palacio de Bellas Artes de la ciudad de México a sus nueve años de edad.

Entre sus planes se encuentra el continuar creando música baile, amor para el público "y en ese sentido puedo decir que estoy dedicada totalmente al arte, pero puedo expresar que hasta ahora no he recibido un sólo aplauso sin antes merecerlo".

Considera que a pesar de que existen nuevos talentos en todo el país, también ha percibido que no hay entrega, "hay cierta apatía yo he querido que alguien me siguiera pero sólo me he topado con que no hay disciplina, decisión y ganas de realizarlo. No creo en la suerte ni en el azar, mucho menos en la improvisación, sólo creo en el trabajo arduo, tan sólo para entretenerme dedico por lo menos 10 horas a repasar hasta 30 obras y también para crear nuevas obras.

Aunque también en reunión con los medios de comunicación en algunas ocasiones ha manifestado su tristeza al decir que siente pena, pero no porque la ignoren en su país, sino porque eso habla de la pobreza cultural que hay en nuestras instituciones y quienes las dirigen. La crotalista, quien ha sido recibida por presidentes, ministros y embajadores, lamenta que el hecho de no ser tan conocida en México, pero esto ha sido por que "la gente pequeña que dirige nuestra cultura no quiere dejarnos crecer. Pero a pesar de todo sigue adelante, sigue siendo mejor y cada vez más feliz, pensando que en el mundo Sonia Amelio existe y es reconocida".

Pese a los obstáculos que ha encontrado en su desarrollo profesional en México, Sonia Amelio se siente compensada con todo lo que ha sembrado y recogido en el extranjero.

De sus nuevos retos, la también docente, directora de orquesta y concertista de piano que considera su éxito "resultado de un gran esfuerzo, disciplina, trabajo y sacrificio", dijo que prepara nuevas obras y coreografías especiales, entre ellas un homenaje a Ana Pavlova, que será estrenado en Rusia.

Crótalo: Instrumento musical de percusión semejante a la castañuela, instrumento de baile.

La danza.

La danza es considerada como una de las actividades artísticas más antiguas del mundo y una de las más complejas. El arte de la danza consiste en mover el cuerpo guardando una relación consciente con el espacio e impregnando de significación al acto o acción de los movimientos que se desatan, Este concepto o idea de acción dancística trae consigo el de música pero no lo hace explícito, tanto la música como la danza son acciones en el tiempo, son fenómenos temporales: posen ambas un principio y un fin.

Para la danza no es indispensable la música ya que no necesita de sonidos que la acompañen o guíen y también porque el ritmo base y apoyo de la música se manifiesta en ella, en la obra de baile, y nos damos cuenta de él visualmente.

La danza es una sucesión rítmica de gestos y de pasos. Puede ser ejecutada por una sola persona o bien por una o varias parejas, en cualquier lugar (al aire libre, en una pista o en un escenario), sobre un ritmo marcado por la voz, por el golpear de pies y manos, por la percusión o por la música. La danza nació antes de cualquier civilización: los hombres bailaron antes de saber expresarse mediante la palabra.

Haciendo un poco de historia sobre la danza en México mencionaremos que en el México prehispánico Macuilxóchitl era la vida social y religiosa. los jóvenes que asistían al calmécac o al telpochcalli eran adiestrados en el arte de la danza y se les enseñaba a respetar sus rigurosas normas. La danza era obligatoria tanto para hombres como mujeres.

Los nobles se vestían para el baile con sus trajes de gala y los plebeyos se disfrazaban de animales con vestido de papel, de plumas o de pieles.

Los evangelizadores también enseñaron a los indios algunas danzas europeas, como Los Santiagos o Moros y Cristianos. Para su exclusivo disfrute, los conquistadores introdujeron las danzas europeas que, a diferencia de las indígenas, eran para practicarse en salones, no en lugares abiertos, y con fines eminentemente lúdicos, de diversión, sin el tono doliente, suplicante de muchos bailes locales. Pese a las precauciones de los blancos, a fin de evitar la contaminación coreográfica, una y otra vertiente de la danza acabaron por unirse.

A principios de la pasada centuria ya existían gustos por los más diversos bailes, las chaconas y pasacalles de Dupré, un minuet, una contra danza, una alemana, un bolero, ejecutados con maestría, ocupando también un lugar aquí el rorro, la jarana, el jarave y otros sones de nuestro país y tratando de prevalecer a pesar de las influencias que venían de Europa con el afán de recatar algunas danzas folklóricas.

En 1931 se crea la Escuela de Danza del Departamento de Bellas Artes y sus primeros directores son Carlos Mérida y Carlos Orozco Romero, pintores ambos. Ahí se imparte enseñanza de ballet clásico junto a materias como bailes mexicanos y bailes populares extranjeros.

No casualmente, el primer espectáculo público que ofrecen los alumnos y profesores de la escuela es un festival de Danzas Mexicanas, con coreografía de Gloria Campobeld.

Esta y su hermana Nellie fundan el Ballet de la Ciudad de México. En la misma década se abre la Academia de Estrella Morales, por donde pasan alumnas como *Josefina Lavalle*, *Amalia Hernández* y *Guillermina Bravo*.

En 1947 se fundó la academia de la Danza Mexicana del INBA, que aportó los elementos para integrar, en 1949, el Ballet Oficial de Bellas artes. En la misma época Guillermina Bravo funda el Ballet Nacional y empiezan a destacar figuras como Ana Mérida, Josefina Lavalle, Lupe Serrano y Amalia Hernández.

Por el año de 1977 Gloria Contreras, quien realiza estudios en el extranjero funda el Taller Coreográfico de la UNAM en el cual se combina un grupo de artistas veteranos con bailarines muy jóvenes, lleva al ballet a todas las escuelas de danza e impone la costumbre de dialogar con los espectadores al término de cada función, lo que permite crear en pocos años un público para los espectáculos dancísticos, hecho que se refleja en el aumento constante del número de asistentes. Ballet independiente, Ballet Contemporáneo, Ballet Teatro del Espacio y Danza Libre Universitaria son algunas de las compañías más estables de los últimos lustros, Junto a ellas surgen y desaparecen decenas de grupos que, pese a su precariedad económica, muestran al creciente interés por la danza.

Componentes de la danza.

Según Alberto Dallal los componentes dancísticos son:

1. El cuerpo humano.
2. El espacio.
3. El movimiento.
4. El impulso del movimiento (sentido)
5. El tiempo (ritmo)
6. La relación luz-oscuridad
7. La forma o apariencia.
8. El espectador-participante.

Un elemento solo no puede sobrevenir o perdurar sin los otros, estos elementos constituyen la relación interna que hecha a andar el mecanismo de ese acto de danza y aún involuntariamente las tomamos en cuenta para entender que tipo de danza ejecuta el incipiente bailarín. Con el afán de examinar el papel que desempeña cada uno de los elementos de la danza es que los separamos pero todos aquellos y sus relaciones contribuyen al surgimiento de la danza.

El cuerpo humano.

Aún cuando hay muchos animales que por instinto crean situaciones que podríamos calificar de dancísticas, las actividades de la danza pertenecen por entero al ser humano. Son el hombre y la mujer, a lo largo de la historia, quienes han realizado estos movimientos y quienes

los han calificado y registrado, copiado y ampliado. El cuerpo humano constituye la materia prima de la danza; los miembros, partes y habilidades que lo conforman resultan los principales protagonistas de esa actividad.

La danza es campo idóneo para el desarrollo corporal y espiritual de los seres humanos.

El espacio.

El espacio le es indispensable al cuerpo en movimiento porque en la danza el cuerpo se prolonga. No solamente porque el cuerpo humano, al bailar, ocupa sucesivamente distintos puntos, distintas "masa", durante su trayectoria; sino también porque hay un espacio que se va haciendo a medida que el ser que baila le da nombre, consistencia. El espacio se va haciendo a medida que el ser que baila le da nombre, consistencia. El espacio se hace espeso en la danza. Aunque la noción contemporánea de espacio está vinculada física, objetivamente a la de tiempo, nosotros separamos momentáneamente, funcionalmente a estos dos elementos para situarlos, para definirlos, para estudiarlos, para definirlos, para estudiarlos. Acompañan al cuerpo su "alto, su ancho, su fondo" como si el espacio estuviese constantemente iluminado por un foco de luz móvil. En el espacio se dan, los malabares y combinaciones de los otros siete elementos de la danza.

El movimiento.

Nos referimos a una capacidad que surge a partir de la inmovilidad -el no movimiento- y que sobreviene, mientras dure la energía indispensable. El movimiento coincide con una ley general ineludible estudiada por todas las ciencias y reconocida en todos los aspectos del conocimiento.

En el arte de la danza, el movimiento constituye material básico en cuanto que sus modos de manifestación indican, por una parte, el probable establecimiento de los códigos, o sea: el reunir las "técnicas"; por la otra, atañe a las formas a las que ha de dar lugar. En el primer

caso converge en dirección de la naturaleza misma de la danza, de lo que ciertos tratadistas de la danza denominan dinámica. En el segundo caso queda referido a las creaciones a que va dando lugar, o sea, a los sucesivos resultados formales que el cuerpo humano va dejando en el espacio.

Nos referimos a dos asuntos esenciales relacionados entre sí:

1. El movimiento, en punto se inicia en el momento de inmovilidad y termina en otro semejante.
2. Una inmovilidad relativa puede, ya, ser danza porque el cuerpo humano contiene una intensidad, una "carga", una significación que se origina dentro de ese cuerpo y se refleja en el espacio.

Danzar, bailar significa mover el cuerpo en el espacio. Pero este movimiento no puede ser cualquier movimiento sino que para pertenecer al ámbito de la danza debe contener, además, significación: un hábito, un acento, una carga impuesta por el bailarín, que diferenciará a este movimiento de todos aquellos movimientos que seres humanos y animales realizan para sobrevivir, para moverse dentro de la naturaleza.
El tiempo.

En el arte de la danza el tiempo existe como apoyo o continente. También existe el ritmo aunque no pueda ser percibido mediante sonidos o ruidos, marcas o golpes de un instrumento.

En suma: el ser humano danza también gracias a un ritmo interior que tiene que ver, que se relaciona con las marcas del tiempo biológico en el que el ser humano se halla inmerso, por así decirlo, sumergido y supeditado.

Hay un tiempo convencional, culturalizado, adquirido, que el ser humano aplica y manipula de manera inconsciente o involuntariamente. Todas estas nociones se han convertido en apoyos silenciosos de la danza y sus manifestaciones.

La relación luz-oscuridad.

En todas las artes escénicas la combinación de luces y sombras, de luces y oscuridades, desde sus orígenes, elemento fundamental, toda vez que el espectador debe ver lo que cada manifestación de estos géneros ofrece. Sin embargo, en la danza esta relación entre la luz y la oscuridad resulta primordial porque el espectador recibe el impacto visual y porque en el desarrollo de la pieza el "funcionamiento" de los otros siete componentes de la danza puede recibir la influencia directa de la suma luz-oscuridad. Los grados de luminosidad y la capacidad lumínica de las áreas espaciales en las que se realiza una danza puede tener consecuencias directas sobre la secuencia, el lapso o la forma dancística.

La forma o apariencia.

Danzar, bailar significa realizar movimientos con el cuerpo, dentro del espacio. Dichos movimientos poseen una carga, un acento: una significación. Es decir no son movimientos gratuitos. Tienen sentido y el bailarín los domina de tal manera que su expresividad se desata y se libera.

La forma constituye la apariencia total de una danza: una serie de secuencias que dejan una especie de estelas lineales en el espacio. Poses o figuras sucesivas. Pero la forma, además, de "secuencial", puede ser parcial o momentánea.

La forma es el trazo de los cuerpos en el espacio. La forma de la danza es lo que vemos de ello, lo que los ojos normales, a simple vista, son capaces de captar.

El espectador participante.

Todos los seres humanos se hallan vinculados al arte de la danza. Cualquier hombre o mujer ha entrado en contacto con este arte porque todas las culturas y los pueblos han instituido su práctica. La danza debe ser vista, debe ser percibida. El espectador testigo del acto dancístico es un ser humano susceptible de convertirse en participante:

tal es la fuerza invocativa de la danza no sólo la imitación sino la suscitación y el contagio son fenómenos que la danza puede producir con una facilidad sorprendente.

Géneros dancísticos.

Según los grupos sociales que producen y realizan el arte de la danza surgen los siguientes géneros:

1. Danzas autóctonas.
2. Danzas populares.
 - A. Danzas folklóricas o regionales.
 - B. Danzas populares urbanas.
3. Danza clásica.
4. Danza contemporánea.

Análisis de datos: "Danzar, bailar significa realizar movimientos con el cuerpo, dentro del espacio. Dichos movimientos poseen una carga, un acento: una significación".

"La forma es el trazo de los cuerpos en el espacio, la forma de la danza es lo que vemos de ella, lo que los ojos normales a simple vista son capaces de captar".

Estas son citas que nos dan elementos importantes, en los que nos basaremos, nos van a servir como punto de partida para la elaboración de nuestro cartel.

Después de haber observado parte del espectáculo, surgen conceptos que nos recalcan estos elementos ya que nos dan una referencia veraz para la realización del cartel; mantienen conceptos que reflejan el valor del espectáculo que después de ser juzgados directamente se conjugan para darnos un significado real de este, haciendo que resalte su importancia. Estos elementos son:

1. La fuerza que refleja el cuerpo humano que se relaciona con su forma o apariencia

2. El espacio

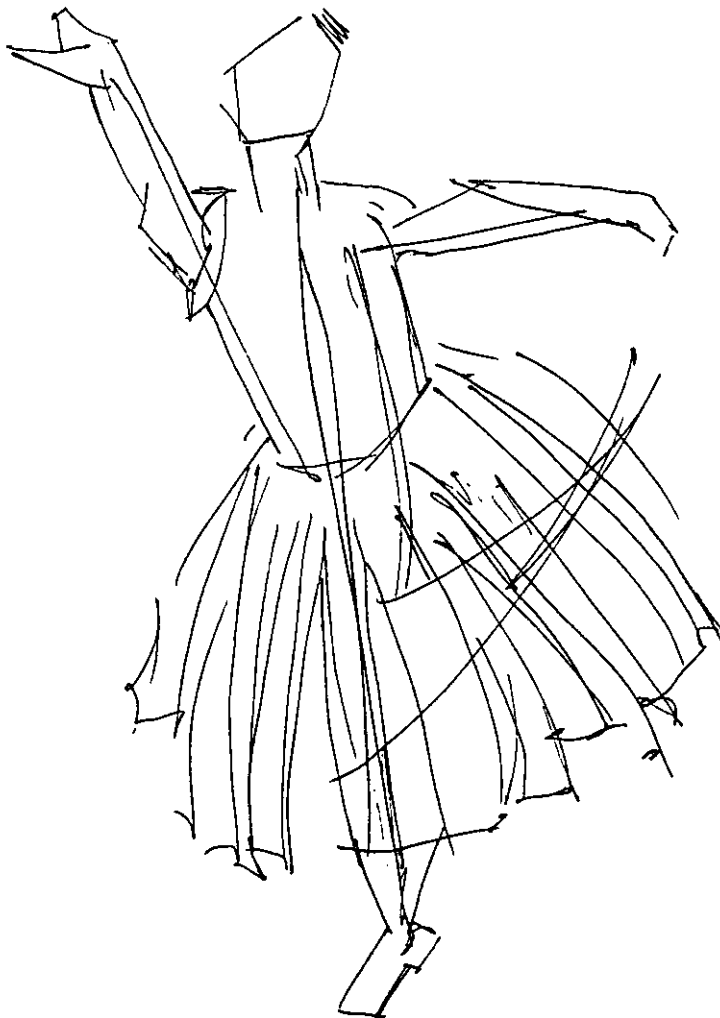
3. El movimiento

4. La relación luz- oscuridad

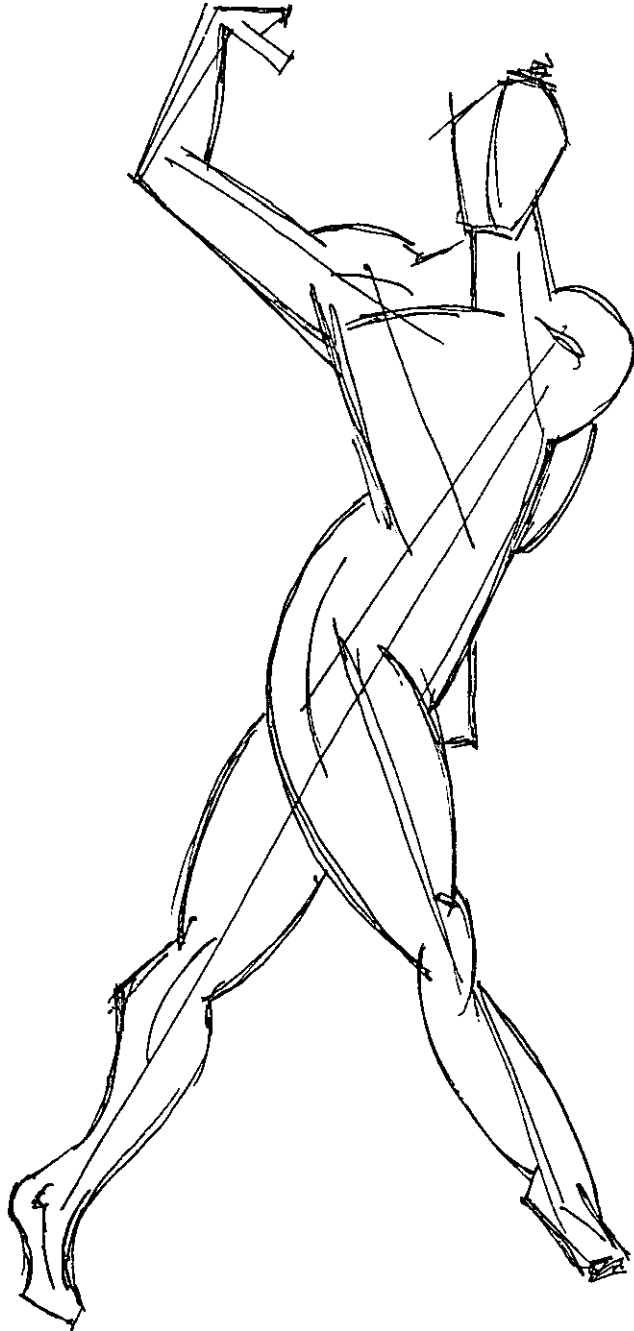
Estos son elementos que se mencionan también como fundamentales de la danza.

Los siguientes son apuntes realizados, sobre diferentes posiciones características del baile de la señora Sonia Amelio.

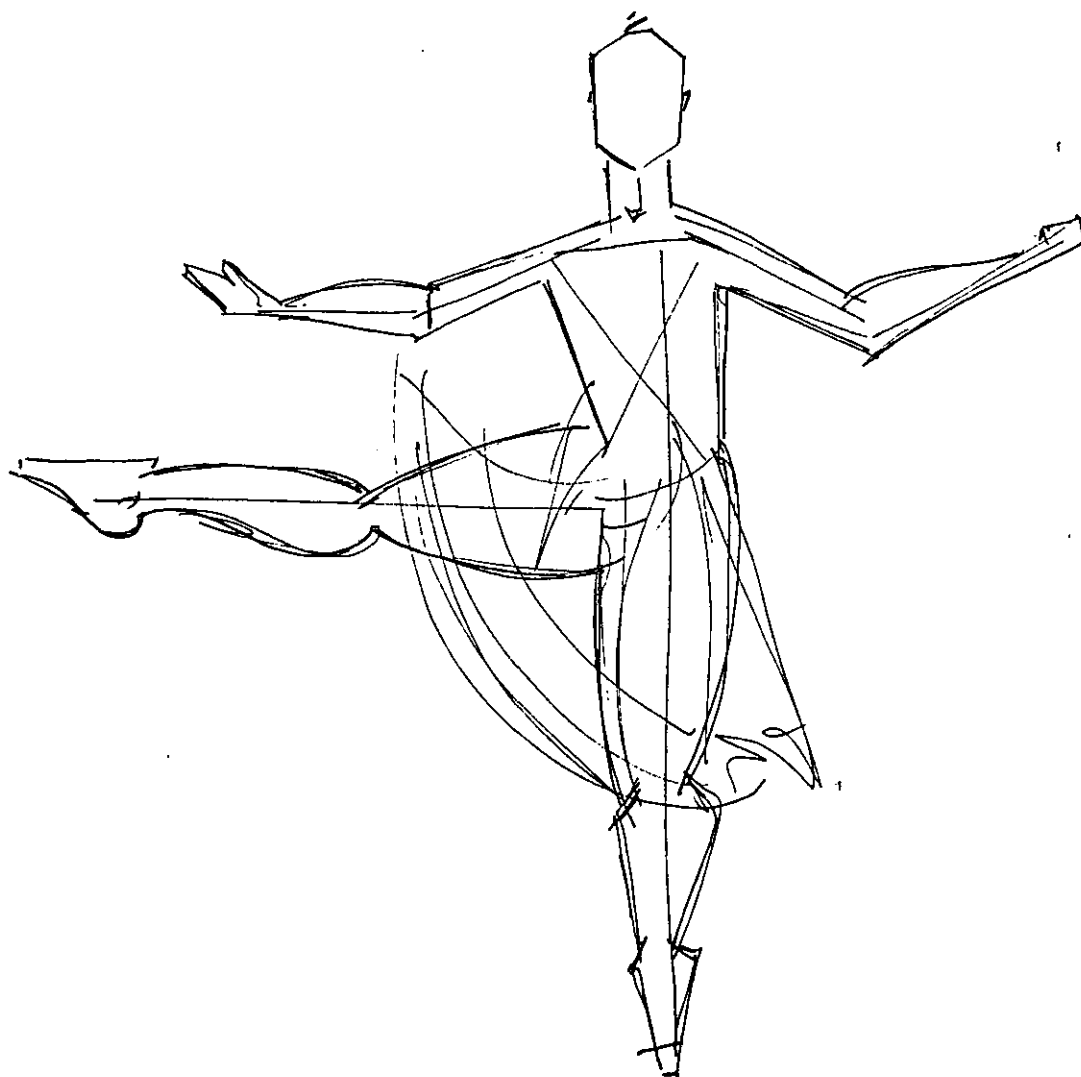
Apunte 1



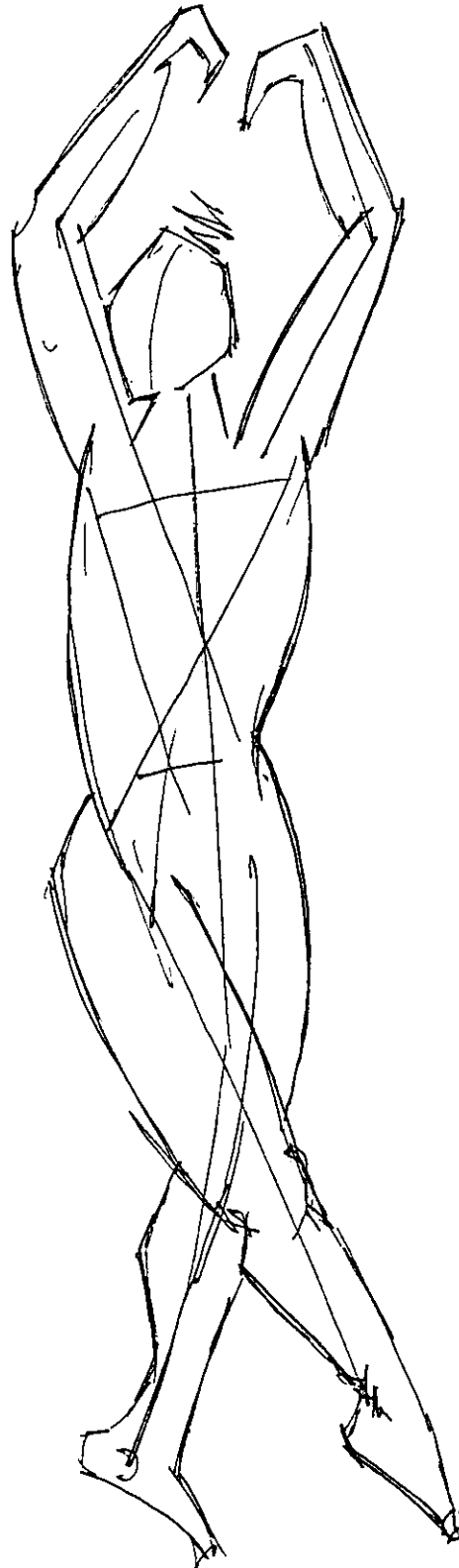
Apunte 2



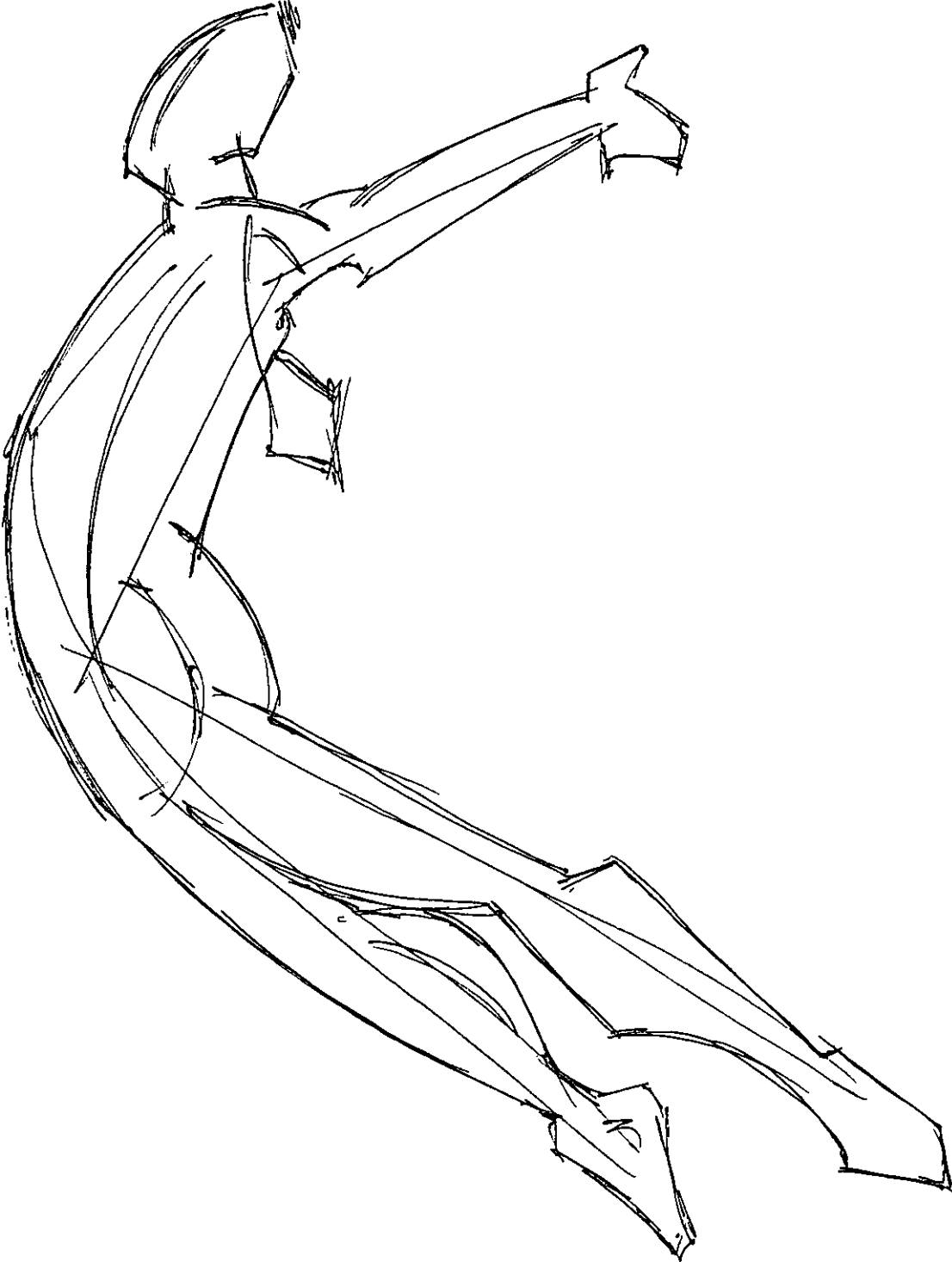
Apunte 3



Apunte 4



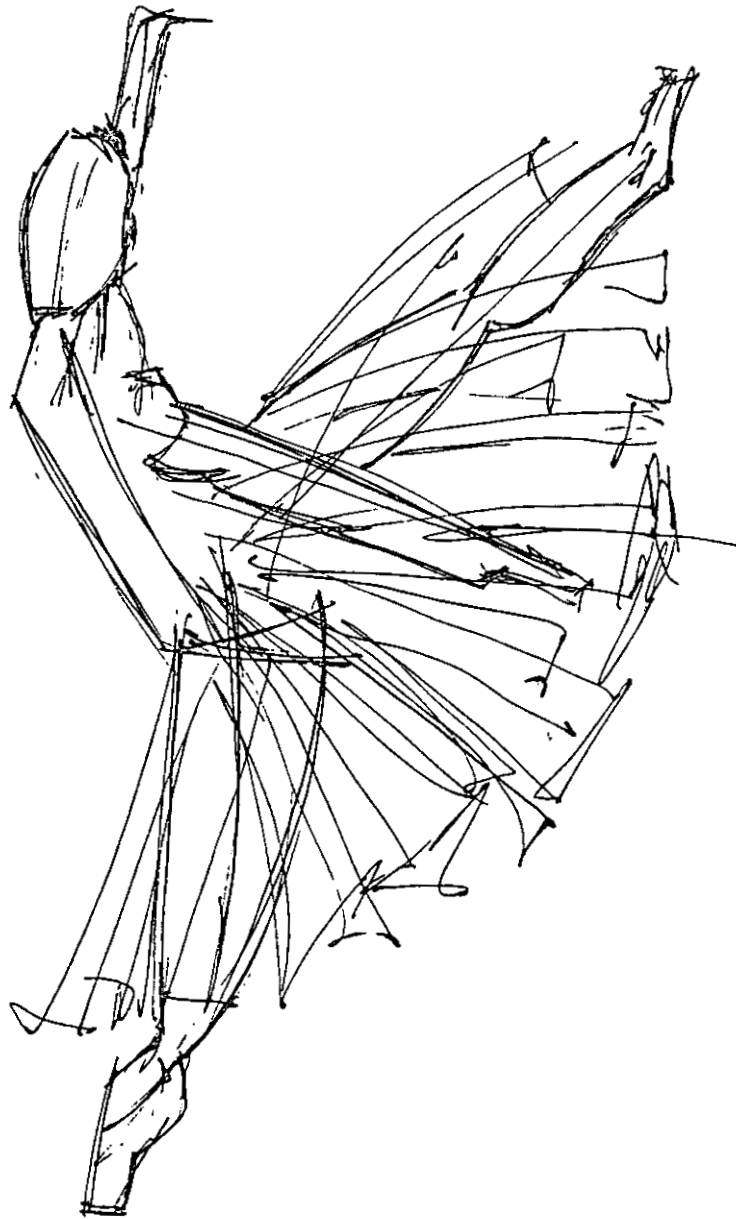
Apunte 5



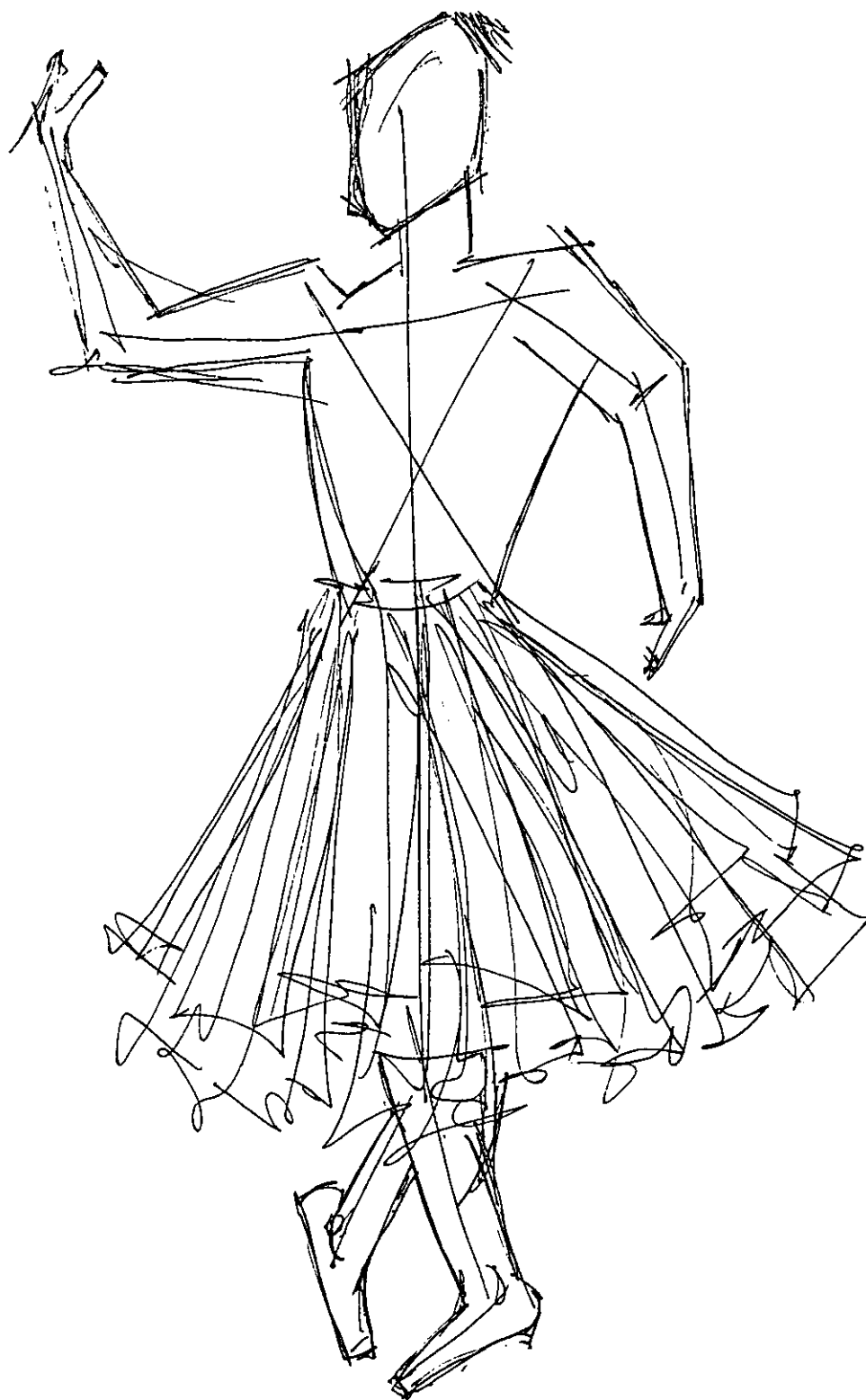
Apunte 6



Apunte 7



Apunte 8



Concepto: Parte medular del concepto de este proyecto se basa en la búsqueda de fortaleza de la figura dancística, ya que esta transcribe la célula originaria del espectáculo; bajo la premisa de que una obsesión sonora como generalmente presenta la danza, puede medirse también con una obsesión visual de gran fortaleza.

Aquí es crucial que se refleje la danza y el movimiento humano de una manera específica de modo que pueda ser registrado con facilidad y *sin perder su esencia, que sea una verdadera herramienta precisa, en la que podamos apoyarnos para dar una comunicación efectiva.*

Otro elemento de gran importancia para lograr un concepto claro radica en el movimiento, ya que nos da una estructura verdadera y fundamental respecto al contenido de la danza. El concepto de movimiento lo retomamos de palabras escritas por Rudolf Laban que nos menciona que "movimiento es arquitectura viviente, viviente en sentido de cambio constante. Esta "arquitectura" es creada por los movimientos corporales, y estos movimientos corporales realizan recorridos en el espacio, creando formas cuya esencia es el cambio, la transformación constante".

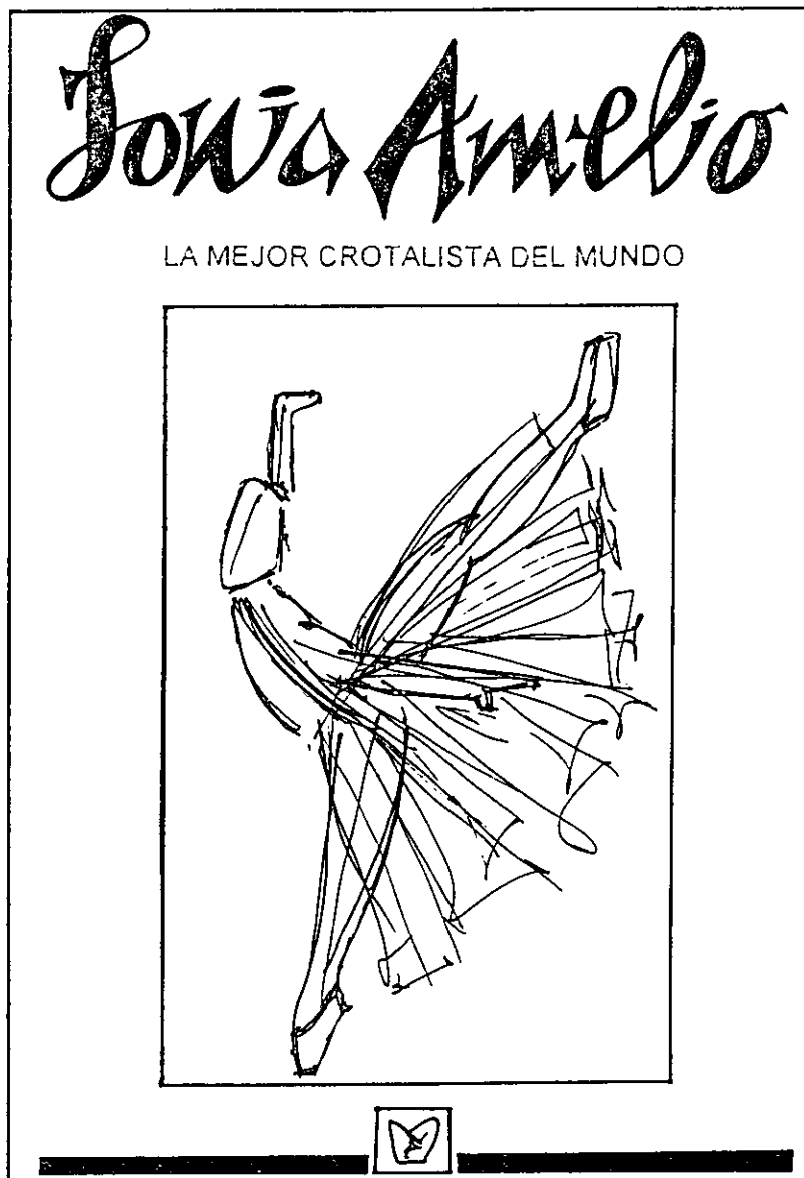
Proceso de bocetaje:En la búsqueda de una imagen que se identifique totalmente con el evento (fuerza, fortaleza y plasticidad), que de alguna manera profundice estos conceptos se experimentó con la realización de figuras recortadas en donde se exageran las posturas más representativas para lograr este concepto de fuerza; esto pensando en la premisa de que las formas puras tienen una gran carga semiótica que se les puede atribuir y por la gran plasticidad que nos pueden dar.

*Retomando los apuntes de posturas dancísticas se decidió apartir de ellos empezar con la lluvia de ideas, ya que aportan una base sobre la que se podrá comenzar a construir, dándonos la pauta para el desarrollo del proyecto por la sensación de libertad y experimentación que reflejan.

Boceto No. 1

La imagen trazada libremente tiene un aire demasiado recargado. El recuadro que en un principio serviría para darle un soporte, una enmarcación al apunte para evitar un desequilibrio en la forma, resulta ser una afectación que no ayuda a comunicar la idea de libertad; produciendo una rigidez y aprisionamiento un tanto desagradable.

El sólo apunte no logra demostrar la sensación de fortaleza que requiere expresar, notando en la composición una falta de poder sugerente, que rompe con el tratamiento tipográfico que se le da al nombre de la crotalista en la parte superior.



Boceto No. 2

El trabajo en línea de la figura resulta falto de fuerza, dando la sensación de extrema fragilidad e inestabilidad.



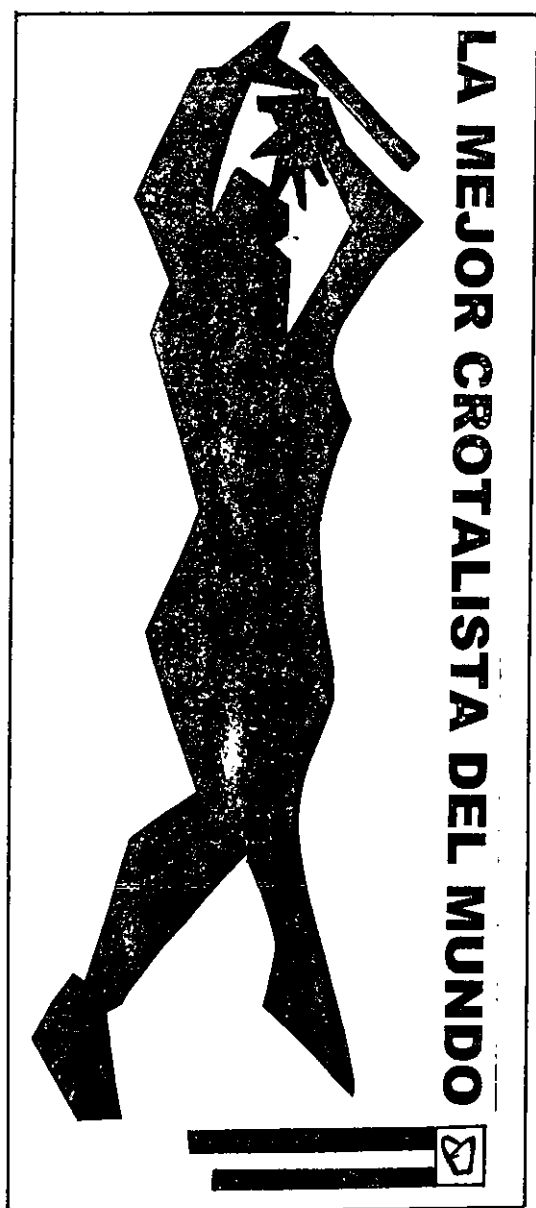
Boceto No. 3

Los apuntes tanto en el boceto No. 3 y 4 son reemplazadas por imágenes de trazos rígidos, resultado del tratamiento que se le dá através del recorte tratando de generar siluetas un poco más claras. Esta resulta ser una composición energética con una imagen directa y rotunda con cortes rítmicos, en donde la forma sugiere el intento de ir más allá de los límites. La figura nos transmite tenacidad, firmeza, impacto, flexibilidad y maleabilidad como la danza.



Boceto No. 4

Esta propuesta resulta ser una interpretación demasiado expresiva del significado de fortaleza y libertad que conlleva la figura dancística de la señora Sonia Amelio, este exceso de expresividad nos lleva a una dificultad en la legibilidad de la imagen que nos puede dar varias connotaciones o significados que van más allá de los conceptos de fuerza, fortaleza y plasticidad que queremos expresar.



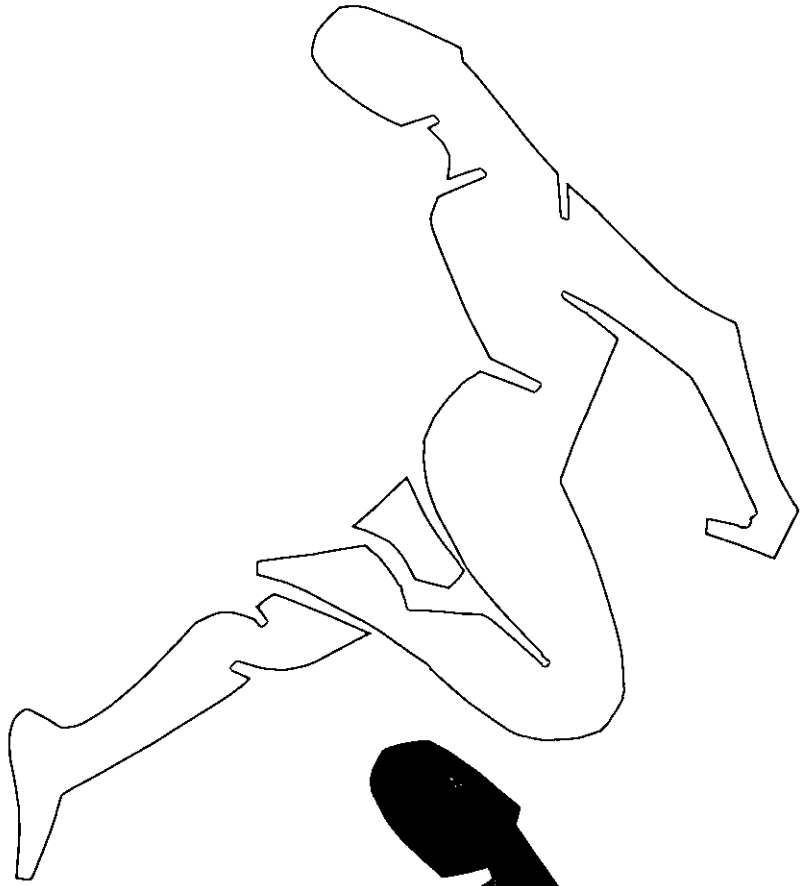
La propuesta que considero que puede dar un mejor resultado es la del boceto No. 3 por sus cualidades de legibilidad y fuerza.



Variantes







SONIA
ATTIROS

SONIA
ATTIROS

color rojo en el texto que dice "la mejor crotalista del mundo". y el nombre de la bailarina de tamaño mayor.

Lo que se buscó es que el cartel no perdiera fuerza en ninguno de sus elementos.

Verificación: Presentación y aprobación de la propuesta.

Realización del original mecánico.



COORDINACION GENERAL DE COMUNICACION SOCIAL

SONIA AMBILIO

LA MEJOR COTALISTA DE MEXICO

TEATRO JULIO PRIETO
FUNCIONES 7,8 Y 9 DE OCTUBRE
20:00 HRS.



CONCLUSIÓN

"Parece que cuando las cosas cambian con demasiada rapidez, los principios, de algún modo, se quedan atrás. Dejar algo atrás es como olvidarlo. Así, en tiempos de mucho apuro, los principios se olvidan. Como si la rapidez en el logro de cosas nuevas sólo se pudiera conseguir a costa del olvido de los principios."

Anónimo, Londres 1978.

A lo largo de los años de clases, lecturas, conversaciones y proyectos gráficos como estudiante de diseño en la ENAP, existen puntos que se presentan como claves para el desarrollo tanto en lo profesional como en lo personal.

El reunir todos estos puntos en un texto era una tarea difícil, por lo que decidí hablar sólo acerca del cartel, por tener hacia él una preferencia personal. Idea que deje por considerar que no tenía todavía la experiencia necesaria que me permitiera emitir juicios acerca del tema. Sin embargo me hizo pensar que si bien a últimas fechas nos ha tocado ser testigos del gran cambio tecnológico que influye en nuestra forma de trabajar, también tendremos que ser testigos activos en este desarrollo tecnológico pero teniendo una actitud responsable y sin olvidar los principios básicos para poder crear. Por lo cual reconsideraré el proyecto de trabajo, como una manera de dejar un registro de la experiencia estudiantil haciendo la recolección de apuntes que remarcasen de alguna forma la importancia de estos principios, pensando que esta tesis habrá de provocar aclaraciones, desmentidos y/o correcciones que hagan reflexionar sobre el tema a quien se acerque a este trabajo.

Así la exposición anterior es una recopilación de datos relacionados con el cartel, en donde se tomó como base la experiencia estudiantil particular. Recalco esto último ya que a través de adoptar una postura crítica ante esta experiencia fue como surge la valoración teórica de

estos elementos conceptuales que nos proveen de el conocimiento necesario para evaluar nuestros proyectos y a su vez darle un ordenamiento.

Elaborar este trabajo no fue nada fácil, ya que hablamos de poner en claro una "gramática" preliminar que se encarga de permitirnos conocer y comprender acerca de los elementos más relevantes en el cartel, acercándonos así a su estructura. Sobre todo son de gran ayuda en la clarificación de nuestro pensamiento, que se refleja en la realización de nuestro trabajo, ya que su conocimiento y manejo constituyen la manera en que vamos a responder a las diferentes situaciones de diseño que se nos presenten.

Contribuyen también en gran manera en le planteamiento y traducción de los enunciados abstractos del problema al proyecto físico final, desempeñando un papel determinante en la formulación de los puntos de vista generales que sobre el proyecto se tenga.

Lo que queda muy claro es que nuestros diseños deben de estar sustentados en una teoría crítica que nos permita una mejor comprensión y la creación de aportaciones reales mediante el manejo de conceptos claros, fuertes y legibles basados en la importancia del significado que queremos dar.

Son los elementos teóricos los que nos ayudan en la dificultad de crear un lenguaje gráfico que tenga valores reales de exactitud, estática y brillantez, si estos elementos que conforman los cimientos en esta construcción de mensajes visuales, se olvidan o no se toman en cuenta entonces no habrá una estructura lógica que pueda servir para la argumentación y sustento para esta transmisión de mensajes.

BIBLIOGRAFÍA

1. ACHA, Juan
Arte y Sociedad latinoamericana:
el proceso histórico y su estructura.
(las nuevas superficies gráficas)
2. ALBERS, Josef.
La interacción del color
Versión castellana de Ma. Luisa Balseiro
Alianza editorial
Cuarta edición 1984.
2. ARFUCH Leonor, CHAVEZ Norberto, LEDESMA María
Diseño y Comunicación
Teorías y enfoques críticos 9
Paídos, Ira. edición 1997
3. BARNICOAT, Joan
Los carteles su historia y su lenguaje
Barcelona, España. Gustavo Gili 1973
4. BELTRAN, Felix
Acerca del diseño
La Habana. Instituto cubano del libro 1975
5. BELTRAN, Félix
El cartel como cartel
Ensayo preparado para un concurso sobre el cartel
UAM Azcapotzalco, 1984
6. DALLAL, Alberto
Cómo acercarse a la danza
Plaza y Valdez
Primera edición 1989

7. DEAIG
Diccionario enciclopédico de las artes e industrias gráficas
E. Martín/T. Tapis.
8. GALLARDO, Luis
Código tipográfico
Homenaje a Miguel Prieto
30 de octubre -1 de diciembre. Museo Carrillo Gil.
9. GOLDSTEIN, E. Bruce.
Sensación y percepción
Debate, España
Cuarta reimpresión 1995
10. ITTEN, Johannes.
The art of color the subjective experience
and objective relation of color.
Segunda edición 1888.
11. LOPEZ, Castro Rafael
RLC "Diseño Gráfico"
Segunda Bienal Internacional del cartel en México
INBA 1993
12. MARCH Marion
Tipografía creativa
Manuales de diseño 2da. edición
Gustavo Gili 1991
13. MEDINA, Cuauhtémoc
Diseño antes del diseño
Museo Carrillo Gil
14. MUNARI, Bruno
¿Cómo nacen los objetos?
Apuntes para una metodología proyectual
Gustavo Gili

15. PARRAMON, José Ma.
Así se pinta un cartel
Barcelona, Instituto Parramón
Colección Aprender haciendo grafismo 1972
16. RENAU, Josep
Función social del cartel
Valencia, España
17. ROJO, Vicente
40 años de Diseño Gráfico
17 de octubre de 1990
Museo Carrillo Gil
18. ROVALO, López de Linares Fernando
Teoría del diseño II: generar, sintetizar
Fascículo 5
UIA
19. TELLO, Olivia, Durán Catalina, Ballesteros Constanza
Tipografía
UAM Xochimilco, División de Ciencias y Artes para el diseño
1ra. edición 1990

Documentación para ilustraciones:

1. Posters de Picasso
María Constantino
Libsa, Madrid
1991
2. Programa de actividades
Tercera bienal del cartel en MÉXICO.
Iconograda
1994
3. Revista a! Diseño gráfico
No. 28 No.26 No.22
México, D.F.