

85
21

EL CARTEL COMO MEDIO DE DIFUSIÓN DEL TEXTIL INDÍGENA DE OAXACA

Tesis que para
obtener el título de:
Licenciada en Diseño Gráfico
presenta:
Angélica Toledo Tirado

Director de tesis:
Profr. Gerardo Clavel de Kruffyff



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

México, D. F., 1998



DEPTO. DE ASESORIA
PARA LA TITULACIÓN

ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLÁSTICAS
XOCHIMILCO D.F.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

258592



Universidad Nacional
Autónoma de México



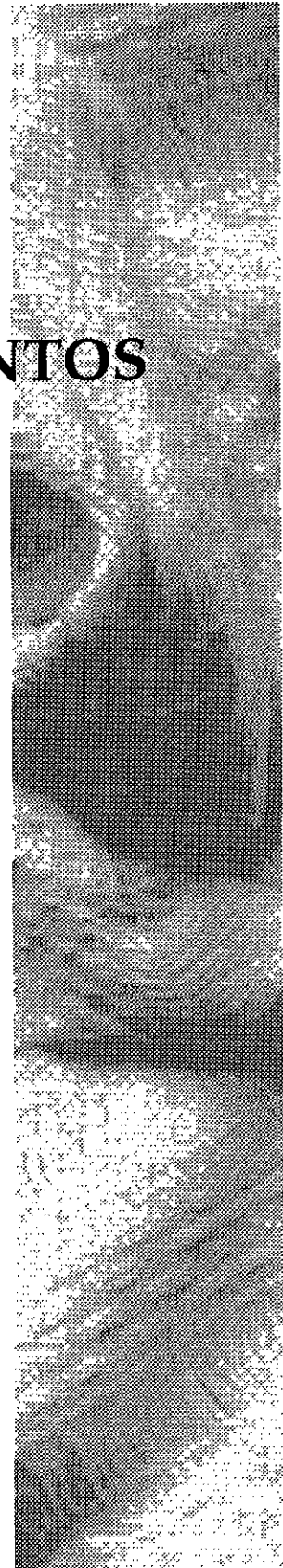
UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

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 GRADECIMIENTOS



AGRADECIMIENTOS

A ti Señor. Con toda la alegría que pueda expresar
por siempre, te doy las gracias,
por permitirme el anhelar llegar, estar y
permanecer en tí

2 Corintios ...Bástate mi gracia; porque mi poder se perfecciona
12:9-10 en la debilidad... Por lo cual por amor a Cristo
me gozo en las debilidades, en afrentas, en necesidades,
en persecuciones, en angustias;
por que cuando soy débil, entonces soy fuerte.

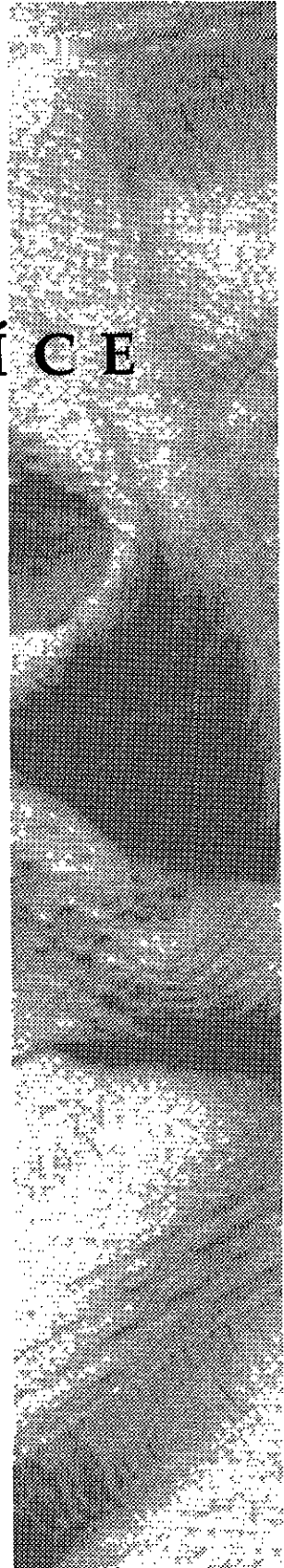
A mi mamá: Te agradezco la amistad
que hemos podido compartir y sobre todo
el infinito cariño y apoyo que muestras
hacia mí.

A mi familia: Agradezco a mi papá, a Verónica y Juan,
a Ramón y a Diana !por tu dulce recuerdo;
el simple hecho de formar parte de ustedes,
porque de cada uno aprendo algo nuevo que
ayuda a mi vida.

A Eva: Te agradezco, tu sincera amistad; tus muchas
enseñanzas, tus consejos...porque sé que en
tí veo a alguien igual a mí de espíritu.

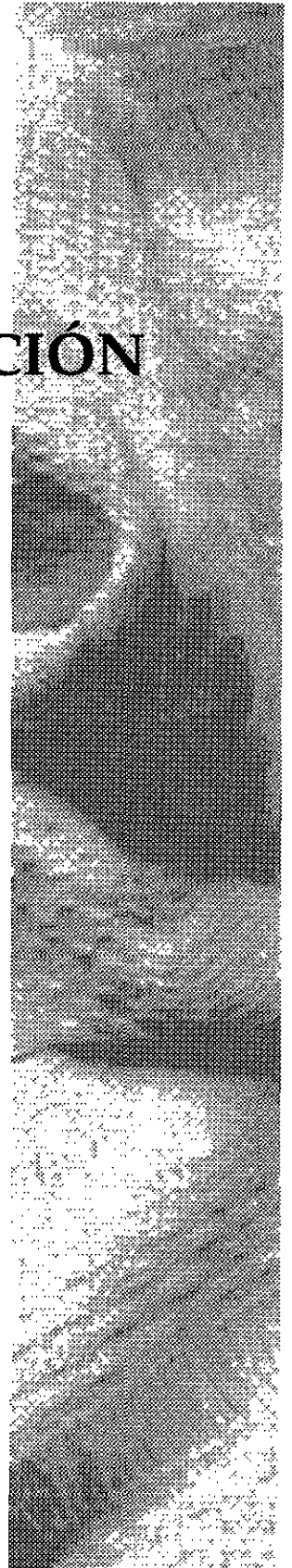
*Al profesor
Gerardo Plavel:* A mí director de tesis,
le agradezco la paciencia y el tiempo
dedicado en la realización
de este proyecto.

I N D Í C E



| | |
|---|-----|
| Introducción | 11 |
| I. Antecedentes del cartel | 15 |
| A. Antecedentes históricos del cartel | 16 |
| B. Antecedentes históricos del cartel en México | 26 |
| C. Definición, tipos y función del cartel | 33 |
| II. Monografía del Estado de Oaxaca | 41 |
| A. Situación geográfica, económica y cultural de Oaxaca | 42 |
| B. Descripción sobre la actividad textil de Oaxaca | 47 |
| 1. Hilado | 47 |
| 2. Tintes | 48 |
| 3. Instrumentos | 50 |
| 4. Técnicas de tejido | 52 |
| 5. Simbolismo | 55 |
| III. Aspectos a considerar del Diseño Gráfico | 65 |
| A. Concepto de Diseño Gráfico | 66 |
| B. Áreas de aplicación | 67 |
| C. Lineamientos generales del Diseño Gráfico | 70 |
| 1. Concepto-mensaje | 71 |
| 2. Forma-tamaño | 72 |
| 3. Estructura-plano | 76 |
| 4. Funcionalidad-comunicación | 77 |
| D. Elementos básicos en la composición de un cartel | 78 |
| 1. Concepto | 79 |
| 2. Formato | 79 |
| 3. Composición | 82 |
| 4. Forma | 85 |
| 5. Tipografía | 85 |
| 6. Color | 87 |
| 7. Técnica | 88 |
| 8. Sistemas de impresión | 89 |
| IV. Eslabones de comunicación | 93 |
| A. Proceso y acciones de la comunicación | 94 |
| B. Acciones del diseño y la empresa en la comunicación | 97 |
| V. Propuestas gráficas | 101 |
| A. Planteamiento del problema | 102 |
| B. Bocetación..... | 104 |
| 1. Análisis primera fase | 105 |
| 2. Análisis segunda fase | 107 |
| C. Justificación teórica | 110 |
| Conclusiones | 129 |
| Índice de fotografías | 133 |
| Bibliografía | 135 |

I NTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN

El interés de realizar este trabajo surge con la intención de poder difundir a través de un cartel una de las muchas actividades artesanales que se realizan en nuestro país: la actividad textil del estado de Oaxaca, actividad que en recientes años esta sufriendo importantes modificaciones.

La función del diseñador gráfico es la de dar solución visual a conceptos, pensamientos e ideologías, todo esto bajo un tratamiento de las formas (proceso de bocetaje), para dar posteriormente, presentación a una propuesta mejor estructurada y organizada, tomando en cuenta, que el diseñador es un canal de comunicación entre el cliente y el receptor; el cual emplea diversos soportes gráficos como: revistas periódicos, carteles, audiovisuales (por citar solo algunos), para transmitir mensajes o reproducir ideas.

Es precisamente el cartel (como ya se citó anteriormente), el medio a utilizar en el presente trabajo por ser un medio en el que se puede diseñar considerando la posibilidad de que se informa a través del empleo de un mínimo de elementos y que además, el trabajo puede ser apreciado a través de un medio impreso de amplias dimensiones.

Con este medio impreso se pretende comunicar un mensaje, mismo que corresponde a un quehacer humano y que pasa de esta forma a integrarse a un ámbito cultural. Por ello creo necesario destacar que para difundir y dar a conocer este mensaje, es necesario identificar el grupo de personas al que llegará esta información, para lo cual, se tiene contemplado dirigir dichos mensajes a un público de clase media, de estratos superiores, así como a un público de un sector turístico (este último interesado generalmente en conocer situaciones diversas de los lugares que visita).

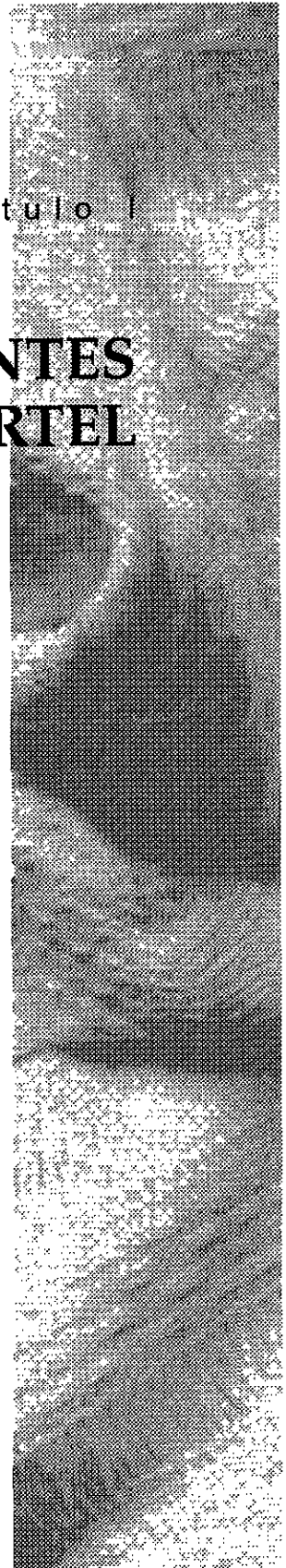
De esta manera el cartel puede contribuir como un medio de difusión dando a conocer que la actividad textil forma parte de nuestra cultura, que es una labor desempeñada por núcleos de familias, por grupos, por etnias. Además, puede dar a conocer, que es una actividad que ha estado vigente por más de cinco siglos, manteniendo y conservando las mismas técnicas de tejido con que se tejía y bordaba desde antes de la conquista (1521).

Aunque se han dado pequeños cambios en el proceso de hilar y tejer, se preservan los elementos fundamentales para llevar a cabo esta actividad: como muestra esta el empleo del telar de cintura, el mecanismo, es el mismo al utilizado en la época de la conquista; igual sucede en el proceso de hilado, la manera de transformar el algodón y con ello obtener los hilos con que se tejen continúa aún vigente.

Pero esto es solo una parte del proceso de trabajo ya que la parte más creativa y significativa se da en el momento en el que las tejedoras bordan o plasman los diversos motivos gráficos y que son representaciones de animales, de plantas y de diversas figuras, las cuales las relacionan con elementos simbólicos como: el agua, el maíz, el sol, la vida, etc. Por lo anteriormente expresado es que se pretende contribuir gráficamente a difundir esta labor. Utilizar las herramientas de diseño y difundir a un núcleo mayor de personas una actividad textil, poco apreciada hoy en día.

Capítulo I

A NTECEDENTES DEL CARTEL



I. ANTECEDENTES DEL CARTEL

A. Antecedentes Históricos del cartel

La historia del cartel se va a desarrollar a través de un largo proceso para constituirlo como hoy lo conocemos, establecido dentro de unas normas de composición y organización, en donde los elementos indispensables para su elaboración serán una imagen, texto y color.

En la producción de carteles anteriores a la Revolución Industrial (surgida a mediados del siglo XVIII (1769), año en que aparece la máquina de vapor), se empleaban los sistemas de tipografía, calcografía y xilografía para su reproducción, pero el perfeccionamiento a las máquinas de impresión del sistema litográfico contribuyeron a una mejor y mayor producción, dándose así en esta época el gran despegue del cartel.



Jules Chéret
Lolo Fuller
1893

El primer gran artista en utilizar este sistema de impresión es el francés Jules Chéret (1836-1933), es el primero en utilizar en la impresión de carteles los colores primarios junto con el negro. Dándose así paso a dos importantes aportaciones a la historia del cartel; la primera de ellas ya mencionada, la aplicación del color a un soporte gráfico, y la segunda, la inclusión del elemento tipográfico, reforzando así aún más el elemento visual. Estos fueron sin lugar a dudas los inicios o el nacimiento del cartel, un tipo de cartel en el cual se empieza a establecer una composición gráfica de los elementos. *“Con Chéret adquirió forma definitiva el cartel moderno que recibiría nombres diversos. El francés affiche, el inglés póster, y el italiano manifesto.”*⁽¹⁾

Ya dentro de estos primeros años de florecimiento del cartel que corren a partir de 1866 en los que Chéret inicia su labor cartelista; se da en Francia y posteriormente en Europa ese cambio de ideología, que tanto en tecnología y modo de vida se comienza a generar. La aparición del automóvil (1885), del aeroplano (1903), y el cine (1896), entre muchos otros avances, acrecentaron la eficacia de las comunicaciones.

..... 1. Gubern, Román. *La Mirada Opulenta*. Edt. GG. Barcelona. 1992. p. 183

Estos cambios suscitados, de la misma manera en que invadieron estas áreas de la vida, dentro del campo del arte no podían ser la excepción. Las corrientes artísticas, escuelas y movimientos comenzaron a emerger a finales del siglo XIX y principios del siglo XX, es precisamente en Francia en donde se da el nacimiento del estilo artístico conocido como *Art Nouvelle* (Arte Nuevo). *"El modernismo... forma parte de un amplio movimiento europeo que tuvo en cada país características diferenciales propias y que se designó con distintos nombres: Modern Style, en las Islas Británicas; Art Nouvelle, en Francia y Bélgica; Secession en Austria; Jugendstil en Alemania y Liberty en Italia."* ⁽²⁾

Además, que de esta forma cambiará en Francia la manera de representar diversas ideas y situaciones dentro del arte a través de artistas no menos importantes como: Toulouse-Lautrec (1864-1901), francés; Alphonse Mucha (1860-1939), checoslovaco; Eugène Grasset (1841-1917), suizo; Karl Schwab, alemán; Charles Théophile-Alexander Steinlen (1859), suizo.

El *Art Nouveau* es un estilo artístico influido por el arte japonés en donde la línea curva de los tallos de las flores, los tallos de las hojas son trazos predominantes de éste estilo. *"El modernismo acusado de ornamental por los funcionalistas, es en realidad un intento de promocionar el empleo de la máquina en la producción industrial, en arquitectura o en artes aplicadas sin por ello rechazar al arte y al individuo, sino tratando de unir el arte y la técnica"*. ⁽³⁾

El arte nuevo en la Gran Bretaña conocido como *Modern Style* tiene como protagonistas a diversos artistas: Aubrey Vincent Beardsley ((1872-1898), Walter Crane, Arthur Heygate Mackmurdo (1851-1942), Charles Ricketts (1866-1931), y los cartelistas Beggarstaff Brothers (nombre comercial de William Nicholson (1872-1949) y James Pryde (1866-1941)), Dudley Hardy (1866-1922). Estos últimos dirigirán su trabajo a una economía de elementos y una organización más compositiva de estos mismos.

"La economía de medios expresivos y ornamentales, la reducción de forma y color a la función de mancha y la siempre sorprendente composición de los elementos, otorgan a William Nicholson y James Pryde una de las pater-



Eugène Grasset
Cartel para exhibición
1894

2. Satué, Enric. *El Diseño Gráfico: Desde los Orígenes Hasta Nuestros Días*. Edt. Alianza. México. 1988. p. 120

3. Quarante, Danielle. *Diseño industrial 1*. Edt. CEAC. Barcelona. 1992. p. 70

nidades del cartel moderno, entendido como medio de comunicación de comprensión inmediata, escueto y atractivo al mismo tiempo.”⁽⁴⁾

La escuela *Glasgow* (1896), en Escocia, es otro importante eslabón dentro de la evolución del cartel. Es encabezado por cuatro importantes artistas Charles Rennie Mackintosh (1868-1928), J. Hebert McNair y las hermanas Margaret Macdonald (1865-1933) y Frances Macdonald (1874-1921). Realizan interesantes aportaciones ya que su trabajo dentro del cartel iba más allá del aspecto ornamental, su estudio del diseño se fue convirtiendo cada vez más compositivo, más geométrico, lo que presenta nuevas expectativa por desarrollar un estilo propio y ver desde un punto de vista diferente los diseños que se podían crear, aplicando a éstos, elementos florales y curvilíneos, líneas elevadas, rectángulos, óvalos y círculos.

La *Secession de Viena*, denominación del *Art Nouveau* en Austria también se sumergió a la creación de un nuevo diseño del cartel. Algunos de los artistas que contribuyeron a esta importante aportación fueron: Gustav Klimt (1862-1918), J.J. Olbrich(1867-1908), Josef Hoffman (1870-1956), Julius Klinger (1876-1950), Koloman Moser (1868-1918), Adolfo Loos (1870-1933), Lucian Bernhard (1883-1972). Estos artistas comenzaron a conjugar elementos de diseño como líneas rectas, líneas curvas, cuerpos geométricos, para dar un nuevo giro y desarrollo al trabajo del cartel.

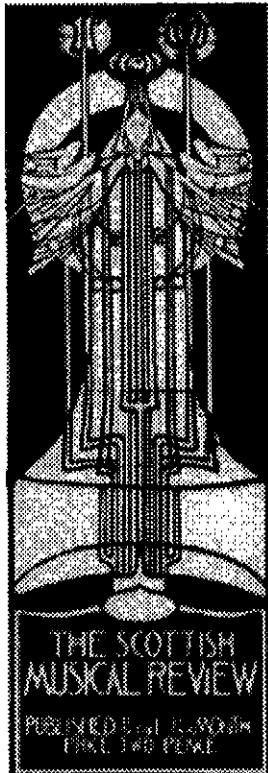
“Viena llega a ser el cuerpo principal de innovaciones creativas posteriores en el florecimiento final del Arte Nuevo... El lenguaje de diseño que desarrollaron utilizaba cuadrados, rectángulos y círculos repetidos y combinados. La decoración y aplicación de ornamentos dependían de elementos similares usados en secuencia paralela sin ritmo. Su geometría no era mecánica ni rígida, sino que poseía una sutil cualidad orgánica”.⁽⁵⁾

Jugendstil o Arte Nuevo denominado así en Alemania se va expandiendo mediante la revista *PAN* (Berlín) entre 1885-1890 y la revista *Jugend* (Munich) 1896-1940, de esta última revista se toma el nombre para el posterior movimiento creador de grandes artistas.

Los artistas de esta época van a evidenciar más claramente el empleo mínimo de elementos en la elaboración de carteles, su función de comunicación será principio fundamental para sustentar las bases del porqué únicamente el empleo de una imagen visual y un texto, eli-

4. Satué, Enric. *op. cit.* p. 101

5. Meggs, Philip. *Historia del Diseño Gráfico*. Edt. Trillas. México. 1991. p. 285



Charles Rennie Mackintosh
La reseña musical escocesa
1896



Ludwing Holwein
Cartel de reclutamiento

minando así todo aquel elemento ornamental usual de la época victoriana. *"Alemania no considera ya al cartel como un arte sino como un medio de comunicación entre el anunciante y el público, semejante a un telegrama."*

⁽⁶⁾

Entre los artistas importantes a considerar en este país están:

REVISTA PAN (1895-1900)
Otto Eckmann (1865-1902)
Emil Rudolf Weiss

REVISTA JUGEND (1896-1940)
Hans Christiansen (1866-1945)
Josef Sattler (1867-1931)
Lwdwing Holweiln (1874-1949)
Peter Behrens(1868-1940)
Lucian Bernhard (1883-1972)

Al artista Lucian Bernhard, se le debe el principio en una nueva manera de conceptualizar, ver y proyectar los mensajes transmitidos de manera ágil y concreta. *"... él había llevado el cartel visual un paso adelante en el proceso de simplificación y reducción del naturalismo en el lenguaje gráfico de las formas."* ⁽⁷⁾

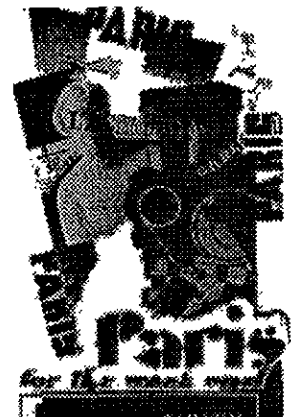
El arte nuevo llega a Bélgica y en este país el más influenciado de todos los artistas es Henri Van De Velde (1863-1957). *"Apoyaba el concepto de que todas las ramas del arte, desde la pintura al Diseño Gráfico y del Diseño Industrial a la escultura compartían un lenguaje común de forma e igualdad... Eran necesarios materiales adecuados, formas funcionales y unidad de organización visual."* ⁽⁸⁾

Además del Art Nouveau, en el presente siglo aparecieron otras corrientes que marcaron una influencia en las escuelas y artistas que trabajaron dentro del diseño gráfico. Una de estas corrientes que apareció es el cubismo. Este movimiento se inició en París, en el año de 1908, sus principales exponentes son: Pablo Picasso (1881-1973), español; Georges Braque (1881-1963), francés; Juan Gris (1887-1927), español; Fernando Léger (1881-1955), francés.

Esta corriente es la derivación de lo que llevó a cabo Paul Cézanne (1839-1906) en el impresionismo, al reducir las formas de la naturaleza a expresiones geométricas como la esfera, el cilindro, el cono y el cubo. Además de introducir esta reducción de las formas, se manejaron nuevas estructuras a partir de imágenes superpuestas, elementos recor-



Lucian Bernhard
Cerillos Priester
1905



Austin Cooper
Ferrocarril del sur
Corriente cubista

6. Satué, Enric. *op. cit.* p. 119

7. Meggs, Phillips. *op. cit.* p. 322

8. *Ibid.* p. 276

tados presentando de esta manera el collage a las nuevas composiciones propuestas.

Entre los diseñadores gráficos que incorporaron el *cubismo* al cartel están el estadounidense E. Mcknight Kauffer (1890-1954), que residía en Londres; el ruso radicado en París A. M. Cassandre (1901-1968); Paul Colin (1892), de Francia; Austin Cooper (1890), de Inglaterra; Joseph Binder (1898-1972), de Austria.

Dentro de otra de las corrientes artísticas esta el *futurismo* , que es fundado por el poeta italiano, Filippo Tomaso Marinetti (1876-1944), en el año de 1910. Este artista expresó un agrado hacia lo que tuviera relación con la guerra, la tecnología y las máquinas, (la velocidad y el movimiento).

Los efectos de esta corriente se manifestaron en una de las publicaciones de Florencia, Italia denominada *Lacerba* con diseños realizados por Giovanni Papini (1881-1956). En sus diseños predominaba la aplicación de tres o cuatro colores de tinta, en combinación con veinte estilos diferentes de tipografía: cursivas, negritas, condensadas.

Para Marinetti la fuerza expresiva de las formas se contraponía a lo tradicional establecido y armónico. Rompía el esquema clásico lineal, utilizando diversos tamaños y contrastes de peso, consiguiendo así composiciones dinámicas. Para este artista la forma de la tipografía debía sobre todo enfatizar los contenidos de los escritos.



Ilya Zdanevitch
Cartel para la obra:
Fiesta del corazón barbado
 Corriente dadaísta
 1923

“El concepto futurista de convertir la escritura, la tipografía o ambas en formas visuales concretas y expresivas era una preocupación en algunos poetas y se remonta por lo menos al poeta griego Simias de Rodas (alrededor de 33 A. de C.).” ⁽⁹⁾

El movimiento *dadaísta* surge en el año de 1916, en Suiza y es guiado por el artista Tristán Tzara(1896-1963); se vio nacer en el cabaret Voltaire de Zurich, inaugurado por Hugo Ball, lugar de reunión de poetas, pintores y músicos jóvenes. Entre los artistas que se agregaron a este movimiento están: Hans Arp (1887-1966), francés; Marcel Janco (1895), su hermano Georges Janco y Richard Hueslsenbeck.

El nombre de esta corriente, fue escogido por azar de un diccionario; la palabra *dadá* según el significado de éste, se refería al bal-

9. *Ibid.* p. 305

.....

buceo de un bebé. Sus afirmaciones apuntaban principalmente a un rechazo de la tradición y de la burguesía; pretendían desvincular el arte de toda norma tradicional. Se rebelaron contra la guerra mundial, la decadencia de la sociedad, la fe ciega en la tecnología, de ahí que la misma sociedad expresara un rechazo a este grupo. Además el *dadaísmo*, se adjudicó el concepto asumido por los *futuristas*, acerca de la tipografía como expresiones visuales. Constituidas en "*palabras-imágenes*".

También hay que agregar entre otros seguidores de este movimiento a artistas como Marcel Duchamp (1887-1968), francés. Él, a través de su arte, satirizaba a la clase burguesa y consideraba las actitudes de ésta como deshumanizadoras.

En Alemania para el año de 1918 el *dadaísmo* tuvo como protagonistas a John Heartfield (1891-1968), George Grosz (1893-1959), Raoul Hausmann (1886-1977) y Hannah Hoch (1889-1978), grupo que destaca por el descubrimiento y aportaciones que hicieron sobre el fotomontaje, la técnica de manipular imágenes fotográficas fusionadas para elaborar yuxtaposiciones.

Por otra parte Kurt Schwitters (1887-1948), artista también alemán que realizó composiciones de collage, usando anuncios impresos, desperdicios, materiales fusionados. En el año de 1923 y hasta el de 1932 editó 24 números del periódico *Merz* (nombre tomado de la palabra *Kommerz* "comercio").

Surgido después de la revolución rusa el *constructivismo* por medio de las figuras de Kasimir Malevitch (1878-1935), Vladimir Tatlin, arquitecto (1885-1954), Lissitzky (1890-1941), Jan Tschichold y Laszlo Moholy-Nagy (1895-1946), húngaro. Este último artista constituye parte fundamental ya que es quien introduce esta corriente a la escuela de la *Bauhaus*.

Este movimiento aplicó en la disposición de los elementos criterios de división espacial geométricos. Estaba en contraposición a la simetría, a la regularidad de las composiciones lineales en una sola dirección. Sus diseños estaban realizados en páginas compuestas sobre ejes oblicuos, lo que aportaba dinamismo a los trabajos. Algunos diseñadores notables como Ernst Keller (1891-1968), Théo Ballmer (1902-1965) y Max Bill (1908), trabajaron bajo los criterios de esta corriente artística así como de la corriente de *De Stijl* y de la *Bauhaus*.



Theo van Doesburg
Cartel para exposición
Influencia De Stijl
1920

El movimiento *De Stijl* (1917-1928) tuvo una enorme influencia dentro de la *Bauhaus*, su teoría se regía bajo el concepto de que el arte debía estar alejado completamente de la figuración, lo que llevó a los artistas a realizar sus composiciones con líneas horizontales y verticales, e incluir elementos subjetivos y abstractos. *“Las estructuras reticulares del propio Theo Van Doesburg y de Piet Mondrian, la reducción de los colores a sus más primarios pigmentos y las composiciones estrictamente geométricas fueron su mayor aportación...”* ⁽¹⁰⁾

El *Surrealismo* con raíces del *dadaísmo* es impulsado por André Betron (1896-1966), francés; seguido por Marx Ernst (1891-1976), alemán; René Magritte (1898-1967), Salvador Dalí (1904-1989), español; Hans Arp (1897-1966), francés. Este movimiento nació en Francia en el año 1924.

Este movimiento adopta una filosofía en la cual el inconsciente y la intuición predominan sobre el pensamiento ordenado y razonado. La razón antes de organizada debía ser una manifestación de las ideas y sentimientos espontáneos del subconsciente.

Lo que hay que destacar de manera importante sobre este movimiento, es que de él, se inspira la publicidad para presentar imágenes asombrosas e irreales; efecto que precisa de la atención del público. *“El efecto sorpresa que cualquier imagen inesperada produce a los ojos -y en este aspecto los surrealistas fueron maestros- ha sido rentabilizado por la mayoría de las metáforas elaboradas en publicidad desde 1924 (especialmente en formas de anuncios y carteles), como el arquetipo iconográfico más eficaz en el superpoblado campo de acción de esta clase de productos gráficos.”* ⁽¹¹⁾

El artista belga Henry Van De Velde después de conformar sus estudios artísticos en su país se traslada a Alemania e influido hasta cierto punto por las ideas del movimiento Arts and Craft, funda en 1927 el *Werkbund Institut* junto con Hermman Matheius (1861-1927). A partir de entonces se crean 81 escuelas conocidas como Art and Craft (artes y oficios), de todas estas, la escuela *Kunstgewerbeschule*, se unió a la escuela de las *Bellas Artes* de Alemania, para dar origen así, a lo que más tarde se conoció como *Bauhaus*.

Es el 12 de Abril de 1919 cuando la *Bauhaus* inició sus actividades

10. Satué, Enric. *op.cit.* p. 130

11. *Ibid.* p. 132

pedagógicas bajo la dirección del alemán Walter Gropius (1883-1969). Basado en una filosofía en que el arte y la tecnología tenían que conformar una unidad.

La primer sede de la *Bauhaus* se localiza en Weimar y abarca un período que va de 1919 a 1925, contó con maestros como Paul Klee (1879-1940), suizo y Wassily Kandinski de origen ruso, los cuales introducen ideas avanzadas sobre la forma, el color y el espacio; el suizo Johannes Itten (1888-1967), dirigía el curso preliminar en el cual se buscaba encontrar las actitudes creativas del estudiante. Otros de los profesores fueron: el norteamericano Lyonel Feininger (1871-1956), Herbert Bayer (1900) y Laszlo Moholy-Nagy. Este último exploró las áreas de la fotografía y la tipografía principalmente.

“Durante la primera etapa de la Bauhaus hasta la incorporación en 1923 de Moholy-Nagy, el Diseño Gráfico no se contempla como asignatura, aunque se imparten conocimientos sobre la escritura y construcción de letras. En esta su segunda etapa, los manifiestos, programas, carteles y catálogos impresos en los talleres de la escuela, sufrirán una singular evolución que presume la influencia que recibe, progresivamente, de los presupuestos pedagógicos generales.” ⁽¹²⁾

Para el año de 1925 la *Bauhaus* se trasladó a una nueva sede en Dessau, estancia que duró de 1925 a 1932. En estos años eran evidentes las influencias *De Stijl* y los *constructivistas*. A este período se incorporaron como maestros algunos de sus alumnos: el alemán Joseph Albers (1888-1976); quien impartió uno de los cursos preliminares sobre materiales; Marcel Breuer (1902-1981), director del taller de mobiliario. En 1928 Walter Gropius, Moholy-Nagy y Herbert Bayer dejan la escuela de la *Bauhaus*. Le sucedieron en sus cargos Joost Schmidt (1893-1948), como maestro de tipografía y diseño gráfico; Hannes Meyer (1889-1954), teniendo a su cargo la dirección, misma que para el año de 1930 pasó a ocupar Mies Van Der Rohe (1886-1968), arquitecto berlinés.

Durante el período que dirige Meyer se incorporaron nuevos talleres y disciplinas como la fotografía y la psicología. Para el año de 1932 comienza el declive de la *Bauhaus* por ordenes del partido nazi se cerraron las puertas del instituto sin embargo, Mies Van Der Rohe se trasladó a Berlín en un intento por continuar con sus actividades, sin embargo para el año de 1933 estas cesan a consecuencia de la toma de poder de Adolfo Hitler.



Herbert Bayer
Cubierta del no. 1 de la
revista Bauhaus
1928

12. *Ibid.* p. 150

Lo que el Diseño Gráfico y más específicamente el cartel deben a la escuela de la *Bauhaus* es el hecho de que ésta contribuye a la conformación de un método de enseñanza más formal, marcando, y estableciendo los elementos y las materias propias del área de diseño. Los talleres de impresión y posteriormente la inclusión de los talleres de tipografía y cursos de color, aportan los elementos necesarios para dar mayor formalidad al diseño de cartel. Es importante señalar que los artistas de esta escuela dieron una composición y organización al diseño del cartel partiendo siempre del aspecto funcionalista.

A los años posteriores que siguieron al fin de la segunda guerra mundial (1939-1945) los artistas adoptan una nueva manera de expresión gráfica en lo que dieron por llamar como imagen conceptual. "*La transmisión de imágenes informativas no solamente eran narrativas sino de ideas y conceptos.*" ⁽¹³⁾

A partir de las características subjetivas, irreales transportadas a las formas, se agrega un contenido lo que las constituye como "imágenes informativas". Las *imágenes conceptuales* se inspiraron de las corrientes artísticas, como *el cubismo, el surrealismo y el expresionismo*. Desde el *cubismo* adoptaron las yuxtaposiciones; del *surrealismo*, la integración de formas inexistentes de la realidad; del *expresionismo*, la referencia visual pura del color; el término de las *imágenes conceptuales* llegó a irrumpir en países como: Italia, Polonia, los Estados Unidos, Alemania y Cuba.

De Italia, se puede citar al artista Armando Testa (1917), en sus carteles la imagen predomina de manera primordial y reduce el contenido verbal a unas pocas palabras.

De Polonia y a partir de la década de los cincuentas aparecen artistas como: Tadeusz Trepkowski (1914-1956), Henryk Tomaszewski (1914), Jan Lenica (1928), Franciszek Starowiejski (1930), Waldemar Swierzy (1931), Roman Cieslewicz (1930), Marek Freudenberg (1939) y Andrzej Klimowski (1949).

En Estados Unidos resaltan los nombres de: Seymour Chwast (1931), Milton Glaser (1929), Barry Zaid (1939), James McMullan (1934), Paul Davis (1938), Richard Hess (1934), John Berg (1932), Peter Max (1937), Lanny Sommese (1944), David Lance Goines (1945). La expresión gráfica de estos artistas inicia en la década de los cincuentas.



Armando Testa
Cartel para una exhibición
de hule y plástico
Imagen conceptual
1972

..... 13. Meggs, Philip. *op. cit.* p. 491

En el país de Alemania Occidental, al comienzo de la década de los años sesentas y continuando en los ochentas, emergió el trabajo de artistas como Gunther Kieser (1930), Gunter Rambow (1938), Gerhard Lienemeyer (1936) y Michel Van de Sand (1945). El cartel alemán estuvo basado en el manejo de imágenes fotográficas a través de collage y el montaje, recursos utilizados en corrientes como el cubismo o en escuelas como la *Bauhaus*.

También se pueden citar a artistas cubanos que aparecieron después de la revolución de este país en 1956, entre los que destacan: Raúl Martínez, Félix Beltrán (1938), Elena Serrano, Emilio Gómez y Rolando Córdoba. Estos diseñadores asimilaron diversos estilos y recursos del diseño norteamericano, adoptando un carácter psicodélico y popular. También se ven influenciados por el cartel polaco, en los que las cualidades de un icono o un mensaje breve resultan mucho más eficaces a su trabajo.

Todos estos movimientos, tendencias y escuelas artísticas buscan encontrar una representación del cartel con los elementos básicos formales: una imagen visual, un texto y un color. Pero con una conceptualización en ocasiones muy diferentes una escuela de otra y que en base a esto, se proporcionarán las más variadas alternativas de representar o de crear un cartel, no limitándolo únicamente a un estilo o tendencia, logrando así la oportunidad de mostrar al mundo la versatilidad para crear y dar origen a un diseño de cartel a través de los más diversos pensamientos.

Movimientos Artísticos de 1900

| Escuelas | Movimiento | Corriente |
|-----------------------|--------------------------|-----------------------|
| Glasgow Inglaterra | Cubismo Francia | De Stijl Holanda |
| We rkbund Alemania | Surrealismo Francia | Ver Sacrum Austria |
| Bauhaus Alemania | Futurismo Italia | |
| | Constructivismo Rusia | |

B. Antecedentes Históricos del Cartel en México

El diseño de cartel en México comenzó a adquirir presencia a principios de este siglo (1900), tras al desarrollo que se empezó a generar en ciertas áreas de trabajo como fueron el área cultural, el área política y el área artística. Dentro de esta última se puede citar más concretamente al área cinematográfica como una de las pioneras en aplicar el cartel a su área de trabajo.

Cinematografía. Es en el año de 1896 en el que la exhibición de películas en México dio inicio. Los empresarios dedicados a la exhibición en las entonces veinte salas creadas en la ciudad, recurrieron primero, a diferentes formas de promoción como volantes, periódicos o gacetas, y posteriormente introdujeron en sus campañas al cartel. *"Los empresarios comenzaron a anuanciarse en las paredes por medio de carteles que contenían una detallada descripción del programa, los horarios, los precios..."*⁽¹⁴⁾



José Guadalupe Posada
Programa de mano de la
película:
La gallina de los huevos de oro
1909

En el año de 1906 José Guadalupe Posada (1852-1913) elaboró un programa de mano de la película *"La Gallina de los huevos de oro"* que se presentó ese mismo año, el primero de abril en el teatro Guillermo Prieto. Unos años después en 1909, este artista vuelve a elaborar un segundo programa para la exhibición de *"El Vesubio de Nápoles"* o *"Los últimos días de Pompeya"*. *"Para la misma película se utilizaron anuncios pintados de manta que se podían considerar antecedentes de los grandes anuncios murales para la publicidad cinematográfica reseñados como novedad en El Universal de mayo 12 de 1920."*⁽¹⁵⁾

En 1910 durante la revolución mexicana se realizaron películas manejando como tema precisamente a este movimiento. Aún, bajo la situación que prevaleció en México durante estos años los carteles no dejaron de reproducirse. *"La revolución había traído cambios importantes y la realización de películas en el lugar de los hechos saco a luz los nombre de realizadores tales como Salvador Toscano, Los Hermanos Alva, Julio Lamadrid y Enrique Rosas. De esa época se conservan algunos carteles realizados básicamente con tipografía."*⁽¹⁶⁾

Para mediados de los años veintes y hasta aproximadamente 1935

14. Félix Romandía, Cristina. *El Cartel Cinematográfico*. Cineteca Nacional. 1987. P. 11

15. Félix Romandía, Cristina. *op. cit.* p. 14

16. *Loc. cit.* p. 14

un artista e impresor de apellido Zuñiga elabora propaganda de mano para diferentes cines de la Ciudad de México: Regis, Palacio, Teresa, Olimpia, Magestic entre algunos. "Se conoce poco sobre el cartel en México desde el movimiento revolucionario hasta 1930, sin embargo, podemos suponer que su evolución fue paralela al surgimiento y consolidación de una industria nacional que toma mayor fuerza a partir de esa fecha con las películas de argumento."⁽¹⁷⁾

En esta misma década se agregó a la promoción de las películas además del cartel, todo un sistema organizado que consistió en las campañas de publicidad, sistema introducido por el escritor y dibujante Juan Antonio Vargas Ocampo.

Para la década de los años cuarentas y cincuentas el cartel cinematográfico tuvo mayor demanda. En esta época trabajaron artistas como Marco, Corzo y Cadena M., Antonio Caballero. Además de estos artistas se vinieron agregar a ellos, otros más de origen español, entre los que se encuentran Josep Renau y su hermano Juanino, así como Josep Spert. "... quienes llegaron a México en 1939, con la experiencia de una intensa labor en España y la influencia de las corrientes que predominaban en esa época."⁽¹⁸⁾

Durante la estancia de Josep Renau en México que abarcó los años de 1939 a 1959, este artista realizó carteles para películas de la llamada "época de oro del cine mexicano" entre las que se pueden citar: *Bugambilia* (1944), *Ensayo de un crimen* (1955), y *Necesito dinero* (1951). Estos carteles presentan como imagen principal a los personajes de las películas; los rostros generalmente se muestran bajo un tratamiento de línea rígido, en el caso de la tipografía, se observa que esta se maneja en muchos casos a partir de una disposición inclinada. "Cuando tenía en mente una solución, ponía esas fotos en un proyector de cuerpos para dirigir las al tamaño conveniente sobre un cartón donde iba dibujando, con trazos secos y angulosos las caras y actitudes de los actores y actrices del cine de entonces..."⁽¹⁹⁾



Josep Renau
Cartel para la película:
Ensayo de un crimen
1955

Procinemex es una empresa que a partir del año de 1969 se encargó de realizar los carteles de las producciones de estos años, entre algunas películas de entonces se encuentran: *Canoa* (1975), con diseño de cartel de Rafael López Castro; *Cuartelazo* (1976), con diseño de Abel

17. *Loc. cit.* p. 14

18. Félix Romandía, Cristina. *op. cit.* p. 18

19. Medina, Cuauhtémoc. *El diseño antes del diseño*. Consejo Nacional para la cultura y las artes. México. 1991. p. 32

Quezada Rueda; *Pedro Páramo: El hombre de la media luna* (1976), con diseño de Alberto Castro Leñero y Juan Pérez Jolote (1973).

Además de los trabajos de estos artistas, también se pueden apreciar en esta época los carteles de Carlos Palleira, Rafael Hernández, Alvaro Yañez, Helmut Bernhardt, Bruno López, Germán Montalvo, Francisco Moreno Capdevilla, Vicente Rojo, Armando Villagrán entre otros. Para la década de los 80's nuevamente es posible ver el trabajo de Rafael López Castro, tras una breve ausencia, su aparición se da en los carteles para películas como *Frida* (1984) y *¿Cómo ves?* (1986).

Grupo 30-30. Otra muy distinta área a la cual se aplicó el diseño de cartel en la década de los años 20's fue el área cultural. Este trabajo fue realizado principalmente por dos artistas originarios de Aguascalientes Francisco Díaz de León y Gabriel Fernández Ledesma. Ambos comenzaron sus estudios en México en la Academia de San Carlos (1917) y ya para los años de 1920 su desempeño profesional se deja ver primero en el campo editorial y posteriormente en el diseño de cartel.

Gabriel Fernández Ledesma colaboró en algunas de las publicaciones que editó la SEP como fueron: *Lecturas clásicas para niños* (1924-1925); y la revista *Forma* (1926-1928) entre algunas. A diferencia de Francisco Díaz de León quien ilustró y diseñó libros como *Campanitas de plata*, editada por *Cultura* en 1925; y *Oaxaca* de Manuel Toussaint, para la misma editorial en el año de 1926. "...Francisco Díaz de León y Gabriel Fernández Ledesma se volvieron protagonistas centrales de los afanes culturales, pedagógicos políticos y artísticos que vivió México desde 1920 hasta 1940..."⁽²⁰⁾

Para el año de 1928 surge el grupo denominado "30-30", el cual se dio a la tarea de publicar el entonces periódico llamado "30-30 *Órgano de los pintores de México*". Entre los artistas que integraron este grupo están: Ramón Alva de la Canal, Fermín Revueltas, Martín Casanovas, Rafael Vera de Córdoba, Fernando Leal, y los artistas anteriormente mencionados Gabriel Fernández Ledesma y Francisco Díaz de León.

Entre los objetivos fundamentales hacia los que este grupo se inclinó fueron los siguientes: el de mostrar la producción plástica surgida en ese entonces por los artistas nacionales y extranjeros (pintura, escultura, grabado, arquitectura, diseño, fotografía, teatro y exposiciones), y además, se dieron a la tarea de presentar las nuevas tendencias artísticas europeas surgidas en esos años.

..... 20. Medina, Cuauhtémoc. *op. cit.* p. 17

Este grupo además de contar con el periódico como un medio de difusión de sus ideales, reforzó este carácter a través de la reproducción de carteles en serie, en base a cinco diseños diferentes de carteles o manifiestos como en ese entonces se conocieron. Tales manifiestos contenían como información, solo breves notas de lo que se contemplaba manejar de manera más extensa en el periódico. "El grupo ¡30-30! Se dio a conocer a través de la difusión de un tiraje de carteles titulados 1er. Manifiesto treintatreinista... se pegaron en los muros del centro de la ciudad. Los bandos fueron impresos en papel de china de diversos colores, con grabados y textos irónicos alusivos a la Academia de San Carlos, sus profesores y alumnos." (21)

En ese mismo año el periódico fue objeto de censura por el entonces rector de la Universidad Antonio Castro Leal, al conocer en el quinto manifiesto el desacuerdo de este grupo por la designación de Manuel Toussaint como director de la Academia de San Carlos; el grupo fue causa de represión y se le obligó a llevar a cabo su desintegración. De esta manera 30-30 Órgano de los pintores de México llegó a tan solo la publicación de tres números y el cartel contó con una elaboración de tan solo cinco diseños de cartel.

Salas de arte. Después de la censura ejercida a este grupo 30-30 algunos de sus colaboradores como Gabriel Fernández Ledesma y Francisco Díaz de León continuaron trabajando en el diseño de cartel. Su trabajo lo llevaron a cabo tanto de manera conjunta como individual y estuvo enfocado principalmente a instituciones y escuelas entre las que se citan: la *Biblioteca Nacional* (1930), la *Sala de Arte* (1931), el *Palacio de Bellas Artes* (1935), la *Escuela de Construcción* (1933), y el *Colegio de las Vizcaínas* (1936), entre algunos otros.

En el año de 1930 Gabriel Fernández Ledesma dirigió la *Sala de Exposiciones de la Biblioteca Nacional*. Para 1931, junto con Francisco Díaz de León fundó y dirigió la *Sala de Arte* de la SEP y para el año de 1935 y hasta 1938 ambos dirigen la *Galería de Exhibiciones del Palacio de Bellas Artes*.

En los carteles que realizaron para estas salas de arte, se puede ver que sus diseños se forman a través de un uso constante de tipografía, así como de un uso variable de los tamaños de ésta, sus composiciones se establecen a través de líneas de palabras, dispuestas tanto en sentido vertical como horizontal, los textos en ocasiones abarcan tan sólo determinadas áreas del plano y en otros, la distribución de los elementos se



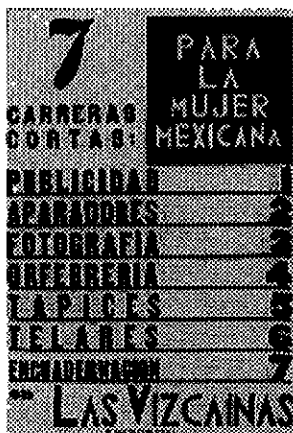
Gabriel Fernández Ledesma y/o Francisco Díaz de León
Cartel del: 3er. Manifiesto Treintatreinista
1928



Gabriel Fernández Ledesma
Exposición de la Escuela Superior de Construcción
1930

21. González Matute, Laura. *30-30 Órgano de los Pintores de México*. Revista de la ENAP. Trimestral. México. Mar-May. 1991. Vol. 3 No. 12. Trimestral. p. 45

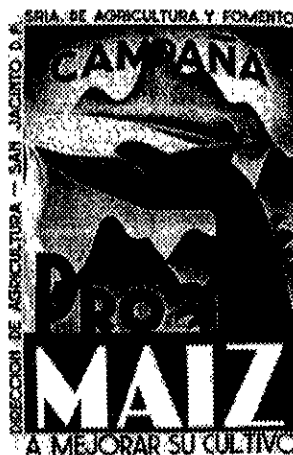
da a partir del uso del plano total. *"En general por estas continuas bajadas y subidas, por la manera en que se acomodan líneas, ángulos y puntos y por la distribución inusual de las tipografías, son carteles de un gran dinamismo, hechos de movimiento."* ⁽²²⁾



Gabriel Fernández Ledesma
7 Carreras cortas para la mujer mexicana...en las Vizcaínas
1936

Además de la producción de carteles que realizaron para estas galerías; dieron presencia al trabajo de este medio impreso, a través de la organización de exposiciones sobre este soporte. Como parte de estas exposiciones, en 1934 se encargaron de exhibir cartel nacional y extranjero en la *Sala de Arte*. Para 1936 realizaron una exposición de cartel Ruso en la *Galería del Palacio de Bellas Artes* y en 1937 se exhibieron carteles de la guerra civil española, en la *Biblioteca Nacional*.

Instituciones educativas. En estos mismos años en que ambos artistas realizaron carteles para estas galerías, se dieron a la tarea de realizaron otros de manera individual. Por su parte Gabriel Fernández Ledesma diseñó dos carteles para *La Escuela de las Vizcaínas*, los cuales manejaron como texto principal: *"7 carreras cortas para la mujer mexicana... en las Vizcaínas"* y *"El 1er. manifiesto fracaso del colegio de las Vizcaínas"*, (1936). Sobre el trabajo que realizó de manera individual Francisco Díaz de León se tiene como ejemplo un cartel que este artista diseñó y que se utilizó para promover *"La escuela de artes del libro"* (1938), de la cual el mismo fue director.



Anónimo (quizá con la participación de Fernández Ledesma y Díaz de León)
Campaña pro-maíz
1940

Dirección Autónoma de Prensa y Publicidad. Otra área muy diferente en la que se aprecia el trabajo de cartel y que se dio en la década de los treinta es en el área gubernamental. La Dirección Autónoma de Prensa y Publicidad (DAPP) fue la encargada de difundir y reproducir la propaganda del entonces gobierno precedido por el general Lázaro Cárdenas, (período que abarcó los años de 1934-1940). El cartel fungió como un pequeño soporte a los objetivos del entonces gobierno. *"Los carteles de la DAPP dependen del colorido, el alto contraste y del predominio de la imagen sobre títulos breves. En su impulso al deporte, a la organización popular y el combate del alcoholismo son un testimonio o clave de la moral que el gobierno intentaba difundir entre los mexicanos."* ⁽²³⁾

La Autoría de estos carteles se desconoce pero Cuauhtémoc Medina en el libro *"Diseño antes del diseño"* menciona que posiblemente estos trabajos correspondan a Gabriel Fernández Ledesma y/o Francisco Díaz de León. *"En el sexenio del Presidente Cárdenas, ambos colaboraron en mayor o menor medida en las tareas de la dirección de prensa y*

22. *Loc. cit.* p. 45

23. Medina, Cuauhtémoc. *op. cit.* p. 24

Publicidad (D.A.P.P.) que organizó Agustín Arroyo Ch., para centralizar las tareas de propaganda, difusión e impresión del gobierno Federal." (24)

Instituto Nacional de Bellas Artes. Para el año de 1947 el cartel se incorporó como un soporte de información en las actividades del recién creado Instituto de Bellas Artes (1946). Fue Miguel Prieto (exiliado de la guerra civil española) quien tuvo a su cargo la dirección del departamento cultural de dicho organismo. Este artista llegó a México en 1940, a partir de entonces trabajó en diversas publicaciones: la revista *Romance* (1940); *Ultramar* (1947); en la sección *México en la Cultura* del periódico *Novedades* (1950); entre otras.

En el *INBA* Miguel Prieto elaboró los diseños relacionados con las actividades culturales del Instituto como boletos de taquilla, catálogos, libros, carteles, etc. Aunque del trabajo de cartel que realizó Miguel Prieto no se encontró algún ejemplo, se sabe que este artista realizó carteles en este Instituto gracias al comentario que hace Vicente Rojo sobre este profesional, en el libro que precisamente lleva su nombre *Vicente Rojo cuarenta años de diseño gráfico. "Prieto pintor y tipógrafo (entonces no se usaba el término diseño gráfico, había sido encargado por Fernando Gamboa subdirector y jefe del departamento de Artes Plásticas del INBA, de dar una personalidad propia a las publicaciones (libros, catálogos, programas, carteles, invitaciones)..."* (25)

Para el año de 1949 llegó a México Vicente Rojo (también exiliado español). De entre sus innumerables actividades y funciones que desempeñó se puede apreciar su trabajo, como ya se indicó, en el *INBA* (1950), en el suplemento de *Novedades*, dentro de la sección *México en la cultura* (1956), en la revista *Artes de México* (1953), *Ediciones Era* (1959), y más recientemente en el periódico *La Jornada*. En el *INBA*, su trabajo consistió igualmente en elaborar el diseño de propaganda así como de las diversas publicaciones. Para 1953 Miguel Prieto dejó el cargo que desempeñaba en este instituto y que Vicente Rojo ocupó posteriormente por un corto tiempo.

Difusión Cultural UNAM. Para el año de 1954 Vicente Rojo comenzó a trabajar en la *Universidad Nacional Autónoma de México* dentro del área de difusión cultural y en la cual los diseños de cartel fueron una de las muchas actividades desempeñadas por este artista, ya que además estaba encargado de las distintas publicaciones editadas por la *UNAM*. Los carteles que diseñó para *Difusión Cultural UNAM* estuvieron dirigi-

24. Medina, Cuauhtémoc. *op. cit.* p. 23

25. *Vicente Rojo: Cuarenta años de Diseño Gráfico.* Edt. Trama Visual. México. 199. p. 16

dos precisamente, a la promoción de las exposiciones que se realizaron en los museos de este organismo, como *El Museo de Ciencias Artes de Ciudad Universitaria* y *La Casa del Lago*.

Bienal Internacional del Cartel en México. La Bienal Internacional del Cartel en México es un evento Organizado por el grupo *Trama Visual*, el primero de ellos se llevó a cabo en el año de 1990. Este evento se organiza cada dos años (bienal) y tiene como finalidad presentar y exponer el trabajo de cartel que es realizado por artistas de los diferentes países participantes como: Alemania, Argentina, Bélgica, Brasil, Bulgaria, Canadá, Corea, El Salvador, Estados Unidos, Francia, Grecia, India, Inglaterra, Irlanda, Japón, Portugal y Turquía, entre algunos otros. "Durante 1990, las ciudades de México se vistieron de carteles. Trabajos provenientes de más de cuarenta países nos hablaron de lugares remotos y cercanos con sus colores, formas y tipografías, manejados con la habilidad y sensibilidad de sus autores." ⁽²⁶⁾

Para llevar a cabo la selección de los carteles, se invita primero, a inscribirse al concurso, con carteles en diferentes categorías las cuales se dirigen hacia los siguientes temas:

Categoría A: Cultural.

Categoría B: Político, Ideológico o Social.

Categoría C: Publicitario o Comercial.

Categoría D: Inédito.

1990 Ecología y La contaminación/ El niño y La Contaminación.

1992 América Hoy 500 Años después.

1994 Contra la Violencia.

1996

1998 Carteles en homenaje a la mujer

Además de este concurso también se organizan otras actividades como conferencias, se imparten curso y se presentan exposiciones. Todo esto se lleva a cabo con el apoyo de diferentes organizaciones e instituciones de México, como: *El grupo Trama Visual*, *El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes*, *el Departamento del Distrito Federal*, *el grupo Icograda*, entre algunos otros.

En estas organizaciones participan también importantes artistas que en los últimos años han realizado y aportado diversas propuestas

..... 26. *Primera Bienal Internacional del Cartel en México*. Edt. Trama Visual. 1990. p. 11

visuales al diseño de cartel (los cuales ya se han citado anteriormente): Vicente Rojo, Luis Almeida, Rafael López Castro y Germán Montalvo. Estos diseñadores son solo algunos de los muchos que participan en el evento. *“La Fundación de la Bienal Internacional del Cartel de México, significa para nosotros los diseñadores contemporáneos, dar continuidad a nuestros deseos de abrir espacios de encuentro y comparación respetuosa de culturas y preocupaciones diversas, formando parte de una nueva percepción visual que consolida un diseño gráfico auténtico.”* ⁽²⁷⁾

La Bienal Internacional del Cartel da la posibilidad de conocer que es lo que interesa y preocupa en otras partes del mundo, también se puede apreciar como a través de un cartel y a partir de un mismo tema como por ejemplo la destrucción de la ecología o la preocupación por mantener la paz mundial, estos temas transformados en mensajes visuales pueden presentar las más diversas soluciones a partir precisamente de una misma idea. *“...Eslovenios, Croatas, Rusos y demás participantes que enriquecen nuestra cultura con ideas generadas a partir de sus necesidades de paz, consumo, recreación, actividad artística... carteles pensados desde sus formas de vida y maneras de entender sus propias realidades.”* ⁽²⁸⁾

C. Definición, tipos y función del cartel

Para establecer una definición de la palabra cartel se citará un primer significado tomado del *Diccionario Durvan de la Lengua Española*. *“(Frase cartel, y éste del italiano cartello, diminutivo de carta). m. Papel, pieza de tela o lámina de otra materia en que hay inscripciones y figuras que se exhiben con fines noticieros de anuncio, propaganda, etc.”* ⁽²⁹⁾

Definición de cartel

El Diccionario Enciclopédico de las Artes e Industrias Gráficas lo define así: *“Hoja de papel, cartulina, cartón, lámina metálica, de plástico, de madera, impresas por una sola cara, con fines propagandísticos o publicitarios.”* ⁽³⁰⁾

En el libro *La mirada Opulenta* de Gubern Román, se define al cartel de la siguiente manera: *“...la voz castellana cartel deriva de charta (en latín: papel).”* ⁽³¹⁾

27. *Loc. cit.* p.11

28. *Segunda Bienal Internacional del Cartel en México*. Edt. Trama Visual. México. 1992. p.12

29. Tovar Llorente Antonio. *Diccionario Durvan de la Lengua Española*. Edt. Bilbao. España. 1985. p. 338

30. Martín Euniciano / Tapiz L. *Diccionario Enciclopédico de las Artes e Industrias Gráficas*. Edt. Don Bosco. Barcelona. 1981. p. 102

31. Gubern, Román. *op. cit.* p. 183

Agregando a estas definiciones ciertos elementos de diseño, se puede decir que el cartel es un medio de comunicación impreso, su objetivo es el de transmitir mensajes claros, haciendo uso de imágenes (elementos icónicos), de texto (elemento lingüístico) y de un color (elemento cromático). Elementos que además deben hacer uso de una composición y una organización para su fácil legibilidad.

Tipos de cartel

Por otra parte es común que se establezcan ciertas categorías, para la clasificación de cartel, en los que se toma como punto de referencia el contenido del mensaje de éstos. Dichas categorías se realizan teniendo en cuenta el área a la cual este medio impreso se va a dirigir, pudiendo corresponder estos a una de estas áreas generales: el área política, el área de espectáculos el área cultural y el área comercial.

Precisamente en los inicios de producción del cartel, se conoce que fue el cartel de guerra y el cartel de espectáculos en las que primero funcionó este soporte. *"Al estudiar la tipología de los carteles, llama al principio la atención su fuerte polarización inicial hacia el mundo del espectáculo. Con ello el cartel perpetuaba una función que estaba en sus propias raíces históricas y, además, que los espectáculos - music-hall, teatro, circo figurasen entre los primeros y más asiduos temas del cartelismo."* ⁽³²⁾

Otro aspecto que contribuyó dentro de este siglo a dar una mayor difusión al diseño de cartel, fue precisamente el desarrollo que se generó en la década de los veinte en el campo de la tecnología, esto dió origen a la transformación de la sociedad supuso y obligó una dependencia con la comunicación gráfica ya que el comercio proliferaba, así como muchas otras actividades de la vida social, con lo que se hizo necesario un despliegue de información a través de los medios de la publicidad, para promocionar los aspectos sociales y comerciales que comenzaban a invadir ciertas áreas de la vida. *"La década de 1920 significó el despegue del verdadero capitalismo de consumo en el mundo urbano... Los artículos clave de esta transformación de la economía capitalista fueron el automóvil y los electrodomésticos."* ⁽³³⁾

La clasificación de cartel, como ya se indicó antes, se establece en base al tema al que se dirige el cartel y entre los cuales se tiene: ⁽³⁴⁾

32. *Loc. cit.* p. 183

33. Gubern, Román. *op. cit.* p. 199

34. Tubau, Iván. *Dibujando Carteles*. 4a. ed. Edt. CEAC. Barcelona. 1971. p. 97-115

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| a) Cartel cinematográfico | b) Cartel comercial |
| c) Cartel cultural | d) Cartel de espectáculos |
| e) Cartel de guerra | f) Cartel de humor |
| g) Cartel político | h) Cartel social |
| i) Cartel turístico | j) Cartel de toros |

a) Cartel cinematográfico.-Es un tipo de cartel en el que se presenta o informa sobre una película la cual ha sido recién producida. Como información, generalmente se incluye el título de la misma, los nombres de los actores, de los productores y directores. Esta fue una de las primeras categorías en las que el cartel se empezó a vislumbrar como un soporte gráfico capaz de transmitir información y dar a conocer lo importante de su labor aquí en México.

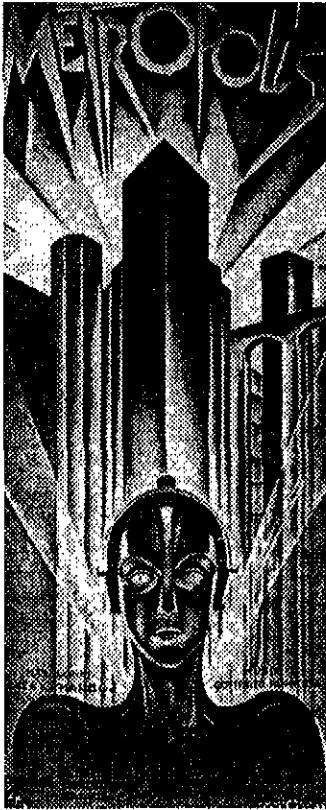
b) Cartel comercial.-Es un tipo de cartel en el que una empresa ofrece determinado servicio o producto con el fin de obtener ciertas ganancias. Esta clasificación surge en base a la necesidad de los diferentes grupos de personas, en los cuales se va dando una necesidad de confort, placer o diversión. La labor del cartel estaría relacionada con la presentación de ciertas imágenes que motiven precisamente al espectador a buscar determinado producto o servicio que requieran. *"Su segunda función reconocida es la de orientar los gustos del consumidor."* ⁽³⁵⁾

c) El cartel cultural.-Este tipo de cartel sirve a instituciones educativas u organizaciones, por mencionar solo algunas. Los carteles se elaboran con el fin de promover eventos artísticos, exposiciones, conciertos, actividades recreativas y aspectos concernientes al ámbito cultural general.

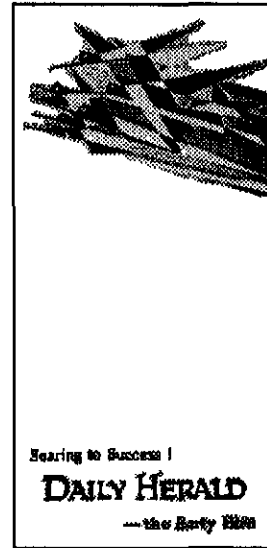
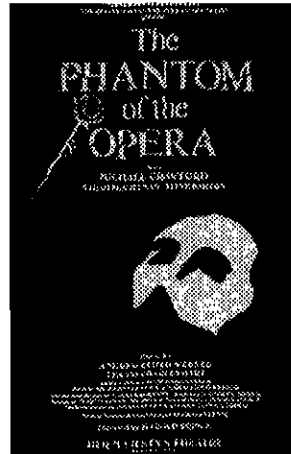
d) El cartel de espectáculos.-Es precisamente Jules Chéret quien realizó en el inicio del desarrollo del cartel, un tipo de cartel para espectáculos. La necesidad de promover y difundir toda clase de espectáculos, atracciones públicas y diversiones continúa siendo en estos días, un tema que se maneja en la producción de carteles.

e) El cartel de guerra.-Resulta ser un pilar como tema de cartel. La necesidad de que el cartel sirviese a un determinado fin, como lo fue la primera guerra mundial en la labor de reclutamiento fue un factor que también contribuyó a su conformación como soporte visual.

35. Gubern, Román. *op. cit.* p. 199



Cartel cinematográfico
Schulz-Neudamm
1926



Cartel comercial
E. McKnight Kauffer
1919



Arriba: Cartel cultural
Alan Swann

Centro: Cartel de espectáculos
Josep Binder
1924

Abajo: Cartel de guerra
James Montgomery Flagg
1917

f) Cartel del humor.-El cartel de humor pretende informar sobre algún producto o evento, utilizando para su elaboración elementos que puedan resultar cómicos o divertidos e inclusive hasta satíricos para el receptor. Algunos de estos carteles para su elaboración recurren a la caricatura. Para Joan Barnicoat el cartel de humor actúa de la siguiente manera: *"...es un ingrediente esencial de la vida, su asociación con un producto suscita hasta éste sentimiento de cordialidad y buena voluntad."* ⁽³⁶⁾

g) Cartel político.-Este tipo de cartel invita al público a adoptar una preferencia ideológica por un determinado partido, grupo o persona *"...el cartel político destinado a hacer propaganda electoral..."* ⁽³⁷⁾ Este tipo de cartel actúa como promotor de los ideales de determinado partido político.

h) Cartel social.-En este tipo de cartel la única función es transmitir y dirigir un mensaje, aquí se espera únicamente que el receptor efectúe un cambio de comportamiento o de pensamiento sobre un concepto dado en un cartel. Además en esta categoría se engloban muy diversos y variados temas; ya que podemos ver un cartel promoviendo alguna campaña médica, concientizando hacia un mejor cuidado del agua o bien un cartel concientizando también a la sociedad, por detener la destrucción ambiental. *"...en ellos no se anuncia algo que va a beneficiar a una determinada empresa comercial, sino a la comunidad toda, nacional o internacioanl según los casos: mantener limpio el país, luchar contra el analfabetismo, contra el hambre, etc."* ⁽³⁸⁾

i) El cartel turístico.-En esta categoría, el cartel únicamente invita al público a disfrutar y visitar diversos lugares de algún país o ciudad, se invita a conocer lugares, costumbres y tradiciones que giran en torno a cierta región, mostrando por lo general fotografías de dichos lugares; ya que a través de las primeras imágenes vistas por el público, puede provocarse y generarse una sensación de interés.

j) Cartel de toros.-El arte taurino es un espectáculo que por gozar de gran popularidad principalmente en México y España se recurre al cartel para difundir sus eventos. Las imágenes que se emplean en algunos carteles principalmente son escenas de las corridas de toros y en otros, es usual que se aluda a este evento únicamente bajo el recurso de la tipografía.

36. Barnicoat, Joan. *Los carteles: su historia y su lenguaje*. Edt. G.G. Barcelona. 1972. p. 204

37. Tubau, Iván. *op. cit.* 113

38. *Loc. cit.* p. 113



Cartel de toros
Vicente Badelona Ballestar
1969



Arriba: Cartel turístico
Herbert Matter
1935

Centro: Cartel político
Anónimo
1970

Abajo: Cartel social
Anónimo: quizá con la participación de Fernández Ledesma y Díaz de León
1935



**EL ALCOHOL CONDUCE
A LA DEGENERACION
AL CRIMEN** REXAF



Cartel de humor
Ronald Searle

Como ya se mencionó anteriormente, la función del cartel reside principalmente en la de comunicar o transmitir cierta información. Al respecto Beltrán y Cruces comenta en el libro *Publicidad en medios impresos* lo siguiente: *"El cartel tiene la misión de llamar la atención y de informar, de un solo vistazo."* ⁽³⁹⁾

Función del cartel

Para Román Gubern, un cartel debe actuar de la siguiente manera: *"...existe un concenso en señalar que un cartel bien concebido debe ser leído en pocos segundos."* ⁽⁴⁰⁾

Esta misma opinión queda expresada por Murray Ray quien comenta que: *"Cada parte del cartel debe actuar en pos de un impacto instantáneo, de una legibilidad instantánea y una comprensión instantánea."* ⁽⁴¹⁾

Se tiene así que además de transmitir información un cartel debe cumplir sus objetivos bajo los siguientes aspectos: debe ser legible y ello se consigue empleando un mínimo de elementos (sintético). *"La exigencia de una lectura rápida por parte del destinatario en movimiento, atenta obviamente contra la complejidad del mensaje o la densidad de su información."* ⁽⁴²⁾ Además, éste debe actuar de manera instantánea y conseguir ser comprensible en poco tiempo, buscando que los elementos visuales lleguen a ser fácilmente reconocidos por el observador. *"El cartel suele proponer culturemas ..familiares que forman parte del capital semiótico de su comunidad y de sus destinatarios."* ⁽⁴³⁾

Pero además de esta función, un cartel debe generar también ciertas conductas o actitudes sobre un concepto, o una idea, que haya sido expuesta. Un cartel debe persuadir a que en el espectador se genere un cambio de ideología, teniendo como resultado una nueva conducta por parte de éste hacia el mensaje. Román Gubern define la función social como: *"...la importante función que ha cumplido durante décadas como incitador de modas y de comportamientos en la vida cotidiana..."* ⁽⁴⁴⁾

Además de la función social, existe también la función comercial del cartel. En esta función entran en contacto intereses económicos de

39. Beltrán y Cruces, Raúl Ernesto. *Publicidad en medios impresos*. Edt. Trillas. México. 1984. p. 85

40. Gubern, Román. *op. cit.* p. 204

41. Murray, Ray. *Manual de Técnicas*. Edt. G.G. Barcelona. 1980. p. 78

42. Gubern, Román. *op. cit.* p. 204

43. Gubern, Román. *op. cit.* p. 205

44. Gubern, Román. *op. cit.* p. 201

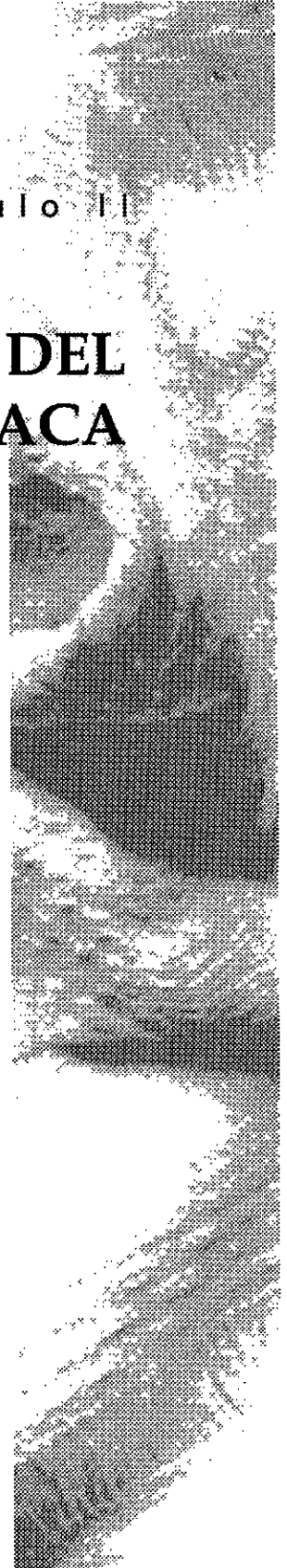
determinado grupo. En este campo se busca ofrecer un producto o anunciar un evento, tratando de persuadir y convencer al público a que adquiera un bien, donde el objetivo más importante para la empresa involucrada, es que ésta incremente su producción y obtenga con ello importantes ganancias. *"...su función prosaicamente mercantil y consumista, que es la que más importa a quien lo ha encargado y pagado."* ⁽⁴⁵⁾

..... 45. Gubern, Román. *op. cit.*, p. 205

Capítulo II

M

ONOGRAFÍA DEL ESTADO DE OAXACA



II. MONOGRAFÍA DEL ESTADO DE OAXACA

.....

En la presentación de este trabajo el propósito principal es elaborar un medio de difusión del trabajo artesanal textil de los grupos indígenas. La artesanía es un trabajo que se ha llevado a cabo desde mucho tiempo atrás, continúa en el presente y depende de muchos factores que se siga conservando.

La artesanía es digna de apreciarse, ya que los objetos elaborados y creados por los grupos indígenas encierra parte de sus creencias, de su pensar y de sus tradiciones. Su decoración puede representar algún ser al que ellos consideran relevante, algún elemento de la naturaleza o incluso pueden llegar a narrar toda una historia de sus costumbres. Estos grupos tienen una justificación de lo que hacen y como lo hacen.

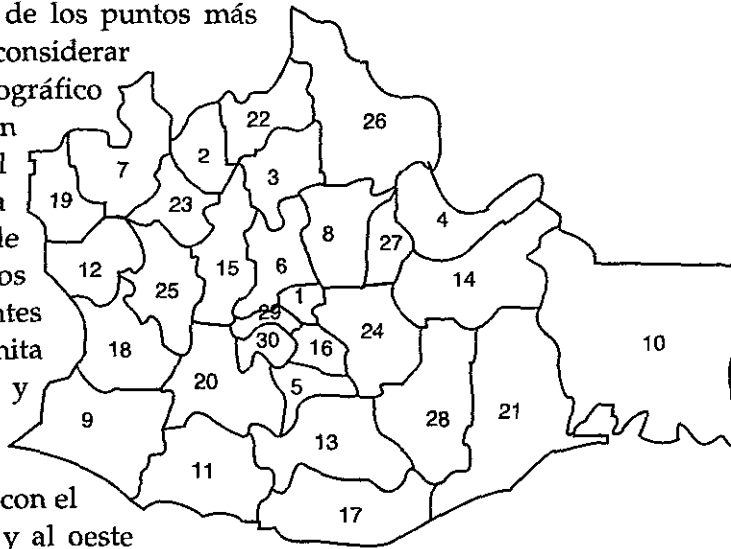
Evidentemente el trabajo textil forma parte importante de la cultura. Seleccionar esta actividad surge con la intención de poder conocer y apreciar en forma visual una labor que ha sido conservada a través de los años y de la cual se pueden tomar ciertos elementos visuales y conceptuales con el fin de enriquecer el contenido de un cartel.

A. Situación geográfica, económica y cultural de Oaxaca

El estado de Oaxaca es un lugar plasmado de un gran bagaje histórico, en ella podemos conocer de las antiguas culturas prehispánicas, paisajes naturales que la rodean o también tradiciones y quehaceres de la gente. Todos estos aspectos se entrelazan unos con otros e integran toda una cultura que se va formando con el paso de los años. Por eso se hace tan necesario conocer aspectos geográficos de Oaxaca, ya que de esta manera se conocerán las regiones y los distritos en los que se divide éste estado, los lugares en los que se asientan las etnias que lo integran, y las actividades económicas que desempeñan, además de conocer en forma breve, parte de su historia y también los grupos étnicos que conforman dicho Estado.

Situación geográfica

Dentro de los puntos más importantes a considerar del aspecto geográfico de Oaxaca, están los siguientes: el estado ocupa una superficie de 93 952 km. Los estados colindantes son: al norte, limita con Puebla y Veracruz; al este, con Chiapas; al sur, con el océano Pacífico y al oeste con Guerrero. Además Oaxaca cuenta con



la cifra de 570 municipios en el área pero debido a tan pronunciada división se han establecido una serie de 30 distritos con el fin de mantener un mejor y más sencillo sistema administrativo. Además se puede encontrar una división existente, que se estudia sobre la base de siete regiones las cuales son: El Valle, La Sierra, La Costa, La Cañada, La Mixteca Alta y Baja, el Papaloapan y el Istmo.

División Distrital

- | | |
|----------------|-----------------|
| 1.Centro | 16.Ocotlán |
| 2.Coixtlahuaca | 17.Pochutla |
| 3.Cuicatlán | 18.Putla |
| 4.Choapan | 19.Silacayoapán |
| 5.Ejutla | 20.Sola de Vega |
| 6.Etla | 21.Tehuantepec |
| 7.Huajuapán | 22.Teotitlán |
| 8.Ixtlán | 23.Teposcolula |
| 9.Jamiltepec | 24.Tlacolula |
| 10.Juchitán | 25.Tlaxiaco |
| 11.Juquila | 26.Tuxtepec |
| 12.Juxtlahuaca | 27.Villa Alta |
| 13.Miahuatlán | 28.Yautepec |
| 14.Mixe | 29.Zaachila |
| 15.Nochixtlán | 30.Zimatlán |

Oaxaca es un estado en el que se encuentra una extensa región de sistemas montañosos, el primero de estos que se estudiara es la Sierra Madre del Sur, este sistema corre a lo largo de la costa con dirección noroeste-sureste, con una anchura de 150 Km y una altura media de 2 000 metros y que en ocasiones llega a 2 500 m. En Oaxaca esta sierra es conocida como Sierra de la Garza o Sierra de Miahuatlán. Entra al estado por el distrito de Silacayoapán y continúa por los distritos de Huajuapán, Coixtlahuaca y Nochixtlán, posteriormente se une a la Sierra Madre de Oaxaca y pasan a formar así ambas el complejo Oaxaqueño.

La Sierra Madre Oriental tiene una anchura media de 75 Km su altura va de los 2 500 m, y en ocasiones llega a los 3 000 m, corre en dirección noroeste-sureste, atravesando así los distritos de Etlá, Zaachila, Centro, Zimatlán, Ocotlán, Tlacolula, Ejutla y Sola de Vega; recibe diversos nombres locales como Sierra de Tuxtepec, de Juárez, Villa Alta y de Mixes.

La Sierra Madre de Oaxaca proviene de los estados de Puebla y Veracruz, entra por el municipio de Tuxtepec, con una dirección noroeste-sureste atravesando los distritos de Teotitlán, Cuicatlán, Ixtlán, Villa Alta y Mixe. En el estado recibe los nombres de Sierra de Tamazulapán, de Nochixtlán, de Huatla, de Juárez, de Ixtlán, de los Mixes.

Por último esta la Sierra Atravesada, con una altura de 650 m; su mayor parte se localiza en el distrito de Juchitlán, atravesándolo de este a oeste. La sierra atravesada es la prolongación de la sierra de Chiapas; también recibe el nombre de Sierra de Niltepec.

Además de contar con extensos sistemas montañosos se pueden citar como ciudades principales a: Oaxaca de Juárez (capital del Estado), Salina Cruz, San Juan Bautista Tuxtepec, Juchitlán de Zaragoza, Loma Bonita, Ixtepec, Santo Domingo, Tehuantepec, Matías Romero y Miahuatlán.

Situación económica

Entre las actividades desarrolladas en este estado se pueden encontrar la actividad agrícola y la actividad, ganadera consideradas como las de mayor productividad; a estas seguirían la actividad industrial, la pesquera, la artesanal y el desarrollo del área turística.

..... Debido a las características del relieve se ve un poco dificultado el desempeño de la actividad agrícola, a pesar de esto se encuentran diver-

.....

sas áreas en las cuales se cultiva piña, plátano, maíz, chile, café, ajonjolí, caña de azúcar, arroz, trigo, algodón, coco, ciruela, hule, limón, cacao, mango, tabaco, etc. Es importante señalar que la mayor parte de la actividad agrícola se lleva a cabo en tres diferentes zonas: Zona norte (Tuxtepec, Loma Bonita, Valle Nacional), del Istmo de Tehuantepec (Juchitlán, Tehuantepec, Ixtepec, Matías Romero) y la zona de los Valles Centrales.

La actividad ganadera es una importante fuente de ingresos, el tipo de ganado con el que más se comercia es el ganado bovino, caprino, equino y ovino. La apicultura es otra actividad con gran desarrollo y en la que incluso el producto es exportado al extranjero.

Una actividad que comienza a tener un desarrollo paulatino es la actividad industrial; existen fabricas de todo tipo, como ejemplo se encuentran: las empacadoras de piña, ingenios de café, congeladoras camaroneras, fabricas de cemento, de aceite, de chocolate y cocoa, procesadores de algodón y forestales. Una actividad más sumada a estas, es la actividad pesquera, las principales especies que se capturan en esta rama son: el camarón, tortuga, atún y tiburón, siendo el camarón el más importante de todos estos. Como se puede ver existe una gran diversidad de productos animales, vegetales posibles de explotar en este estado.

Una actividad que resulta prospera también, es el desarrollo turístico, a la cual se le da un gran impulso ya que Oaxaca cuenta con importantes centros históricos que pueden ser visitados como Mitla o Monte Albán; así como con bahías, playas y puertos, como: playa Aguachil, puerto Ángel, Puerto Escondido, Playa Unión y Bahías de Huatulco entre algunas otros.

La actividad artesanal es un área que reúne todas aquellas manifestaciones de los habitantes de Oaxaca, aunque no es una actividad tan prolífica como la agricultura, sí lo es en lo que a cultura se refiere. Aquí podemos ver diversas actividades como lo son: la alfarería, joyería, juguetes, artículos de piel, artículos en madera, así como los trabajos textiles, los cuales son los que interesan en el presente trabajo.

La historia de Oaxaca se inicia desde antes de la época de la conquista, ya que el asentamiento de los diversos grupos étnicos en esta región, ha prevalecido desde entonces y lo que es aún mejor ha logrado sobrevivir a diversos cambios políticos y sociales del país. Los 15 grupos étnicos que integran el estado de Oaxaca son:

Situación cultural

.....

| | |
|-------------|---------------------------|
| Amuzgos | Mixe |
| Chatinos | Mixtecos |
| Chinantecos | Nahua |
| Chochos | Tacuate (familia Mixteca) |
| Chontales | Trique |
| Cuicatecos | Zapotecos |
| Huaves | Zoques |
| Mazatecos | |

Es precisamente a una de las muchas lenguas de los grupos étnicos de la cual procede el nombre del estado, ya que proviene de la palabra náhuatl *Huaxyapac*, que significa, la meseta de los guajes o en la meseta de los arboles.

Las aportaciones culturales de estos grupos también se extienden hacia otras áreas como lo son: la arquitectura, la artesanía, la gastronomía y diversas tradiciones. Por solo mencionar algunos ejemplos de arquitectura, se encuentran el desarrollo existente en los complejos arquitectónicos de Mitla, Monte Albán, Jalmiltepec y Etla. Su conocimiento sobre arquitectura era en realidad vasto y no solo en su construcción, sino también en su decoración y ornamentación ya que estas edificaciones muestran una variedad de diseños creados por ellos mismos, a los cuales les asignaban diversos simbolismos.

Pero a lo largo de este tiempo y a la par de la existencia de estos grupos también se desarrollaron otras manifestaciones culturales como consecuencia de la llegada de los españoles; así podemos ver que en Oaxaca se generan nuevas y distintas costumbres, se levantan nuevas construcciones y nuevas ciudades.

Entre algunos ejemplos de estos edificios en los que además se pueden apreciar las más variadas influencias artísticas, se encuentran: El templo de Santo Domingo (1551), el edificio que hoy ocupa la Universidad de Oaxaca (1574), la capilla del Rosario (1725), el Templo de la Soledad (1690). Edificaciones que son parte de un México colonizado el cual asimilaba diversas corrientes artísticas llegadas de otros países y las cuales México adoptaba y plasmaba en sus diversos quehaceres artísticos.

B. Descripción sobre la actividad textil de Oaxaca

La actividad textil de Oaxaca es una labor la cual ha presentado ciertos cambios con el transcurso del tiempo; las prendas que anteriormente se realizaban por medio del telar de cintura en fechas recientes se elaboran con telas de fabrica (manta o artisela). De la misma manera se han presentado cambios en lo que se refiere al simbolismo, en algunos casos las tejedoras no conocen ya el significado de los elementos que ellas mismas tejen o bordan en las prendas (pero que sin embargo siguen manteniendo). El color es también otro elemento que da paso a nuevos cambios, ya que en su tradicional manera de aplicarse a la fibra ya no se emplean los métodos manuales, ahora resulta más conveniente realizarlo empleando los hilos y estambres previamente fabricados y procesados.

Pese a todo esto, la actividad textil es un trabajo hecho por las tejedoras y para las tejedoras, que puede ser conocido por el público y al mismo tiempo ser valorizado por este sector. El seleccionar a la actividad textil como un tema de estudio parte precisamente de estas razones, para que a través de este medio de comunicación visual se de a conocer una forma de trabajo, así como una forma de pensamiento.

El textil indígena de Oaxaca presenta una variada y amplia gama de creaciones, diseños, colores, uso de fibras, etc., su trabajo comienza precisamente con la elaboración misma del hilo que puede ser de fibras duras o suaves. Entre las fibras duras están: el *ixtle* (fibra de maguey), la *lechuguilla*, el *tule*, el *henequén*, la *yuca*. Entre las fibras suaves se encuentran: el *algodón blanco* y de color *pardo (coyuche)*, la *seda* (que es importada de China) y la *lana* (Asia), introducidas en la conquista.

Ahora bien estas fibras son procesadas de tal manera que el resultado de éste tratamiento es la conformación de los hilos (proceso de hilado). El proceso de hilado consiste básicamente en dar estiramiento y torsión a la fibra con lo cual se obtiene el hilo (cabo). *"El hilado se inicia, seguramente, con un método muy primitivo que no requería de ningún implemento, pues consiste simplemente en torcer las fibras en la palma de las manos o bien con la mano sobre el muslo."* ⁽¹⁾

Además en el proceso de hilado existen dos maneras básicas de torcer la fibra. La primera, que puede ser en torsión hacia la derecha (torsión en S) y la segunda, que puede ser en torsión a la izquierda

1. Hilado

1. Mastache de Escobar, Alba Guadalupe. *Técnicas prehispánicas de tejido*. INAH. 1971. p. 26

(torsión en Z). También a partir de cabos sencillos, se pueden conformar hilos de mayor grosor y tamaño; al mismo tiempo que se pueden obtener diversas combinaciones. "Todos los hilos empiezan a hilarse como cabos sencillos. Si se requiere un mayor tamaño o una mayor resistencia, entonces se tuercen juntos dos cabos sencillos para formar hilos de dos cabos. Las cuerdas o las reatas están compuestas por tres o más cabos sencillos torcidos juntos." (2)

2. Tintes

Sobre los colores que se empleaban antiguamente, se tiene referencia de que estos podían ser de origen vegetal, animal o mineral, sobre esto se tiene la siguiente tabla de colores que incluye el origen del mismo.

| | |
|--|----------------------------|
| Púrpura | Caracol (animal) |
| Carmín (grana carmesí), rojo oscuro, naranja, ocre y rojo. | Cochinilla (animal) |
| Azul | Añil (vegetal) |
| Anaranjado | Achiote (vegetal) |
| Café | Encino colorado (vegetal) |
| Gris-azul | Sacatinta (vegetal) |
| Amarillo | Zacatlaxcalli (vegetal) |
| Rojo-violeta, negro y azul marino. | Palo de Brasil (vegetal) |
| Rojo-violeta, negro, púrpura, gris y rosa oscuro | Palo de Campeche (vegetal) |
| Ocre | Tierra arcillosa (mineral) |
| Bermellón | Óxido de hierro (mineral) |
| Blanco | Gis y yeso (mineral) |
| Negro | Encino (vegetal) |

De esta lista de colores tres de estos son ampliamente conocidos dentro de la actividad textil de Oaxaca:

- El púrpura (*Tixinda* en Mixteco significa morado)
- El azul-añil (*Xiuhquilitl*)
- El carmín (*Nocheztli*)

La obtención de estos colores requiere de un minucioso proceso de preparación, diferente para cada uno de estos colores, sin embargo un factor que los coloca en un mismo nivel de importancia, es la proceden-

2. Johnson Weitlaner, Irmgard. Los textiles de la Cueva de la Candelaria, Coahuila. INAH. SEP. México. 1977. p. 13

cia de estos mismos, ya que tales colores fueron empleados primero por las culturas prehispánicas y después por los grupos indígenas.

El color púrpura, es un color que se obtiene del caracol, es un tinte que goza de una gran firmeza al ser aplicado a la prenda. *"Para teñir una madeja se desprende el caracol de la roca con una vara de madera con punta; se sopla levemente el opérculo y el caracol expulsa el tinte. Con la madeja de hilo en una mano y el caracol en la otra, se vierte el preciado líquido lechoso sobre el hilo..."* ⁽³⁾

El índigo o añil toma su nombre del náhuatl *xiuhquilitl*; *xihuite*-azul; *quilitl*-hierba; hierba azul. Este color era conocido entre los Mayas como *choch* y por los otomíes como *Pame pitzahoac*. *"Las plantas del añil se depositan en pilas de agua, llamadas de carga o pudridero, donde se fermenta y se bate..., la masa de añil, después de colada, es envuelta en una manta y se cuelga como costal en un árbol para que termine de escurrir."* ⁽⁴⁾ Posteriormente esta masa se deja secar.

Actualmente este colorante se produce únicamente en una región de Oaxaca conocida como Niltepec, (anteriormente conocida como Añiltepec) región que debe su nombre precisamente a este colorante.

El último de estos colores en la actividad textil es el carmín, este es un colorante que se obtiene de un insecto, la grana cochinilla, su nombre proviene del náhuatl- *nochextli*, que quiere decir sangre de tunas. *"El colorante de la cochinilla se obtenía de los cuerpos disecados del insecto..., que se cultivaban sobre el nopal"*. ⁽⁵⁾

Finalmente para que el tinte adquiriera firmeza en la tela se emplean sustancias de origen mineral o vegetal, dependiendo el color; las cuales que actúan como mordentes, fijadores y entonadores. Los mordentes hacen que la fibra sea más receptiva al color, para que éste sea aceptado más fácilmente por la tela. Los fijadores hacen permanente el color a la fibra y le dan mayor firmeza. Por último están los entonadores que dan variación de tonos y con los cuales se consigue una mayor gama de éstos. Además la prenda presenta una mayor resistencia al proceso de lavado y de exposición a la luz.

La aplicación de estos colores se hacía mediante tres procedi-

3. Turok, Marta. *Xiuhquilitl, Nocheztlí y Tixinda: Tintes espectaculares del México antiguo*.

Arqueología Mexicana. Bimestral. Edt. Raíces. México. Ene-Feb. 1996. Vol. III. No. 17. p. 32

4. *Ibid.* p. 30

5. González, Alvaro. *Etnias, desarrollo y tecnologías en Oaxaca*. Edt. CIESAS. México. 1992. p. 208

mientos: *batik, plangi e ikat*, procedimientos conocidos como "tintes de reserva por inmersión". En el primero de estos casos: técnica de *batik*, el diseño sobre una tela se cubre de cera de abeja o de resina, posteriormente se sumerge la tela en el tinte, se saca y se quita la resina de la tela con lo que se consigue presentar un dibujo en negativo.

El segundo de estos métodos: *plangi*, consiste en amarrar las partes de una tela las cuales no se desean teñir, se sumergen estas partes en el tinte, quedando así libres del colorante las áreas inicialmente reservadas. En el último de estos casos: *ikat*, el teñido se efectúa antes de comenzar a elaborar la tela, para ello se amarran los hilos de la urdidumbre con cordones o hilos, posteriormente se sumergen éstos en el tinte, se sacan, se vuelve a amarrar en otras áreas de la urdidumbre y se sumerge a otro tinte, dependiendo del diseño que se desee obtener.

De la obtención de los colores a los que más alusión se hace en los textos son: púrpura, azul y grana carmesí. Es interesante destacar que en el México antiguo los colores tenían diversos significados, algunos de estos representaban los cuatro puntos cardinales, además les era asignado uno de los elementos inscritos dentro del Calendario Azteca, por ejemplo, el azul representaba el agua y estaba relacionado con la vida su signo era el conejo, a él correspondía el sur; el amarillo simbolizaba la luz de las estrellas; el rojo el sol, el fuego y la sangre, ubicado en el este y como símbolo que lo representaba la caña; el negro simbolizaba la oscuridad, el silencio, la solemnidad la muerte a él correspondía el norte y estaba representado por el pedernal; por último el blanco al occidente era el mundo de las mujeres, y su principal símbolo era la casa. Sin embargo cada grupo hará uso indistinto del color dependiendo sus tradiciones, sus creencias, materiales de los que dispongan y por supuesto sus necesidades.

3. Instrumentos

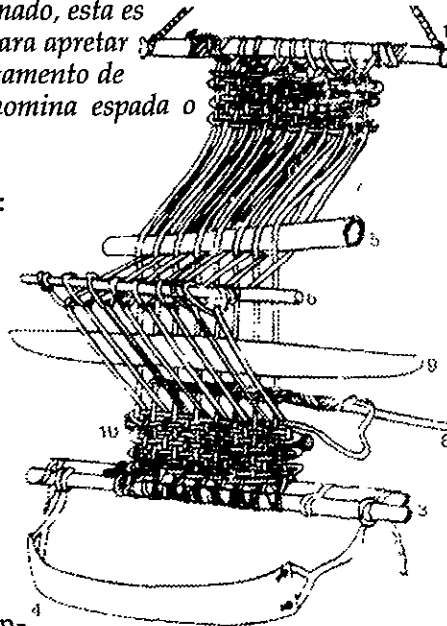
El paso siguiente después de elaborar y teñir el hilo es dar creación y confección a la tela. Su elaboración sigue siendo la misma a la practicada desde la época de la conquista, lo que hace a esta actividad más rica en historia. Para la confección de la tela existen dos procedimientos el primero de estos es a través del telar de cintura (empleado por las mujeres). La función del telar consiste en mantener tensos los hilos de la urdidumbre.

"El telar de cintura consta de dos barras, entre las cuales, se dispone la urdidumbre formada por los hilos dispuestos longitudinalmente. Una de las barras se ata por ambos extremos con una soga, que permite sujetar el telar a un árbol o poste. La barra del otro extremo tiene una banda o cordel que la teje-

dora se coloca en la cintura para mantener la urdidumbre tensa. Se complementa con el tzotzopaxtli que es una tira de madera o carrizo que sirve para separar los hilos de la urdidumbre. Además incluye otro aditamento que es una especie de lanzadera para realizar el tramado, esta es la disposición transversal de los hilos. Para apretar los hilos de la trama, se utiliza otro aditamento de madera que debido a su forma se denomina espada o machete.”⁽⁶⁾

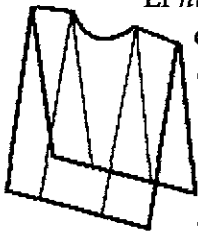
Componentes de un telar de cintura:

1. Enjullo o Enjullo superior
2. Reata
3. Enjullo inferior
4. Mecapal
5. Varilla de paso
6. Varilla de lizo
7. Urdidumbre
8. Bobina
9. Espada o machete
10. Hilos de tejido

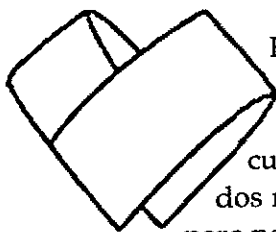


El inconveniente del telar de cintura es que en el no se pueden elaborar lienzos de gran anchura con lo cual se ve un poco limitado el trabajo en este instrumento. Del telar de cintura es posible la confección de prendas como *huipiles*, *quechquemittls*, *enredos*, *fajas*, por mencionar algunas y las más conocidas.

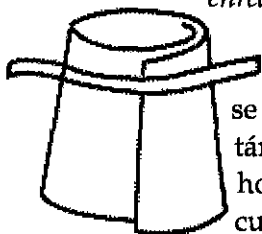
El *huipil* es una prenda que cubre el torso de la mujer y en ocasiones todo el cuerpo, la prenda esta formada por dos o tres lienzos, se únen uno a otro a lo largo, obteniendo así un lienzo mucho más ancho que se dobla por la mitad y en el centro de este dobléz se confecciona un escote cuadrado o redondo por donde se pueda introducir la cabeza, enseguida se unen los lados teniendo cuidado de dejar una abertura para los brazos.



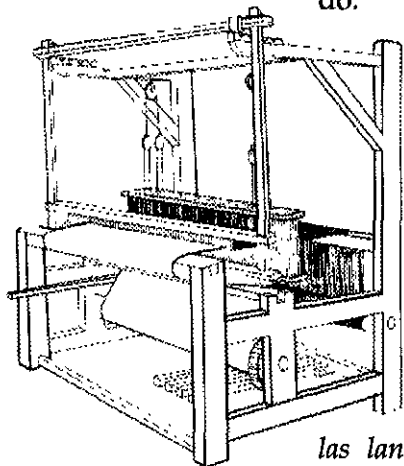
El *quechquemitl* es una prenda que se usa para cubrir, al igual que la anterior, la parte superior del torso, su nombre deriva del náhuatl *quechtli*: cuello y *quemitl*: algo que cubra. Esta formada por dos rectángulos que van cosidos por uno de sus lados pero no en su totalidad ya que deja un área por la cual se introduce la cabeza.



6. De La Torre, Francisco. *Arte popular mexicano*. Edt. Trillas. México. 1994. p. 56



El *enredo* (conocido también como *chincuate*, *pozahuanco*, *cueitl*, *enredo*, *manta*, *lío* o *refajo*). Es una prenda que se usa para cubrir la parte de la cintura hacia abajo, puede estar formada desde uno hasta cuatro lienzos variando estos su largo, estos lienzos se cosen precisamente a lo largo quedando una especie de rectángulo, pero que la mujer le puede dar una disposición ya sea horizontal o vertical al momento de unir estos lienzos, y así tal cual, queda confeccionado el *enredo*, no se emplean botones en esta prenda ya que es sostenida al cuerpo por una faja. Esta es una especie de cinta que se ciñe a la cintura y con esta queda sujeta el *enredo*.



El segundo sistema empleado para la confección de telas, es por medio del telar de pedales (telar colonial), que fue introducido por los españoles, en este instrumento se puede confeccionar prendas como sarapes, mantas, gabanes, etc.

"El telar de pedales esta integrado por un armazón de madera, en el cual van montados dos carretes en uno se enrolla la urdidumbre y en el otro el sarape. Los pedales accionan dos poleas que suben y bajan dos pares de palos cada uno unido mediante una serie de hilos entrecruzados, cuyo objetivo es separar los hilos de la urdidumbre para introducir las lanzaderas como estambres jala hacia el marco cerrado con los hilos verticales que se encuentran suspendidos de la parte superior de la estructura. El tejedor se para sobre los pedales para activarlos alternativamente, al mismo tiempo con una mano acciona el marco y con la otra pasa las lanzaderas." ⁽⁷⁾

4. Técnicas de tejido

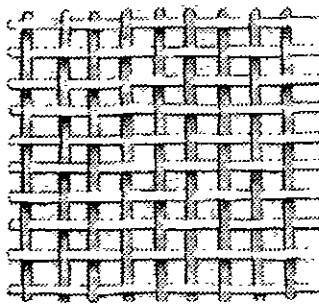
Es necesario mencionar que el telar que más se emplea para la elaboración de prendas es el telar de cintura. Ahora bien ya sea que se emplee el telar de cintura o el telar de pedales, existen diversas maneras de entrelazar los hilos que conformarán la tela. *"... existe una gran variedad de posibles combinaciones y entrelazamiento entre ambas series de hilos lo que da lugar a tejidos de aspectos, calidad y texturas muy distintas. A la forma en que se entrelazan los hilos es a lo que se le denomina ligamento o técnica de tejido."* ⁽⁸⁾ Las diferentes técnicas de tejido que encontramos son:

7. *Ibid.* p. 142

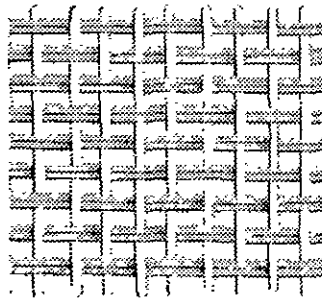
8. Mastache De Escobar, Alba Guadalupe. *op. cit.* p. 43

Tafetán (tejido plano o tejido sencillo)
Taletón (tejido plano desigual o tejido sencillo desigual)
Esterilla
Tapicera
Urdidumbre
Gasa
Enlazado

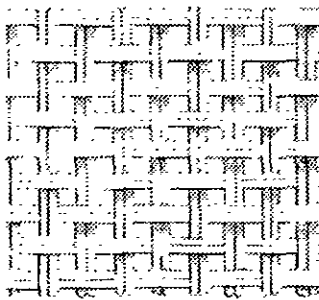
Tramas envolventes
Sarga simple
Satín o raso
Damasco o labrado
Confite o tejido de terciopelo
Tela doble
Bordado y brocado (técnicas decorativas)



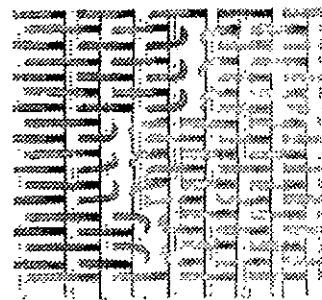
Tafetán



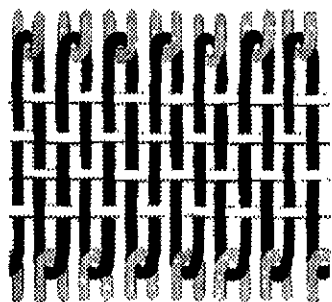
Taletón



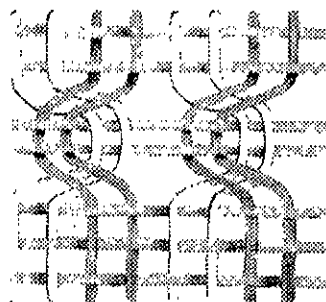
Esterilla



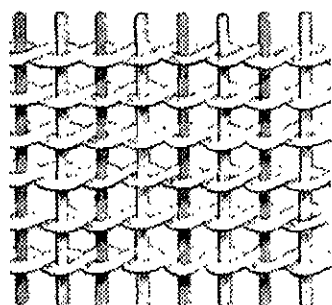
Tapicera



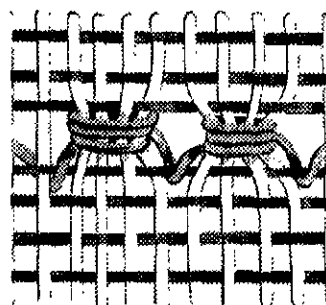
Urdumbre



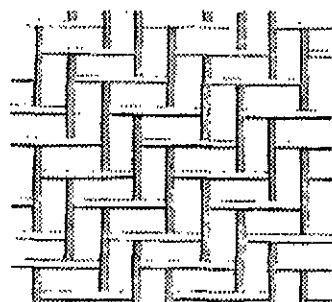
Gasa



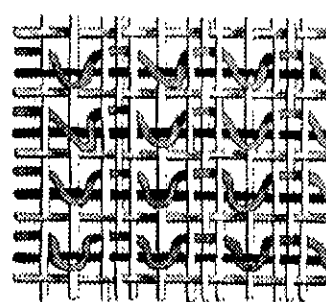
Enlazado



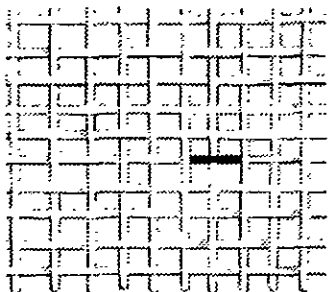
Tramas envolventes



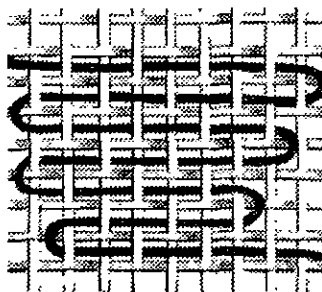
Sarga



Confite



Tela doble



Bordado y brocado

Por último, el trabajo final de las tejedoras consiste en bordar los distintos símbolos diseñados en las prendas, en algunos casos estos elementos se incorporan al momento de confeccionar la tela y en otros, al terminar la confección de la misma. *“El brocado es una forma de labrar motivos geométricos continuos o aislados, entretejidos con la estructura de la tela; mediante esta técnica, grecas rítmicas y detalles de la naturaleza se pueden ejecutar con precisión geometrizada en diferentes fibras, realzadas o muy sutiles y generar, con esto, ritmos, texturas y motivos distintos.”*⁽⁹⁾

5. Simbolismo

Para las antiguas culturas prehispánicas, los símbolos estaban vinculados a la vida, desarrollo y trabajo del hombre; esto se puede apreciar en las representaciones que se hacían y se hacen de elementos relacionados a la agricultura, la arquitectura, la música, las artes, los textiles, etc. Además también estaban asociados a diferentes concepciones como por ejemplo: acerca de la visión y creación del mundo. *“(Para los Mexicanos, el cielo y la tierra habían sido creados de una mujer. Al quedar dividida en dos, la parte superior de ellas constituía el cielo y la parte inferior la tierra, estas parte quedaban separadas por cuatro columnas a los que llamaban dioses y por medios de los cuales llegaban las influencias a la tierra de los demás dioses ubicados en el universo).”*⁽¹⁰⁾

Los símbolos además estaban relacionados a la creencia del poder que los dioses tenían sobre la naturaleza, eran simples peticiones hechas

9. *La Magia de los Hilos*. Universidad de Veracruz. México. 1995. p. 89

10. Cfr. López Austin, Alfredo. *Cuadernos de difusión templo mayor*. INAH. México. 1989

a las deidades, para que éstos mismos los proveyerán de los elementos necesarios para la vida, y eran también al mismo tiempo solicitudes de protección.

A continuación se presenta toda una serie de información organizada para cada uno de los grupos, haciendo primero una apreciación de las regiones que habitan, y enseguida, presentando las técnicas de tejido, diseños y colores que aplican al trabajo textil.

AMUSGOS

Lugares que habitan: San Pedro Amusgos y Santa María Ipalapa.
 Técnicas de tejido: Sencillo, gasa y técnica del brocado.
 Diseños: Grecas, águilas de dos cabezas, pájaros pequeños, bules.
 Colores: Blanco, marfil, rojo, morado.

CHINANTECO

Lugares: Ojitlán, Usila, Valle Nacional.
 Técnica: De gasa y bordado.
 Diseños: Serpientes estilizadas (forman octágonos), pájaros de paraíso con largas colas, franjas, conejos estilizados, margaritas o flores de estilos moderno, picos en el escote (simbolizan los rayos de sol), rectángulos (representan el cosmos, según lo imaginaban los antiguos, delimitado por los cuatro puntos solsticiales, representación de la serpiente emplumada, árbol de la vida (símbolo de los ciclos de la naturaleza).
 Colores: Negro, blanco, rojo, amarillo, verde, rosa, azul, púrpura.

CHONTALES

Lugares: Huamelula.
 Técnica: Tejido plano.
 Diseños: Diseños geométricos, franjas de color, bandas en zigzag
 Colores: Rojo, azul, blanco.

CUICATECOS

Lugares: San Andrés Teotitalpán, Tlalixtac y Santa Cruz Teutila.
 Técnica: De brocado y tejido plano.
 Diseños: Diseños geométricos, estrellas, formas de pétalos en las puntas de las estrellas, diamantes dentro de diamantes, ganchos.
 Colores: Rojo, azul, blanco.

HUAVES

Lugares: San Mateo del Mar, Santa María del Mar.
 Técnica: Simple y de bordado.
 Diseños: Grecas, bules, animales de la laguna (pelícanos, patos, cangrejos, hileras de conchas, pájaros, plantas estilizadas, insectos y figuras cuadradas.
 Colores: Blanco, negro, amarillo, rojo, púrpura, azul.

MAZATECOS

Lugares: Jalapa de Díaz y Huatla de Jiménez.
 Técnica: Bordado.
 Diseños: Mariposas, pájaros, triángulos, figuras humanas que tiran de caballos.
 Colores: Rojo, morado, azul rey, anaranjado, negro, verde, rosa, blanco.

MIXES

Lugares: Tamazulapán, San Juan Mazatlán, Cotzocón, Mixistlán.
 Técnica: De brocado, sencillo
 Diseños: Figuras humanas, grecas, bules, líneas en zigzag, triángulos, figuras de perros, plantas, flores, figuras del "danzante de la pluma".
 Colores: Rojo, blanco, verde, azul, amarillo, morado.

MIXTECOS

Lugares: Jamiltepec, Pinotepa Nacional, Pinotepa de Don Luis, Tlaxiaco, Zitlaltepec.
 Técnica: Tejido sencillo, de gasa, tejido de urdidumbre.
 Diseños: Triángulos (representan al sol símbolo de la abundancia), águila bicéfala, grecas, serpientes, líneas zigzagueantes (representan los rayos del sol), círculos (gotas de lluvia), franjas blancas con puntos rojos o azules (simbolizan el primer cielo morado de las nubes), figuras zoomorfas, figuras florales, rombos, lunas, soles, peces, insectos (estos cuatro últimos de carácter protector), ardillas, caballos desbocados, aves, ciempiés, lunas, soles.
 Colores: Azul, rojo, púrpura, rosa, amarillo, verde, blanco, negro, anaranjado.

NAHUAS

Lugares: San Francisco Huehuetlán
 Técnicas:
 Diseños: Franjas de colores, figuras en zigzag.
 Colores:

TACUATE (perteneciente a la familia Mixteca)

- Lugares: Santiago Ixtlayutla y Santa María Zacatepec.
 Técnica: De brocado, sencillo y sarga.
 Diseños: Arañas, alacranes (representan al día, tiempo en que las estrellas bajan al inframundo convertidas en alimañas relacionadas con las tinieblas), figuras humanas (representan al ser que ha de morir y que desciende por los nueve reinos de los dioses de la muerte), dibujos geométricos, flores, animales, pájaros de dos cabezas, bules, líneas en zigzag.
 Colores: blanco, púrpura, rojo, azul.

TRIQUES

- Lugares: Cópala, San José, San Andrés Chicahuaxtla.
 Técnica: Punto de gasa, punto sencillo, (tafetán) y técnica de brocado
 Diseños: Estrellas, animales, flores, franjas con dibujos en zigzag, seres humanos, pájaros, bules, picos, motivos geométricos, mariposas, cañas, dientes.
 Colores: Azul, rojo, verde, amarillo, blanco.

ZAPOTECAS

- Lugares: San Juan Yalalag, Villa Alta, Betaza, Yeococuilco, Santiago Choapan, San Bartolo Yautepec, San José Lachíguirí, San Vicente Ejutla, San Antonio Ocotlán, Tehuantepec y Juchitán.
 Técnica: De gasa, bordado, sencillo.
 Diseños: Franjas, figuras humanas (machines), figuras de perros, plantas, estrellas, águilas bicéfalas, grecas de espiguilla, flores, pájaros, danzantes, líneas en zigzag, maíz, diamantes, gallos, motivos geométricos.
 Colores: Rojo, amarillo, púrpura, negro, blanco, azul, verde, anaranjado.

ZOQUES

- Lugares:
 Técnicas: Tejido sencillo, gasa.
 Diseños: Franjas de colores, cuadros.
 Colores: Azul, blanco, rojo, morado, verde, anaranjado, negro, amarillo.

Precisamente dentro del trabajo textil, se puede apreciar esa representación visual que se hace, de animales (el perro, la mariposa, el jaguar), de la naturaleza (el maíz, la flor de totó, el agua), y de dioses

(Quetzalcóatl), etc. Los cuales, adquieren significados, conceptos, y representaciones diversas. Estos símbolos son modificados dependiendo el grupo que borde estos elementos en las prendas. Enseguida se citan algunos de los significados atribuidos a estos símbolos. ⁽¹¹⁾



Aguila Bicéfala

Pájaro asociado con el dios del fuego. Símbolo de la dualidad del bien y del mal. Sostiene al mundo en sus talones y lo protege entre sus plumas.



El árbol de la vida

El árbol de la vida de origen mestizo es una especie de árbol genealógico de la humanidad.



Cruces y diamantes

Combinación de cruce, diamantes y motivos de zig-zag. Representan las cuatro direcciones del cielo, el universo y la fertilidad de la tierra.



Doble Bule

Con este elemento se da a entender que se pide agua, fuente de toda dicha.



Escorpión

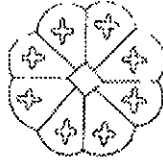
Considerado un Dios y llamado Hermano mayor, por su aguijón venenoso. Es considerado como la flecha del este, del "Padre Sol" y del "Dios del Viento".



Flor de Totó

Flor con ocho pétalos. Símbolo de la lluvia, el maíz o las estrellas.

11. Diseños tomados del libro de: Irmgard Weitlaner Johnson. Design, Motifs on Mexican Indian Textiles. I/II. Akademische Druck. Austria. 1976



Flores

Representan las plumas de las aves. Son en sí mismas una solicitud de lluvia y vida.

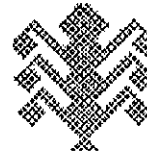
Huella de Jaguar

El Jaguar es la representación de la Diosa Luna-tierra. Es también el guardián de los campos del maíz. Significa alegría, belleza o abundancia.



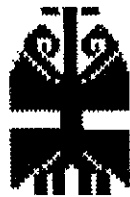
Iluilit

Es un símbolo solar. Representa día de fiesta.



Maíz

Expresión del sol, el mundo y el hombre. En la mitología Maya, la creación del hombre se alcanza de tres pruebas, la última de nuestro padre, hecho de maíz. Símbolo de la prosperidad considerada en su origen: la simiente.



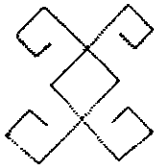
Mariposa

Elemento que servía para representar a las flores. Se creía también que era el alma de los guerreros.



Mono

Símbolo antiguo que representa al Dios de la danza. También símbolo de la fertilidad y la vida.



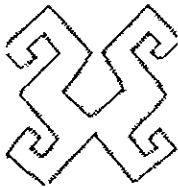
Perro

En la mitología antigua estuvo asociado con la muerte y el inframundo. Además de ser uno de los veinte signos del día en el "Calendario Azteca".



Rombos

La representación de diamante con diamante simbolizando el mundo, concebido como un rombo con cuatro direcciones. El cielo y la tierra como una unidad, donde el centro es el sol.



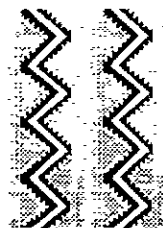
Sapo

Músico que canta con gracia cuando los santos provocan la lluvia. Es nuestro intermediario más inmediato ante ellos. También representa la tierra.



Serpiente

Marca el camino por el que ha pasado la tejedora. Su sangre es la lluvia nutriente que hará posible la fertilidad de la tierra. Se utiliza para separar un diseño de otro.



Triángulos

Representan los rayos del sol. Es un símbolo de doble fecundidad.



Xicalcolihqui

Es una greca escalonada, símbolo de Quetzalcóatl. Serpiente emplumada. La serpiente es un animal asociado con la lluvia y la fertilidad.



Xonecuilli
(Luciérnaga)

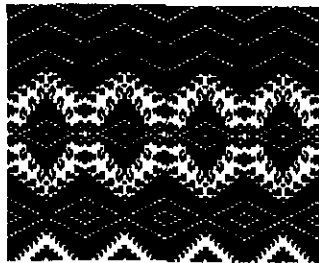
Palo con bordón con muescas que ofrecían a los ídolos. Símbolo de Quetzalcóatl y representación de la constelación Gusano Azul, lucero de la mañana.



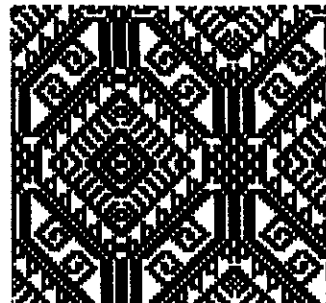
Zig-Zag

Simboliza el agua. Aparece en lo tejidos de la mayoría de los grupos étnicos del país.

A partir de estos símbolos las etnias han elaborado una variada gama de diseños y creaciones, cada etnia aporta un estilo propio al trabajo textil que desarrollan, la vistosidad de color y su manejo que en algunos casos resulta contrastante es también otra de sus particularidades. Algunos de estos diseños, como ejemplo, se presentan a continuación. ⁽¹²⁾

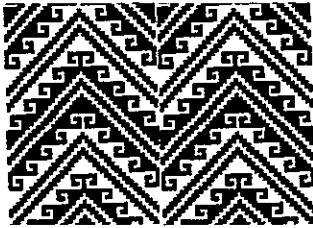


Cuicateco

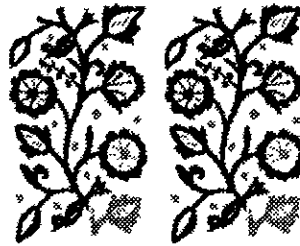


Chinanteco

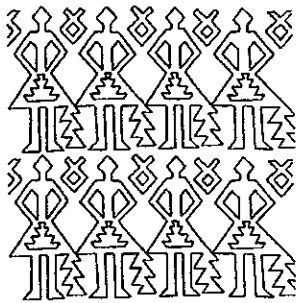
12. Diseños tomados del libro de: Irmgard Weitlaner Johnson. Design, Motif on Mexican Indian Textiles. I/II. Akademische Druck. Austria. 1976.



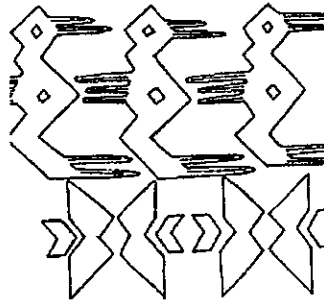
Chontal



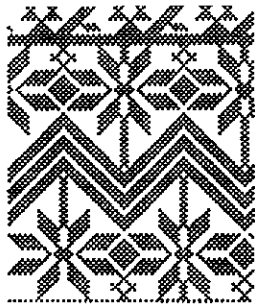
Mazateco



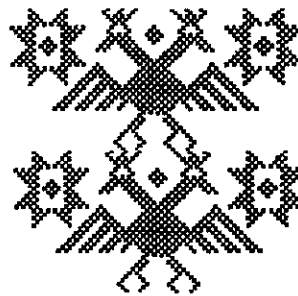
Mixteco



Mixe



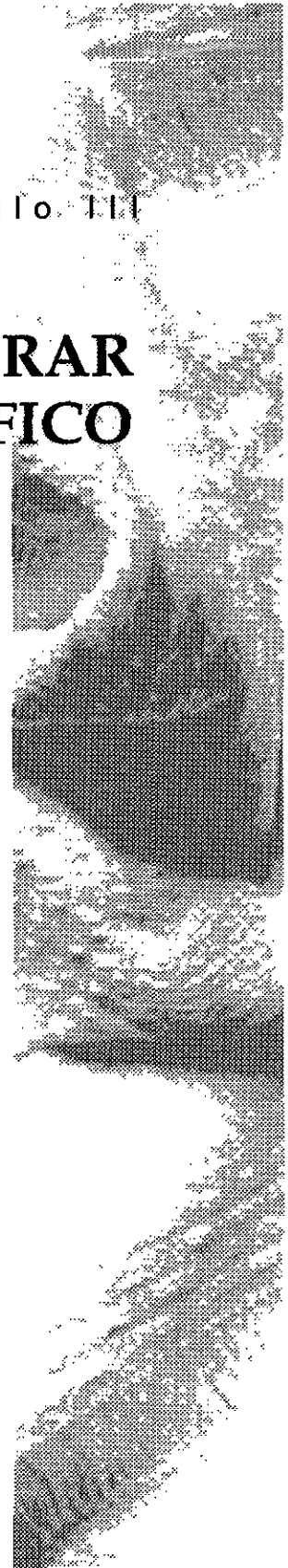
Tacuate



Zapoteco

Capítulo III

ASPECTOS A CONSIDERAR DEL DISEÑO GRÁFICO



III. ASPECTOS A CONSIDERAR DEL DISEÑO GRÁFICO

A. Concepto de Diseño Gráfico

Hablar acerca del Diseño Gráfico es introducirse en un mundo lleno de imágenes visuales, abarcando desde un logotipo, pasando por portadas de revistas, de libros, empaques, identidad gráfica y demás hasta elaborar anuncios de televisivos, caricaturas, audiovisuales, multimedias; en donde la creación y realización de cualquiera de estos trabajos parte de una idea o mejor dicho de un concepto que irá evolucionando a través de un proceso de trabajo. *"Se aplica especialmente a la información: diseño de libros, publicidad, embalajes, señalética."* ⁽¹⁾

Como concepto de diseño gráfico se tiene la siguiente definición dada por Joan Costa: *"El diseño gráfico constituye el universo de la creación y de la difusión de mensajes visuales de la telecomunicación por imágenes, de la difusión... La difusión de mensajes por los medios de comunicación, configura el universo del diseño gráfico..."* ⁽²⁾

Sarah Snape en el libro *Haga Ud. mismo su diseño gráfico* lo define de la siguiente manera: *"Se llama diseño gráfico a la transformación de ideas y conceptos en una forma de orden estructural y visual. Es el arte de hacer libros y revistas, anuncios envases o folletos."* ⁽³⁾

Se puede decir que el diseño gráfico es una forma de comunicar e informar a través de la creación, uso y aplicación de mensajes visuales. Empleando para ello ciertos medios de comunicación que engloba esta disciplina como son: los medios impresos y los medios audiovisuales.

De manera más particular se puede decir que dentro de este proceso de comunicación se deben hacer llegar los mensajes a través de signos, símbolos, iconos, tipografía, color. La utilización e integración de estos mínimos elementos es básico, primordial y necesario en el proceso de trabajo. *"El diseño gráfico trabaja en síntesis... Letras y texto*

1. Costa, Joan. *Imagen Global*. Edt. CEAC. Barcelona. 1987. p. 18

2. Costa, Joan. *Imagen Global*. p. 19

3. Snape, Sarah. *Haga Ud. mismo su diseño gráfico*. Edt. Blume. Madrid. 1985. p. 9

corresponden a códigos lingüísticos. Por otro lado, las figuras e imágenes corresponden a códigos icónicos.”⁽⁴⁾

El diseñador como parte integrante del diseño gráfico, debe proponer nuevas imágenes y soluciones; crear y originar propuestas. Dar salida a problemas de comunicación visual, proponer diversas alternativas y sobre la base de sus conocimientos seleccionar la que mejor convenga a los intereses del mensaje que se desea transmitir. *“Lo que el diseñador tiene que hacer es conseguir que una información dada se comunique de la manera más clara y eficaz posible.”⁽⁵⁾*

B. Áreas de aplicación

La amplia funcionalidad que ofrece el diseño gráfico es debido a la gran división y subdivisión que se comienza a derivar de las diferentes áreas que comprende el diseño gráfico. Estas áreas en las que se puede aplicar el diseño son:

Medios impresos

- a) Diseño editorial (revistas, libros, periódicos)
- b) Diseño de propaganda (cartel, volante, folleto, catálogo)
- c) Diseño de identidad gráfica

Medios audiovisuales

- a) Televisión
- b) Cine
- c) Diaporama

Medios tridimensionales

- a) Stands
- b) Envase y embalaje
- c) Material de punto de venta

Medios impresos

a) El diseño editorial involucra la realización tanto de libros, revistas y periódicos. Su característica principal radica en que esta compuesto en su mayoría por párrafos de texto o columnas de texto. Las consideraciones mas importantes para el desarrollo de este trabajo es la selección del formato, el número de páginas que contendrá la publi-

4. Costa, Joan. Imagen Global. p. 12
 5. Snape, Sarah. op. cit. p. 6

cación, el estilo tipográfico a manejarse tanto en la portada como dentro de la misma edición. Todos estos elementos nos llevarán a crear un estilo propio ya sea de la revista, el periódico o el libro que se este diseñando. Además se tiene que establecer una composición a través del uso y empleo de diagramas, para lograr así dar un mejor acomodo y organización de los textos, fotografías e ilustraciones.

b) En el diseño de propaganda se encuentran los impresos conocidos como: volante, folleto, catálogo y cartel, la información que manejan es más reducida en comparación a una revista o periódicos; al igual que en el diseño editorial se emplea cierta familia tipográfica, así como imágenes y fotografías. El propósito principal de estos soportes es presentar, anunciar, vender o simplemente informar acerca de un producto o servicio.

El volante es un medio impreso sobre una hoja de papel tamaño carta o de menores dimensiones diseñada por una sola cara de la hoja. *"El tipo más sencillo es la hoja volante u octavilla impresa por una sola cara."*

⁽⁶⁾ En este soporte se tendrá que presentar o informar sobre las características más relevantes del producto o servicio, debido a las reducidas dimensiones del formato. No resulta común presentar extensos textos, sino únicamente ciertas frases que describan el producto.

En el folleto se diseña por lo general a partir de una hoja tamaño carta. Este soporte maneja mucho más información. Se establece un sistema de diagramación para colocar las columnas de texto, las cuales describen mas extensamente el producto. Otros elementos que también deberán entrar en la composición son los encabezados, las fotografías o ilustraciones. Este medio impreso trabaja un contenido mas descriptivo. *"...habrá que describir los bienes o servicios ofrecidos y obtener una descripción completa de ellos."* ⁽⁷⁾ Pasa a ser un folleto cuando en su estructura física se diseña un mecanismo de movimiento o cambio, a través de diversos dobles, el mas sencillo consistiría en un mecanismo a manera de acordeón.

El catálogo presenta información mucho mas detallada del artículo o servicio que presenta, debido a esto, hace uso de un considerable número de páginas. *"...reseña o clasifica una gama de productos."* ⁽⁸⁾ Podemos considerarlo como catálogo cuando se hace necesario el empleo de un sistema de encuadernación, factor que se determina por

6. Murray, Ray. *op. cit.* p. 43

7. Swann, Alan. *Bases del diseño gráfico.* p. 124

8. Murray, Ray. *op. cit.* p. 41

la gran cantidad de páginas que maneja. El sistema de encuadernación más empleado en este medio impreso es a través de grapas.

El cartel según una descripción de Alan Swann: *“Debe utilizarse como un medio de comunicar un mensaje al público...”*⁽⁹⁾ Es un soporte en el que la mayoría de las veces predomina una imagen, respaldada por un elemento lingüístico. La organización de estos elementos será dada por retículas, mismas que estructurarán el diseño de mejor manera. La información que maneja no va más allá de un pequeño texto o frase. Finalmente y completando las partes principales que integran un cartel, está el color; un elemento que debe establecer una clara referencia del mensaje que se va a transmitir a través del significado que le es asignado.

c) El diseño de identidad gráfica está pensado y sobre las bases de un objetivo primordial, identificar una firma empresarial y hacerla destacar en lo posible de otras firmas. Hacerla destacar mediante una imagen que procure proyectar el quehacer general de la empresa o los servicios que esta brinda, sintetizar dichos elementos y representarlos por medio de un símbolo. *“... El un símbolo puede llegar a ser un medio positivo de identificación internacional gracias a irrumpir a través de las barreras del lenguaje...”*⁽¹⁰⁾

Además que el símbolo puede presentarse unido al nombre de la firma o nombre de la empresa, la tipografía tendrá que mostrar un estilo determinado y debidamente estudiado para ser aplicado específicamente a esta firma y el color como último elemento debe establecer asociaciones de este mismo con respecto del símbolo. Estos elementos: símbolo, tipografía y color son pauta para conformar lo que se conoce como identidad gráfica de una empresa.

La identidad de una empresa es resultado de un análisis y un estudio para conformar una imagen y con ello dar paso posteriormente a una extensa serie de aplicaciones. Estas aplicaciones se hacen presentes en artículos de papelería como hojas membretadas, tarjetas de presentación, facturas, etiquetas, sobre; también en los medios de transporte que la empresa emplea como camionetas o automóviles y por último puede aplicarse en carteles, folletos o anuncios.

Para este caso en que se requiere de la aplicación de la imagen de

9. Swann, Alan. *op. cit.* p. 130

10. Murray, Ray. *op. cit.* p. 69

la empresa a diversos soportes, es necesario crear un manual de usos en el cual se especifique el adecuado manejo de la imagen en determinado soporte, así como las formas de reproducción de ésta, uso de los colores, estilos de tipografía, tamaños de los mismos, y materiales convenientes a emplear en cada caso.

C. Lineamientos generales del diseño gráfico

En el trabajo de diseño generamos diversas propuestas a partir del uso de diferentes elementos: equilibrio, posición, tamaño, agrupamiento, dirección. Estos elementos dan composición y organización a todo el trabajo de diseño. Dependiendo la manera en que se trabaje la forma con respecto a estos elementos, se va a asignar al resultado final un significado específico; van a denotar un cierto significado.

Así mismo estos elementos actúan de diferente manera al momento en que los percibimos; connotan cierta información; la percepción visual nos plantea diversas exigencias en el momento mismo de observar o de percibir esos elementos. *"...proceso que implica la percepción y, eventualmente, la comprensión y la integración psicológica del contenido del mensaje."* ⁽¹¹⁾

En principio la percepción humana exige un equilibrio total del todo que conforma nuestro mensaje visual, la necesidad de estabilidad conduce a que nuestros elementos en un plano procuren una adecuada ubicación o posición dentro de éste, en consecuencia la posición de los elementos marca o indica una determinada dirección. El tamaño de las formas de la misma manera que la posición nos exige un equilibrio razonado en la distribución del peso (una proporción) de éstas.

El elemento de agrupamiento forma parte también del campo de la percepción visual. Los elementos se observan en un plano procurando al observarse asignarles un sistema de agrupamiento, en el cual se reconocen dos sistemas, el primero de ellos, el agrupamiento por semejanza y el segundo, el agrupamiento por unidad.

Cuando se establece un agrupamiento por unidad se efectúa una lectura visual dentro de un campo integrando los elementos que la conforman a través de conjuntos. En el caso del agrupamiento por semejanza se buscan elementos de similitud o de igualdad. Además, estos elementos conducen a una más fácil interpretación y a una mejor orga-

..... 11. Costa, Joan. *Imagen Global*. p. 17

nización de la información visual. Robert Guillam dice al respecto lo siguiente: *"Cuando podemos encontrar algún parecido entre los objetos (cualquier elemento de similitud) sentimos una relación entre ellos."* (12)

La percepción en general trata de buscar un orden de todo el conjunto, respondiendo a ciertas exigencias del mismo proceso. *"En la confección de mensajes visuales el significado no estriba solo en los efectos acumulativos de la disposición de los elementos básicos sino también en el mecanismo perceptivo que comparte universalmente el organismo humano."* (13) Como se indicó anteriormente la manera en que se comportan los elementos dentro de la percepción es diferente a la manera en que se emplean en un trabajo de diseño.

Ahora bien estos mismos elementos, dentro del diseño ayudan a correlacionar, a integrar y a unir todas las partes existentes de un diseño, para finalmente lograr desembocar como una imagen visual, para ello estos elementos se han agrupado dependiendo diversas relaciones que son:

- Concepto-mensaje.
- Forma (color, textura, tamaño).
- Estructura (dirección, equilibrio, posición)-plano.
- Funcionalidad-comunicación.

Para comenzar a establecer los lineamientos del diseño gráfico tenemos que partir de un elemento que es plataforma y base para la iniciación y formación de una imagen visual; éste elemento es el concepto o idea que se pretende transmitir, el mensaje que se necesita comunicar, y al mencionar comunicación en diseño gráfico se esta hablando de la comunicación en imágenes. *"Todo mensaje gráfico es una unidad intencional y técnica. Una cristalización del que comunicar y el cómo comunicarlo."* (14)

Considerando que se tiene que establecer una correcta definición, se cita a continuación un primer significado de esta palabra, encontrada en el *Diccionario Durvan de la Lengua Española* que expresa lo siguiente: *"Concepto. Idea que concibe o forma el entendimiento. Pensamiento expresado con palabras."* (15)

1. Concepto-mensaje

- 12. Gillam Scott, Robert. *Fundamentos del diseño*. Edt. Víctor Lerú. Buenos Aires. 1959. p. 27
- 13. Dondis. D.A. *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*. Edt. GG. Barcelona. 1990. p. 33
- 14. Costa, Joan. *Imagen didáctica*. Edt. CEAC. Barcelona. 1991. p. 37
- 15. Tovar Llorente, Antonio. *op. cit.* p. 424

La Enciclopedia Universal Ilustrada: Europeo-americana lo define como: "Concepto. (Etim.- Del Lat. *conceptus* derivación de *concupere*, *concupir*). *Conceptuoso*. m. *Idea que concibe o forma el entendimiento. Pensamiento expresado con palabras. Concepto. Filosofía. Hablando en general es toda representación intelectual de un objeto; y en este sentido, todo conocimiento es un concepto.*" (16)

La definición de concepto del diccionario de las *Ciencias Sociales* dice lo siguiente: "Concepto. *Los conceptos son símbolos verbales de los fenómenos, o aspectos de los fenómenos, por los cuales estamos interesados. En consecuencia los conceptos son abstracciones de impresiones sensibles o percepciones.*" (17)

Como resultado de estas definiciones se puede decir que un concepto es la comprensión o entendimiento (conocimiento), tomado de un suceso, hecho o realidad adquirido a través de la sensación o de la percepción surgido en el pensamiento, y que puede ser expresado con palabras.

En Diseño Gráfico la palabra concepto adquiere un diferente enfoque, ya que ese pensamiento que se expresa con palabras (descrito arriba); en diseño gráfico se va a expresar en imágenes. Se tiene así que en diseño gráfico, una forma creada no surge sin una intención establecida tiene un porque y un como, la originamos porque pretendemos hacer visual o gráfico un concepto escrito o verbal. Se pretende por medio de una forma, informar eficaz, clara y rápidamente un concepto establecido. "Así empieza la investigación creativa, que consiste en primer lugar, en la búsqueda de un concepto original, el cual será expresado en formas icónicas..." (18)

2. Forma-tamaño

El siguiente elemento por mencionar es la forma; poco a poco vamos a entrelazarlo con diversos elementos los cuales ayudarán en la construcción de éste. Para poder transmitir un mensaje visual es imprescindible que hagamos uso de la forma la cual viene a estar constituida primero por el elemento más básico de la representación gráfica que es el punto. Este elemento evidentemente que aislado no es capaz de transmitir mensaje alguno (aunque claro el punto puede aparecer aislado si eso es lo que pretende el mensaje) al integrar este elemento de

16. *Enciclopedia Universal Ilustrada: Europeo-Americana*. Tomo XV. Edt. España-Calpe. Madrid. 1973. p. 937

17. Salustiano del Campo. *Diccionario de las Ciencias Sociales*. Instituto de Estudios Políticos. Madrid. 1975. p. 1053

18. Costa, Joan. *Imagen Global*. p. 118

manera conjunta estaremos dando origen a la línea que va a ser generadora de todas las formas que intentemos crear.

Para que esta línea logre ahora constituirse como forma, únicamente se debe seguir un proceso de unión entre el inicio o principio de esa línea con la terminación de esta misma. Al unir el punto inicial con el punto final sea cual sea la forma que se este originando podemos decir que estamos haciendo uso del contorno, que no es más que la visualización de un algo en un determinado soporte por medio de la línea. Andrea Dondis describe tres tipos de contornos básicos “... el cuadrado, el círculo y el triángulo equilátero.”⁽¹⁹⁾

Estos contornos se reconocen como formas, siguiente elemento a describir. Philip Rawson se refiere a la forma como: “...modos de disponer y articular el material en el espacio.”⁽²⁰⁾

Wucius Wong autor del libro *Fundamentos del Diseño bi y tridimensional* da la siguiente definición de forma: “Todo lo que puede ser visto posee una forma que aporta la identificación principal en nuestra percepción.”⁽²¹⁾

Robert Gillam describe a la forma como: “...lo que distingue cada cosa y sus partes perceptibles.”⁽²²⁾

En base a estas definiciones se puede decir que la forma consiste en una determinada disposición de material, mismo que conforma un objeto o elemento y el cual consigue ser reconocido a través de la percepción. Pero además de establecer esta definición se debe tener en consideración que a una forma creada, para una mejor aplicación dentro de un soporte visual, se le tienen que asignar características propias las cuales son expresadas a través de elementos como el color, la textura y el tamaño.

Color.- Como primer elemento se tiene al color. El color es una sensación que se produce en la retina del espectador, “... la naturaleza objetiva de lo que causan nuestras sensaciones. En lo que concierne a la visión, la causa es la luz: sin luz no hay sensación.”⁽²³⁾ El color no es una cualidad del objeto, sino un fenómeno que se produce entre el objeto y la incidencia de la luz. Un objeto absorbe determinadas longitudes de onda de

19. Dondis D.A. *op. cit.* p. 58

20. Rawson, Philip. *Diseño*. Edt. NEREA. España. 1990. p. 72

21. Wong, Wucius. *Fundamentos del diseño bi y tridimensional*. Edt. GG. Barcelona. 1979. p. 11

22. Gillam Scott, Robert. *op. cit.* p. 18

23. Gillam Scott, Robert. *op. cit.* p. 11

la luz; las que no son absorbidas son las que se perciben como color. Ray Smith en el libro *El Manual del Artista* dice al respecto que "*Cuando miramos un objeto naranja, los rayos naranja-rojos y una pequeña cantidad de los verdes son reflejados o transmitidos al ojo. Los rayos azul-violeta son absorbidos.*" (24)

Además de estas consideraciones hay que agregar que el color tiene tres cualidades básicas que son: el valor (tono), el matiz, y la intensidad (saturación). El valor corresponde a la cantidad de luz que puede reflejar una superficie. Es la luminosidad que puede existir a partir de la ausencia o presencia de luz. El matiz, es en sí mismo el color puro, los colores rojo, azul y amarillo constituyen los matices primarios, que mezclados consiguen producir otros matices el verde, el naranja y el violeta. La intensidad del color corresponde a la pureza del color, este puede variar debido a la cantidad de blanco o negro que contenga.

Existen otras consideraciones importantes del color en base a su comportamiento como fenómeno físico, (colores luz) y a su comportamiento como fenómeno químico (colores pigmento). En el primero de ellos: los colores luz, éstos se obtienen precisamente de la descomposición de la luz blanca, misma que da como resultado la obtención de los colores violeta, índigo, azul, verde, amarillo, anaranjado y rojo. Para los colores luz se habla de una mezcla aditiva, que consiste en la obtención de la luz a partir de superponer los colores azul, rojo y verde (colores primarios de la luz) "*...con cada color adicional se añade más luz.*" (25)

En su comportamiento como colores pigmento, éstos se obtienen a partir de compuestos químicos que dan como resultado precisamente, los pigmentos, tintes o películas. Los colores primarios en este caso son: el rojo (magenta), el amarillo y el azul (cyan), dichos pigmentos son empleados para impresión. Cuando a un color pigmento, se va agregando consecutivamente uno diferente se obtiene una mezcla oscura, dando como resultado que se produzca el color negro. Esta mezcla es a lo que se conoce como mezcla sustractiva, "*... cada nuevo pigmento que se añade oscurecerá la mezcla y dará un color menos puro.*" (26)

Textura.- El siguiente elemento que refuerza el carácter de la forma es la textura. La textura puede estar contenida en una forma específica, o puede estar contenida en un plano total. Ésta ejerce mucha influencia en el ojo humano, ya que da la idea de movimiento, rugosi-

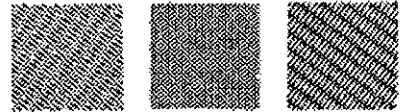
24. Smith, Ray. *El manual del artista*. Edt. H. Blume. España. 1991. p. 292

25. Smith, Ray. *op. cit.* p. 291

26. *Loc. cit.* p. 291

dad, suavidad, volumen, etc., dependiendo el tipo de textura del que hagamos uso. La textura se clasifica de dos manera, la primera que es la textura visual y la segunda la cual conocemos como textura táctil.

Al hablar de la textura visual tendremos que decir, que es una ilusión óptica porque refiere que un objeto o materia están presentes físicamente, esto en muchos casos se consigue por el juego alterno de la luz y sombra. La textura nos da la posibilidad de pasar de un campo bidimensional a un campo tridimensional (aunque en realidad se este utilizando un campo bidimensional), la textura visual también puede hacerse presente por medio de la repetición constante de un mismo módulo. *"La textura se refiere a las cercanías de la superficie de una forma. Puede ser plana o decorada, suave o rugosa y puede atraer tanto al sentido como a la vista."* ⁽²⁷⁾



En la textura táctil el receptor tiene la oportunidad de entrar en contacto con el objeto o la forma que también este observando; el observador necesariamente tiene que mantener una relación de contacto con la textura, ya que si no lo hiciese la experiencia obtenida se reduciría únicamente a una experiencia visual. La capacidad de hacer sentir mediante el tacto es el objetivo primordial de la textura táctil.

Tamaño.- El siguiente elemento, el cual se indicó, forma parte integrante de la forma es el tamaño. El tamaño en una forma dependerá mucho de la intencionalidad que se persiga. La proporción que se dé a una forma con respecto de los demás elementos nos irá estableciendo un orden lógico entre todos los elementos. *"Todas las formas tienen un tamaño. El tamaño es relativo si lo describimos en términos de magnitud y de pequeñez, pero asimismo es físicamente medible."* ⁽²⁸⁾



Se ha indicado que el tamaño de una forma dependerá de determinada intención, por que tal vez sea necesario enfatizar o no una forma dada; tal vez el diseño que se este realizando exige engrandecer la forma principal, o quizás exige minimizar su tamaño con respecto de los demás elementos o con respecto al formato con que se este trabajando. Cuando se logra con una forma creada ir estableciendo una relación con el color, textura y tamaño se logra posteriormente entrar en contacto con otro aspecto general dentro de los lineamientos del diseño y que se denominó al principio como estructura-plano.

27. Wucius Wong. *op. cit.* p. 11

28. *Loc. cit.* p. 11

3. Estructura-plano

Para comenzar a establecer con una, o varias formas un diseño, se necesita primero de un determinado campo, de un espacio, o de un plano delimitado, en el cual se empiece a dar una organización a esas formas. Wucius Wong define a este elemento como plano de la imagen, *"... es en realidad la superficie plana de papel (o de otro material) en el que el diseño ha sido creado."* ⁽²⁹⁾

Además de esto, para un adecuado uso del plano se hace necesario establecer una división de esta superficie. La división de un plano en campos, o espacios de igual tamaño o más reducidos, conforman una estructura. *"Los ejes o líneas constructivas que dividen la página según el ritmo que adopten sus elementos constituyen su estructura arquitectónica. Estos ejes o líneas, aunque no parezcan evidentes están en la página constituyendo su estructura compositiva. Las líneas o ejes estructurales dan a la página cohesión, unidad de conjunto y estabilidad semejante a los de un esquema arquitectónico."* ⁽³⁰⁾

Con una estructura se puede dar una ubicación ordenada de los diversos elementos que van a conformar un todo. *"La manera en que una forma es creada construida u organizada junto a otras formas, es a menudo gobernada por cierta disciplina a la que denominamos estructura."* ⁽³¹⁾

Además de estos elementos, existen otros que se aplican a la organización de las formas, las cuales son componentes de los mensajes gráficos. Éstos no se emplean de manera gráfica, sino de manera intrínseca dentro de la estructura. Dichos elementos son la dirección y el equilibrio.

El primer elemento a analizar es la dirección. En todo mensaje gráfico se hace uso constante del elemento dirección. *"La dirección de una forma depende de cómo está relacionada con el observador, con el marco que la contiene o con otras formas cercanas."*

⁽³²⁾ En cualquier estructura que se genere se emplean los diferentes tipos de dirección que nos ofrecen las formas geométricas básicas:



- a) Horizontal-vertical (cuadrado)
- b) Diagonal (triángulo)
- c) Curva (círculo)

29. Wong, Wucius. *op. cit.* p. 12

30. Martín E. *Diccionario enciclopédico de las artes e industrias gráficas.* Edt. Don Bosco. Barcelona. 1981.p. 230

31. Wong, Wucius. *op. cit.* p. 12

32. *Loc. cit.* p. 12

A partir de estos parámetros direccionales establecidos se tiene la posibilidad de hacer uso de ellos, en la interrelación de éste, (horizontal-vertical, diagonal, curva) con todas las formas establecidas en un plano. Por medio de la dirección se debe guiar al espectador en la lectura del mensaje gráfico. Dentro de este aspecto contribuirá también, la fuerza visual que se de a una forma o a otra, a través del tamaño.



Como un segundo elemento se tiene al equilibrio. Se debe cuidar el que la estructura mantenga un equilibrio con el todo que lo conforma. El equilibrio es dado a partir de que se establece una proporción razonada entre el tamaño de una forma con respecto de otra; debe existir un equilibrio visual en cuanto tamaño.

Además de este equilibrio-escala, también es necesario hacer notar que el equilibrio se establece en función a la posición que se hace de la forma o de los diversos elementos que intervienen en la estructura. *"La posición de una forma es juzgada por su relación respecto al cuadro o a la estructura del diseño."* (33) La posición debe corresponder a la ubicación que se de a las formas en un plano existente. La presentación final de una estructura debe ofrecer al espectador la sensación de una unidad del todo. En una hoja tamaño carta podremos tener un elemento o forma cualquiera en la parte superior derecha y para cubrir esa área utilizada con respecto del plano restante podremos tener escrita una sencilla línea en la parte inferior que equilibrará la composición o la distribución de los elementos en la hoja.



Cuando se ha conseguido llegar a la representación visual de un concepto o a la representación gráfica de éste; es turno ahora de llevarlo a su objetivo final para el cual ha sido elaborado y esto significa el poder observar el grado de funcionalidad que ha podido alcanzar determinado diseño. *"Funcionalidad quiere decir utilidad: el impreso -en primer lugar- debe servir, esto es responder a lo que se desea de él, a los fines prefijados."* (34) Desde el inicio, hasta la culminación del trabajo no se debe descuidar el aspecto funcional, de lo contrario se desvirtuaría el objetivo primordial del diseño.

4. Funcionalidad-comunicación

Un diseño es funcional siempre y cuando cumpla con el aspecto comunicacional, debe ante todo transmitir un concepto por medio de imágenes, de tal forma que estas imágenes sean entendidas y codifi-

33. *Loc. cit.* p.12

34. Martín, E. / Tapiz, L. *op. cit.* p. 271

cadadas por el espectador. Imágenes que deben ser interpretadas en forma rápida, además de que estas tienen que mantener o procurar la atención del observador. Se debe introducir al espectador en la imagen visual, para que éste a su vez se interese en conocer cual es el concepto que representa dicha imagen. Cuanto más sea el interés del espectador hacia determinada imagen, mejor estará cumpliendo con el aspecto funcional para el cual ha sido creado.

Al aspecto funcional también devienen otros aspectos relacionados en la manera en que el observador recibe los mensajes y en los cuales el diseñador no tiene acceso directamente; pero que sin embargo el profesional del diseño debe percatarse de ellos. Estos aspectos son: el estado anímico en que se encuentra el observador, el nivel cultural dentro del cual el receptor este ubicado y por último, el contexto mismo, en el cual se vayan a introducir los mensajes.

El estado anímico corresponde al estado de ánimo en que se encuentre el receptor al momento de recibir el mensaje, en gran medida este aspecto influirá en su conducta posterior, con respecto al mensaje. *“La voluntad de expresar una idea, de mostrar un hecho y de influir en determinado sentido en el ánimo - y hasta en la conducta- del receptor, son los vectores que rigen las decisiones del diseñador gráfico.”* ⁽³⁵⁾

Dentro del aspecto cultural, se tiene que tomar en cuenta que el diseñador debe dar relevancia al nivel cultural que han alcanzado los individuos a los cuales les será transmitido el mensaje. El contexto es un aspecto que se mantiene en relación con el nivel cultural. El área donde circunscribamos un mensaje también influirá en su conducta para con éste.

D. Elementos básicos en la composición de un cartel

Existen elementos en el trabajo de diseño que son considerados para toda elaboración de un cartel, elementos que se rigen unos a otros y que ya sea de manera visual o no, los plasmamos o hacemos uso de ellos para conseguir formas y mensajes agradables al espectador. Estos elementos son: el concepto, formato, la composición, la imagen o forma, la tipografía, el color, la técnica y finalmente los sistemas de impresión que darán solución y presentación al cartel.

..... 35. Costa, Joan. *Imagen didáctica*. p. 37

El primer punto a desarrollar en el trabajo de cartel es la clara conceptualización de la idea que se va a representar por medio de las imágenes. Indagar sobre cual es el mensaje que el cliente desea que se represente. Se tienen que buscar relaciones de los conceptos que se van a transmitir (aspecto teórico) y las imágenes que se puedan asociar a éstos (elementos icónicos), "... una serie de conocimientos que son indispensables para el trabajo de investigación creativa." ⁽³⁶⁾

1. Concepto

El concepto será un sistema rector, en la utilización de los elementos que se aplique a un diseño. Al respecto Alan Swann expresa que: "...hay que coleccionar todos los detalles e informaciones relativas a la naturaleza del tema al que se referirá el diseño." ⁽³⁷⁾ A partir de que se determine aplicar cierto concepto a un cartel, se pueden comenzar a establecer las formas y los tamaños que se van a emplear, así como la tipografía con que se trabajará y ya en una fase posterior determinar los colores que se van a usar.

La selección del formato para un trabajo de diseño dependerá siempre del diseñador gráfico, mismo que debe atender dos aspectos principales: el fin utilitario del soporte y los recursos económicos de los que dispone. Existen diferentes series de formato establecidas en el ámbito internacional. En la primera de ellas se encuentra la serie que corresponde a una norma establecida en los Estados Unidos.

2. Formato

| | | | | |
|--------------------|--------|---------|--------|-------|
| Cartel de 30 hojas | 8.25 m | ancho X | 3.00 m | largo |
| Cartel de 24 hojas | 6.00 m | X | 2.63 m | |
| Cartel sangrado | 6.90 m | X | 3.16 m | |
| Cartel de 8 hojas | 3.65 m | X | 1.82 m | |
| Cartel de 3 hojas | 1.05 m | X | 2.10 m | |
| Cartel de 2 hojas | 1.50 m | X | 1.15 m | |
| Cartel de 1 hoja | .75 m | X | 1.15 m | |

Un sistema indistinto es el que se emplea en países europeos como España, Francia, Luxemburgo, Italia, Suecia, Países Bajos, etc. En estos países y otros se han establecido los formatos normalizados. La Federación Europea de Publicidad en Exteriores estableció esta serie de nomenclaturas a las cuales se les conoce como: Formatos internacionales serie A, B, y C.

36. Costa, Joan. *Imagen Global*. p. 118

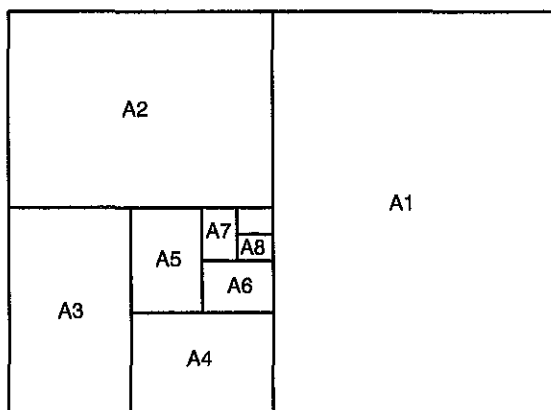
37. Swann, Alan. *op.cit.* p. 7

En las tres series, las hojas tienen el mismo formato, un rectángulo con los lados largos y cortos en la misma proporción con todas las subdivisiones también en la misma proporción. Este formato ha sido "conocido... como la regla de oro, un rectángulo perfectamente equilibrado según la proporción 5:8 entre sus lados. Sin embargo en realidad la proporción internacionalmente utilizada es la de 5:7." (38)

Medidas de los formatos A, B y C.

| Formato | Serie A mm | Serie B mm | Serie C mm |
|---------|-------------|--------------|-------------|
| 0 | 841 X 1 189 | 1000 X 1 414 | 917 X 1 297 |
| 1 | 594 X 841 | 707 X 1 000 | 648 X 917 |
| 2 | 420 X 594 | 500 X 707 | 458 X 648 |
| 3 | 297 X 420 | 353 X 500 | 324 X 458 |
| 4 | 210 X 297 | 250 X 353 | 229 X 324 |
| 5 | 148 X 210 | 176 X 250 | 162 X 229 |
| 6 | 105 X 148 | 125 X 176 | 114 X 162 |
| 7 | 74 X 105 | 88 X 125 | 81 X 114 |
| 8 | 52 X 74 | 62 X 88 | 57 X 81 |
| 9 | 37 X 52 | 44 X 62 | |
| 10 | 26 X 37 | 31 X 44 | |

Los usos de estas series de formatos se dan de la siguiente manera:



Formatos de papel

Serie A: libros, folletos, papel de cartas, facturas, catálogos, manuales, correspondencia personal, tarjetas de presentación, tarjetas comerciales, etiquetas pequeñas, etc.

Serie B: sobres, bolsas y carteles.

"...existe una norma de unificación según las normas UNE (una norma española), las cuales simplifican los tamaños en los impresos, desde la tarjeta al cartel mural, mientras reducen los costos; son causa de orden y uniformidad..." (39)

Formatos Nacionales.- En cuanto a formatos en papel nacional existe una extensa gama de soportes con diversas características, se

38. Murray, Ray. *op. cit.* p. 175

39. Martín, E. *La composición en las artes gráficas I*. Edt. Don Bosco. España. 1980. p. 376

pueden encontrar papeles lisos, gofrados, estucados, brillantes, mates; las medidas que se encuentran de éstos también son diversas, así como el peso del mismo. Generalmente para la impresión de carteles se emplean papeles lisos con el fin de conseguir una impresión libre de sufrir algún defecto en el proceso de la impresión misma.

| | |
|---------------------|--------------|
| Couché | 57 x 87 cms. |
| (papel y cartulina) | 70 x 95 cms. |
| | 71 x 90 cms. |

| | |
|---------------------|--------------|
| Bristol | 50 x 65 cms. |
| (papel y cartulina) | 57 x 72 cms. |

| | |
|---------------------|--------------|
| Bond | 57 x 87 cms. |
| (papel y cartulina) | 70 x 95 cms. |

| | |
|---------|--------------|
| Opalina | 57 x 87 cms. |
| (papel) | 70 x 95 cms. |

| | |
|-------------|--------------|
| Opalina | 57 x 72 cms. |
| (cartulina) | |

| | |
|--------------------------|------|
| Couché | |
| Papel brillante (1 cara) | gr/m |

| | |
|---------|-----|
| 61 x 90 | 75 |
| 70 x 95 | 75 |
| 57 x 87 | 90 |
| 61 x 90 | 90 |
| 70 x 95 | 90 |
| 57 x 87 | 100 |
| 61 x 90 | 100 |
| 70 x 95 | 100 |

| | |
|---------------------------|------|
| Papel brillante (2 caras) | gr/m |
|---------------------------|------|

| | |
|---------|-----|
| 57 x 87 | 100 |
| 61 x 90 | 100 |
| 70 x 95 | 100 |
| 57 x 87 | 135 |
| 61 x 90 | 135 |
| 70 x 95 | 135 |

.....

| | |
|-------------------------------|------|
| Papel mate (2 caras) | gr/m |
| 57 x 87 | 100 |
| 70 x 95 | 100 |
| 57 x 87 | 135 |
| 70 x 95 | 135 |
| | |
| Cartulina brillante (1 cara) | gr/m |
| 70 x 95 | 180 |
| 77 x 100 | 180 |
| 57 x 72 | 300 |
| | |
| Cartulina brillante (2 caras) | gr/m |
| 58 x 88 | 210 |
| 70 x 95 | 210 |
| 77 x 100 | 210 |
| 58 x 88 | 255 |
| 60 x 90 | 255 |
| 70 x 95 | 255 |

Posterior a la selección hecha del formato seguirá decidir la posición en que se va a emplear éste soporte. Es común ver que en la mayoría de los casos para la posición se emplea un formato vertical. *"...la utilidad y la comodidad, el formato influye poderosamente en la interpretación correcta de un texto, tanto por su forma como por su tamaño... El rectángulo prolongado o vertical sugiere acción moderado, movimiento ascendente, mas movimiento y mas ascendente cuanto mas alargado."* (40)

Además hay que destacar que la posición de dicho formato esta en relación con la posición del ser humano, resulta ser un aspecto de reciprocidad, igualdad y equilibrio. *"Quizás esta preferencia por el rectángulo se deba a que la transmisión de las ideas y noticias - fin primordial del libro - supone una acción moderada, tanto en el autor como en el lector. También se puede aducir una cierta semejanza con la proporción física del hombre ya que es la figura geométrica que mas se le acomoda."* (41)

3. Composición

A partir de que se ha seleccionado un formato de papel para un diseño cualquiera, se procede a comenzar un proceso de bocetación,

40. *Ibid.* p. 391

41. *Ibid.* p. 394

mismo que se va a formalizar a partir de plantear una diagramación para dicho formato. La división del soporte da la posibilidad de ubicarlos de manera ordenada y equilibrada, permitiendo, además, colocar los elementos en diversas posiciones de manera justificada. *“La composición es una disposición de los elementos para crear un todo satisfactorio, que presente un equilibrio, un peso y una colocación perfecta de esos elementos.”* ⁽⁴²⁾

Los sistemas de división se pueden realizar a partir de estructuras sencillas de resolver, como son las redes y retículas o se pueden resolver a partir de sistemas más complejos como es el sistema de sección áurea. *“Una información con títulos, subtítulos, imágenes y texto de las imágenes, dispuestos con claridad y lógica no sólo se lee con mas rapidez y menor esfuerzo: también se entiende mejor y se retiene con mas facilidad en la memoria.”* ⁽⁴³⁾

En el primer caso, que son las redes, estas se construyen empleando en su construcción un mismo módulo, teniendo como claro ejemplo de esto las redes de cuadrados, de triángulos, de rectángulos, etc. Estas estructuras Wucius Wong las denomina estructuras de repetición *“En este tipo de estructura, toda la superficie del diseño (o una parte elegida en ella) queda dividida en divisiones estructurales de exactamente la misma forma y el mismo tamaño, sin intervalos espaciales disperejos entre ellos.”* ⁽⁴⁴⁾ En el caso de las retículas estas son estructuras creadas a partir de uno o más módulos.

El siguiente sistema de división al que toca analizar es la sección áurea. Es un sistema reticular en base a relaciones y proporciones matemáticas. Este sistema establece un orden y se encuentra tanto en la naturaleza como en nuestros organismos como seres vivos.

Existen toda una serie de estudios que se establecieron desde tiempos antiguos y que aún permanecen hasta nuestros días. Precisamente uno de estos mencionados estudio data de la edad media y es desarrollado por el matemático italiano Fibonacci, Leonardo Da Pisa (1200). El plantea una serie de relaciones a través de una suma de los números naturales, que nos da como resultado una serie aditiva:

1,2,3,5,8,13,21,34,55,89,144,377,610...

De la serie de Fibonacci se puede llegar a un resultado áureo como se verá posteriormente, sus estudios parten de establecer relaciones de

42. Swann, Alan. *op. cit.* p. 64

43. Muller, Brockman. *Sistema de retículas*. Edt. GG. Barcelona. 1982. p. 13

44. Wong, Wucius. *op. cit.* p. 29



"Cartel Música viva"
Aplicación sección áurea

suma, relaciones entre dos cantidades. Las relaciones de suma que establece Fibonacci parte de la serie de los números naturales 1,2,3,4,5,6... y dan como resultado la serie anteriormente presentada:

$$1,2,3,5,8,13,21,34,55...$$

Esta serie se plantea en forma de quebrados constituyendo relaciones proporcionales. La primera serie denominada menor parte de considerar al cero como numerador inicial y al número uno como denominador del mismo, los restantes resultados se van a dar de la suma del anterior denominador y numerador posterior.

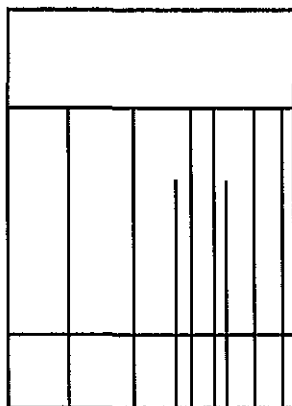
| | | | | | | |
|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|-------------|
| <u>0</u> | <u>1</u> | <u>3</u> | <u>8</u> | <u>21</u> | <u>55</u> | Serie menor |
| 1 | 2 | 5 | 13 | 34 | 89 | |

La denominada serie mayor va a partir ya no de un número cero sino de establecer la suma de un mismo número: el número 1

| | | | | | | |
|----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-------------|
| <u>1</u> | <u>2</u> | <u>5</u> | <u>13</u> | <u>34</u> | <u>89</u> | Serie mayor |
| 1 | 3 | 8 | 21 | 55 | 144 | |

La combinación de estas series da como resultado una tercera:

| | | | | | | | | | | | |
|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|
| <u>1</u> | <u>1</u> | <u>2</u> | <u>3</u> | <u>5</u> | <u>8</u> | <u>13</u> | <u>21</u> | <u>34</u> | <u>55</u> | <u>89</u> | Serie de sumas |
| 1 | 2 | 3 | 5 | 8 | 13 | 21 | 34 | 55 | 89 | 144 | |



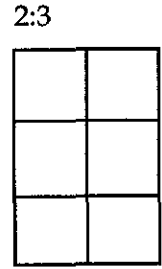
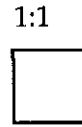
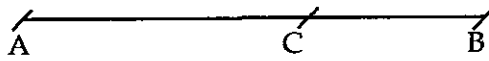
Retícula sección áurea

Proporción modular.-Para apreciar que efectivamente existe una relación armónica en esta serie de quebrados, se realizan una serie de operaciones matemáticas. Se divide el numerador entre el denominador para cada uno de estos quebrados. El número de oro 1.618 va a ser apreciable a partir de la fracción 21/34 y va a ser indefinidamente una constante en las siguientes fracciones. Al respecto Pablo Tosto en el libro: *La composición áurea en las artes plásticas* expresa lo siguiente: "El número de oro en geometría es la proporción áurea. Este número lo hemos visto surgir de la serie de Fibonacci como símbolo de la constante relación armónica entre magnitudes diferentes." (45)

Observando esta serie, vemos que esto es en sí el estudio de la sección áurea, la suma de los dos números anteriores nos da un tercero que es el todo. "Si tenemos el segmento AB, dividirlo en media y extrema razón, o

45. Tosto, Pablo. La composición áurea en las artes plásticas. Edt. HACHETE. Buenos Aires. 1958. p. 17

hallar su sección áurea, es hallar un punto C tal que una parte A sea a la otra parte B, como la parte B es al todo A + B." (46)



Las formas que se empleen en un cartel podrán ser tanto ilustraciones, fotografías o simplemente iconos. En el proceso de bocetación se tendrá que determinar el tamaño de ésta. Tal vez se requiera que la imagen abarque una tercera parte del formato o más, o que su tamaño no resulte tan pronunciado. "Un diseño puede adquirir una apariencia totalmente nueva sólo con cambiar la proporción entre ilustraciones y texto." (47)

4. Forma

La distancia a la que va a ser apreciado un cartel determina en muchos casos el tamaño de la forma. La visualización a lo largo del proceso de bocetación de las diferentes opciones, dará la posibilidad de descartar entre una y otra opción. Además de esto el tratamiento que se dé a las formas podrán transmitir cualidades, ya sea de agresividad, sutileza, simplicidad, etc.

Pero en esta necesidad de comunicación la mayoría de las veces necesitamos del mensaje o idea escrita para completar el concepto a transmitir dentro del cartel, dependiendo el tipo de mensaje y el tipo de forma, se necesitará emplear un tipo específico de tipografía, que puede ir desde una tipografía *script*, hasta una tipografía de *palo seco*. "La tipografía desempeñará probablemente un papel vital en el diseño y hay que tomar en consideración la forma, el estilo y la imagen transmitidos por la tipografía." (48)

5. Tipografía

En la selección precisamente de determinada tipografía se puede optar a partir de seis diferentes familias tipográficas:

| | |
|----------------------|----------------------------|
| Familia gótica | (Engraves, gótica) |
| Familia Romana | |
| Romano antiguo | (Caslon, garamond, platin) |
| Romano de transición | (Baskerville, century) |
| Romano de moderno | (Bodoni, Times) |

46. Martín, E. *La composición en las artes gráficas I*. p. 397

47. Murray, Ray. *op. cit.* p. 35

48. Swann, Alan. *op. cit.* p. 131

| | |
|---------------------|--------------------------------|
| Familia Egipcia | (Clarendon, Beton) |
| Familia San Serif | (Berthold, Helvética,Univers) |
| Familia caligráfica | (Brush script, English script) |
| Familia fantasía | (Zapf Chancery, Astral) |



Familia Gótica.- Este es un tipo que se presenta demasiado grotesco, además de que sus rasgos presentan mucha dificultad en el proceso de lectura.

Familia Romana.- Es un tipo que presenta contrastes en el empleo de trazos gruesos y delgados, rasgos que le asignan legibilidad, se proyectan firmes hecho al que contribuye el empleo de serifas en sus terminaciones.



Familia Egipcia.- Este tipo mantiene en la mayoría de los casos el mismo grosor de línea en la estructura de cada letra, con terminaciones rectangulares rasgos que la presentan fuerte además de asignarles un connotado peso.

Familia San Serif.- Esta tipografía mantiene casi un mismo grosor de línea con lo que resulta uniforme, es una de las familias que por su estructura se presenta sencilla, susceptible de ser modificada en su anchura, grosor y tamaño, fácilmente legible.



Familia caligráfica.- Emplea trazos más sueltos, se caracteriza por la ininterrumpida línea que da seguimiento a toda una palabra en la mayoría de los casos, hace uso del recurso de líneas curvas para su ornamentación.

Familia fantasía.- Esta es una familia que pretende hacer destacar la tipografía enfatizando alguno de sus rasgos o agregando diferentes efectos visuales, como por ejemplo, la proyección de un sombreado.



Existen diversas fuentes de familias aplicables a un diseño, dependiendo del estilo, el carácter y la importancia a manejarse en determinado proyecto, pero igualmente en la selección de alguna de estas familias deben considerarse los rasgos y características que ésta puede adquirir, conforme al tamaño, grosor, anchura, espaciado, interlineado;

rasgos que asignan al trabajo mismo diferentes opciones de tratamiento y selección.

“Dentro de la amplia gama de tipos con gracia o terminal muchos son bastantes compatibles y no suele haber necesidad de recurrir a los tipos opuestos. Sus rasgos contrastantes añaden color y vida al diseño. La mayor parte de los tipos de pie cuadrangular combinan bien con los tipos modernos como Times y Baskerville.” ⁽⁴⁹⁾

Después de haber delimitado y ubicado nuestras imágenes y tipografía el siguiente paso a dar es la aplicación de color. En un capítulo anterior se presentó un breve análisis de éste elemento en su comportamiento como fenómeno fisiológico, como fenómeno físico y como fenómeno químico. Pero ahora se analizará respecto al carácter simbólico.

6. Color

Los colores adquieren significados diversos ya que evocan emociones, simbolizan épocas y hechos y se asocian a diversos elementos. Cabe aclarar que en determinado contexto y lugar el color va adquiriendo valores diferentes. Pudiendo apreciar de manera general los siguientes:

El color rojo se asocia a la sangre, al fuego, a la pasión. Expresa vitalidad, energía, agresividad, peligro. *“El color rojo es el color del corazón, del espíritu, del amor. Convencionalmente se acepta que el color rojo sea señal de peligro.”* ⁽⁵⁰⁾

El color naranja es un color activo, dinámico, connota calidez. Esta relacionado con el confort y la seguridad. Es un color que se sabe estimula el apetito.

El amarillo esta asociado al sol y al oro, es el más cercano a la luz. Expresa alegría, además de que es un color activo. *“Junto con sus primarios siguientes, el rojo y el azul, asignados al corazón y al espíritu, el amarillo representa la inteligencia.”* ⁽⁵¹⁾

El verde se asocia a la naturaleza, a su follaje, de ahí tranquilidad, frescura, estabilidad. Es un color pasivo. Simboliza la juventud.

El azul esta asociado al mar y al cielo. Expresa serenidad, tran-

49. Beaumont, Michell. *Tipo y color*. Edt. Hermann Blume. España. 1988. p. 32

50. Ortiz, Georgina. *El significado de los colores*. Edt. Trillas. México. 1992. p. 8

51. Varley, Helen. *El gran libro del color*. Edt. Blume. España. 1982. p. 200

quilidad, confianza. Representa limpieza y salud. Simboliza a la aristocracia (realeza). *"La inmensidad del cielo y del océano se acomodan al espíritu que buscan la tranquilidad a través de una sensación de infinidad..."* ⁽⁵²⁾

El púrpura en la religión católica simboliza la pasión de Cristo. Expresa tristeza, poder, sensualidad.

El blanco es luz total, es símbolo de la pureza, la inocencia, la verdad, la femineidad, la delicadeza. Es la contraparte de la maldad, constituyendo así, lo bueno.

El negro se asocia a la noche, a la oscuridad. El negro simboliza el mal y en un punto diferente refiere la elegancia.

El gris es un color neutro, pasivo. Expresa tristeza y sobriedad. Como un segundo color neutro se tiene al color café, se asocia a una de las estaciones del año, el otoño. Representa madurez, equilibrio espiritual, control.

El color rosa simboliza la inocencia, lo delicado, lo dulce. Se asocia principalmente a lo femenino.

7. Técnica

La faceta final que ejerce un diseñador en el proceso de bocetación posterior al desarrollo del concepto es la aplicación de una técnica, con la cual se dará una resolución final y la más optima posible al cartel. Posiblemente se requiera de una o mas técnicas dentro de un cartel, esto se verá en base a las exigencias del concepto o de la resolución que se necesite presentar de la imagen. Para cumplir con este último punto se podrá recurrir al empleo de fotografías, iconos o ilustraciones, a través de diversas técnicas, las cuales se emplean en un diseño a nivel dummy y entre las que se tienen: la técnica de pluma, de tinta, de lápiz, carboncillo, pastel, acuarela, gouche, acrílico, óleo, aerografía, collage y recorte de papel.

Dependiendo el acabado que se desee obtener se podrá optar por una u otra técnica. A través de cada una de ellas se produce un efecto diferente, se obtienen tonos suaves, fuertes, volúmenes, texturas, contrastes. *"Antes de decidirnos por uno u otro material, convendrá que probemos sus efectos y veamos si son adecuados al tema y si se adaptan al estilo que creemos más conveniente."* ⁽⁵³⁾

52. *Ibid.*, p. 212

53. Tubau, Iván. *op. cit.* p. 54

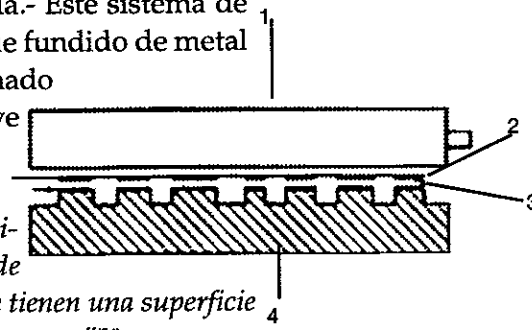
Los sistemas de impresión, es un área en la cual los diseñadores no intervienen tan directamente (pero sobre lo cual deben tener conocimiento) son diversos y su uso puede variar, dependiendo de las necesidades de producción y de los costos con que se cuenten. Estos se clasifican de acuerdo a las matrices de impresión que se utilicen y se dividen de la siguiente manera:

8. Sistemas de impresión

- Impresión con matrices en relieve.
- Impresión con matrices plana.
- Impresión con matrices en hueco.

Los sistemas de impresión que corresponden a las matrices en relieve son:

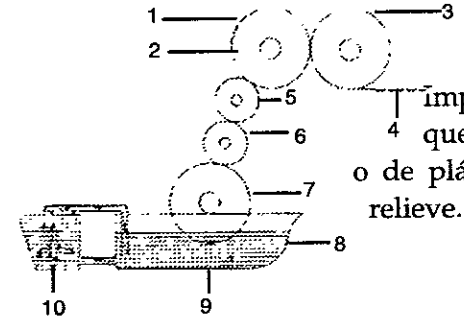
Impresión por tipografía.- Este sistema de impresión consta de un bloque fundido de metal con la imagen de un determinado tipo de letra hecho en relieve en la parte superior del bloque. "En el proceso de tipografía, las imágenes se imprimen a partir de bloques de tipografía, es decir, planchas que tienen una superficie sobresaliente para el área de la imagen."⁽⁵⁴⁾



- Impresión por tipografía
1. Rodillo de presión
 2. Papel
 3. Caracter realzado
 4. Placa dura

Impresión por flexografía

1. Papel
2. Cilindro grabado
3. Rodillo de presión
4. Impresión
5. Cilindro aplicador
6. Cilindro batidor
7. Rodillo entintador
8. Tinta
9. Cubeta
10. Bomba de circulación



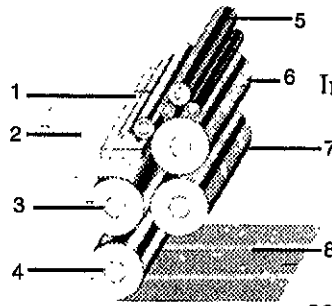
Impresión por flexografía.- La matriz que se emplea en este caso es de caucho o de plástico, con los tipos o imágenes en relieve.

Los sistemas de impresión que se encuentran dentro de las matrices planas son:

54. Bann, David. Como corregir pruebas en color. Edt. GG. México. 1992. p. 20

Impresión litográfica

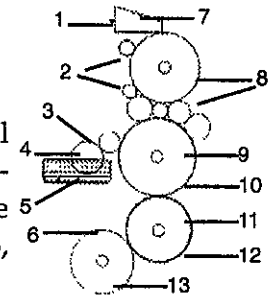
1. Rodillos humedecedores
2. Papel
3. Cilindro de impresión
4. Cilindro de transferencia al papel
5. Rodillos de entintar
6. Cilindro de goma
7. Cilindro de la plancha
8. Imagen impresa



Impresión litográfica.- La imagen es trazada en una plancha metálica de zinc o aluminio, a través de químicos. Las imágenes que se desean imprimir se vuelven repelentes al agua, consiguiéndose que la imagen absorba únicamente la tinta grasa, misma que será transportada al papel. *"Es el sistema predominante que se usa para una amplia gama de artículos desde el material de escritura, hasta libros y revistas."* ⁽⁵⁵⁾

Impresión en offset

1. Llave
2. Rodillos batidores
3. Mojadores
4. Tomador o pato
5. Fuente
6. Papel
7. Tintero
8. Rodillos reductores
9. Cilindro portaplaca
10. Placa
11. Cilindro Impresor
12. Hule o mantilla
13. Cilindro de presión

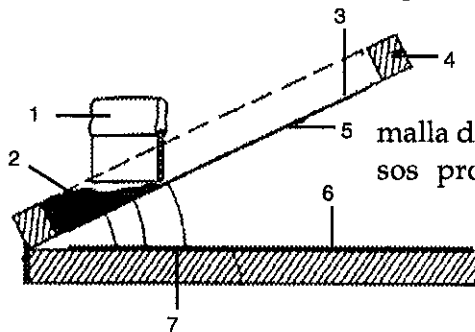


Impresión en offset.- Este procedimiento es el mismo al anterior, con la diferencia de que la imagen en lugar de ser transportada al papel primero se transporta a un rodillo y posteriormente al sustrato, de ahí que sea un sistema de impresión indirecto.

Impresión en fototipia.- En una superficie de cristal se aplica gelatina bicromatada, ya seca se pone en contacto con el negativo y expone a la luz, así la imagen es transportada al cristal, posteriormente se le aplican otras soluciones que la dejarán con las condiciones óptimas para la impresión.

Impresión en serigrafía

1. Impresión
2. Tinta
3. Tejido
4. Bastidor
5. Película o emulsión
6. Papel
7. Impresión



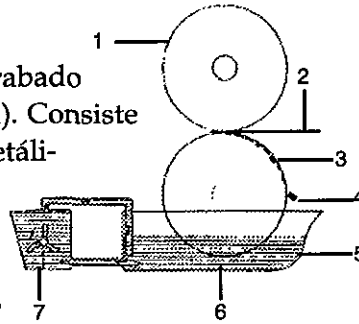
Impresión en serigrafía.- Consiste en transportar una imagen a una malla de nylon o poliéster a través de diversos procedimientos, que nos permitirán bloquear las partes que no se desean imprimir y dejando así pasar la tinta donde sea requerida.

Los sistemas de impresión que se encuentran por último, en la

55. *Ibid.* p. 22

impresión con matrices en hueco son:

Impresión en huecograbado o rotograbado (conocida anteriormente como calcografía). Consiste en transportar una imagen a una placa metálica, ésta deja hundidas las imágenes en la placa (celdillas). Las celdillas son cubiertas con tinta por medio de cilindros, el exceso de tinta que queda en la placa es quitado con una cuchilla, posteriormente la tinta pasa al papel bajo presión a través de los cilindros. "El hueco grabado ha sido considerado como especialmente idóneo para la reproducción de ilustraciones y fotos dentro de una buena calidad..."⁽⁵⁶⁾



Sistema de huecograbado

1. Rodillo de presión
2. Papel
3. Alveolo lleno
4. Cuchilla
5. Tinta
6. Cubeta
7. Bomba de circulación

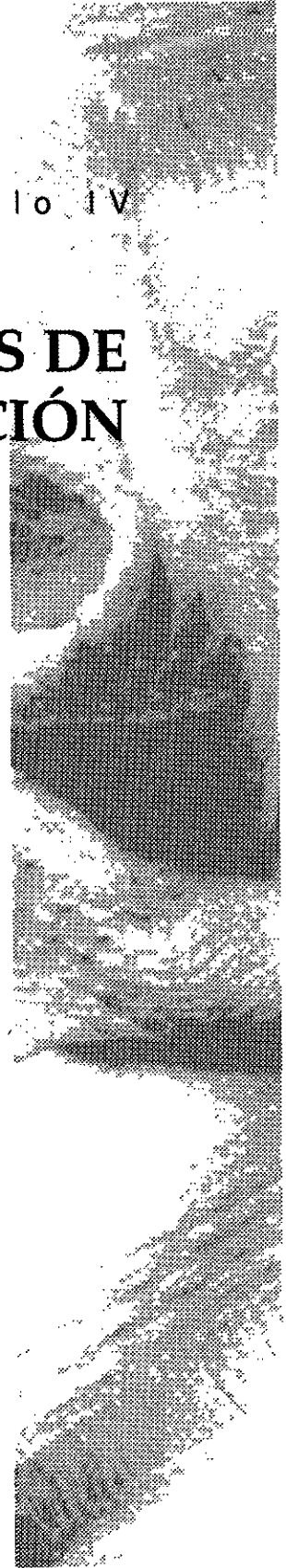
De los anteriores sistemas de impresión los mas empleados en la reproducción de carteles son la litografía y la serigrafía. El sistema litográfico permite realizar impresiones rápidas a grandes volúmenes con lo cual se reduce la pérdida de tiempo. Las ventajas en el sistema serigráfico radica en el hecho de que en éste sistema la transportación de la imagen a la malla se puede realizar manualmente. Esto además, da la posibilidad de que sea manejado por un mayor público, ya que el costo de las herramientas empleadas, resulta bajo en comparación a los costos de una máquina. Otra ventaja, es que se pueden realizar reducidas cantidades de impresiones o bien tiradas más o menos extensas. "En formatos pequeños y en cantidades superiores a 500 ejemplares, la litografía sale relativamente barata; es adecuada para reproducir letra pequeña e ilustraciones o fotografías detalladas. La serigrafía admite carteles de hasta 594 x 841 mm., y es bastante barata para formatos grandes."⁽⁵⁷⁾

56. Murray, Ray. *op. cit.* p. 161

57. Snape, Sarah. *op. cit.* p. 86

Capítulo IV

ESLABONES DE COMUNICACIÓN



IV. ESLABONES DE COMUNICACIÓN

.....

A. Proceso y acciones de la comunicación

Anteriormente se indicó que para que un mensaje o producto llegue al público en forma clara es necesario que exista una eficaz comunicación. Para ello se debe conocer cuales son los elementos que nos llevan a conseguir tal objetivo. Así se tiene que en la comunicación confluyen los siguientes elementos:

- | | |
|--------------------|----------------------|
| a) Emisor | f) Receptor |
| b) Codificación | g) Respuesta |
| c) Mensaje | h) Retroalimentación |
| d) Medio | i) Ruido |
| e) Descodificación | |

Estos elementos de la comunicación interactúan en este proceso desglosados a través de los siguientes puntos:

- a) Identificación de público meta.
- b) Determinación de la respuesta deseada.
- c) Elección del mensaje.
- d) Medios de comunicación.
- e) Fuente del mensaje.
- f) Retroalimentación.

"Este modelo señala los factores claves de una buena comunicación: los emisores deben saber a que públicos quieren llegar y cuáles son las respuestas que desean; deben tener la habilidad de codificar mensajes que tomen en cuenta la forma en que los codificaran sus receptores, deben enviar el mensaje a través de un medio que llegue a su público meta; y deben desarrollar canales de retroalimentación para evaluar la respuesta del publico a su mensaje." ⁽¹⁾

Cuando se desea transmitir un mensaje, ofrecer un servicio o producto, como primer aspecto que se trata de reconocer es la identificación precisamente del público meta. Se debe conocer hacia que tipo de per-

..... 1. Kotler, Philip. Fundamentos de Mercadotecnia. Edt. PHH. 2a. ed. México. 1992. p. 424

sonas se va a transmitir el mensaje. Para ello se determinan ciertas características de éste público; las cuales están asociadas al aspecto social, cultural, personal y psicológico del receptor. Estas características son parte de la conducta del público consumidor o receptor e influyen en gran medida en las decisiones finales de éste.

Características personales ⁽²⁾

| Culturales | Sociales | Personales | Psicológicas |
|--------------|------------|----------------|--------------|
| Cultural | Grupos de | Edad | Motivación |
| Subcultura | referencia | Ocupación | Percepción |
| Clase social | Familia | Ingresos | Aprendizaje |
| | Función y | Estilo de vida | Creencias |
| | Status | Personalidad | Actitud |

“La elección es el resultado de la compleja interacción de factores culturales, sociales, personales y psicológicos... y no obstante, son útiles para identificar a los compradores interesados y diseñar productos y anuncios que satisfagan mas adecuadamente sus necesidades.” ⁽³⁾

Cuando se conoce al receptor igualmente se debe conocer la respuesta que se desea obtener de éste con respecto de los mensajes. Al elaborar los mensajes es necesario que se haga una determinación del alcance de la respuesta que esperamos por parte del público; para ello se dispone una clasificación de seis diferentes niveles de alcance de la respuesta deseada.

- | | |
|-----------------|----------------|
| a) Conciencia | d) Preferencia |
| b) Conocimiento | e) Convicción |
| c) Gusto | f) Compra |

A partir de estas consideraciones y al momento de elaborar ciertos mensajes se debe tener en claro si es que el público conoce o no un producto. Si el público no lo conoce entonces se debe de partir del hecho de que se tiene que dar a conocer (conciencia), o si se desea avanzar y asignar nuevos datos, información, cualidades (conocimiento) de dicho producto. Se debe determinar primero todo aquello que el público conoce, para poder así posteriormente, agregar toda la nueva información a transmitir.

2. Tomados del libro de: Kotler, Philip. Fundamentos de Mercadotecnia. p. 159

3. Ibid. p. 174

Cuando el público ya conoce el producto y demuestra una preferencia en su compra genera una actitud de agrado y gusto por obtener tal producto. En el gusto del público, radica el hecho de tener que conocer que es lo que le agrada de tal producto para procurar mejorar y mantener esta visión del público hacia este producto.

En el caso de que el producto ya sea del gusto del público existe la posibilidad de colocarlo dentro de un nuevo nivel; ubicarlo así como una preferencia. Esto se puede conseguir a través de mostrar ciertas cualidades o ventajas del artículo. Finalmente si es que el producto se ubica ya como una preferencia se debe de tratar de mantener este nivel y en consecuencia hacerlo llegar de una manera aún más convincente, para con ello conseguir finalmente una actitud de consumo o compra por parte del público receptor.

En base al nivel que se desea alcanzar corresponderá ajustar este factor al mensaje. Al elaborarse o elegirse un mensaje debe considerarse que para su construcción son necesarios tres elementos fundamentales: contenido del mensaje (que decir), estructura (como decirlo) y formato (como representarlo). Mediante estos elementos el mensaje debe procurar llamar la atención y el interés, esto se logra a través de establecer o proyectar ciertos beneficios, atributos o cualidades del producto, lo que lo hace atractivo.

Además de esta elección se debe determinar el medio por el cual se van a transmitir esos mensajes pudiendo ser estos los medios audiovisuales (televisión, radio, cine) o los medios impresos (revistas, folletos, catálogos, carteles, etc.). Cabe señalar que esta elección va a estar supeditada al presupuesto que se va a destinar al área de promoción.

Un siguiente elemento que también entra en el proceso de comunicación es la fuente del mensaje, pero este es un elemento que puede emplearse o no dentro del mismo; la fuente se considera como un personaje que va asignar mayor credibilidad al mensaje.

Como se puede ver todos estos pasos cumplen con un proceso de comunicación entre la empresa y el receptor. Ahora bien, para conocer si es que tal mensaje o producto es eficaz, se indagan los efectos posteriores de éste. La empresa aborda un trabajo de retroalimentación para conocer así la respuesta del público.

..... De estos productos o servicios ofrecidos al público se investigan los factores que agradaron o desagradaron. Ya sea que se investigue a

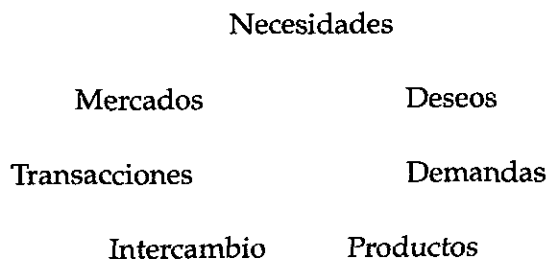
través de encuestas, de preguntas, para conocer así en que medida agrada o desagrade dicho producto y a través de esta información tener la oportunidad de corregir los errores que se hayan generado a lo largo de todo este proceso.

B. Acciones del diseño y la empresa en la comunicación

Las actividades de la empresa y el diseño difieren en cierta medida de sus acciones principales, pero ambas avanzan hacia un mismo objetivo, una eficaz comunicación y con ello la obtención de diversos resultados. *“El emisor -ahora en su condición de usuario del diseño- trata de motivar al diseñador, a la vez que interpone, entre él y su trabajo, unas determinadas premisas de marketing, otras premisas de orden técnico, de orden económico y de orden temporal.”*⁽⁴⁾

Ciertamente no todos los trabajos de diseño que se realizan se manejan a un nivel de empresa, pero en esta área igualmente se determinan ciertos criterios de trabajo que llevan a tener una mejor conceptualización sobre el comportamiento del receptor con respecto de los mensajes o productos que se estén contemplando desarrollar o presentar dentro de un trabajo de diseño.

También, a partir de estos aspectos la empresa a través del área de la mercadotecnia involucra diferentes elementos para su desarrollo global. Mediante el siguiente esquema es que se muestran esos elementos.



“La mercadotecnia es una actividad humana dirigida a la satisfacción de las necesidades y los deseos por medio de procesos de intercambio. Sus conceptos nucleares son: necesidades, deseos, demandas, productos, intercambio, transacciones y mercados.”⁽⁵⁾

4. Costa, Joan. *Imagen Global*. p. 11

5. *Ibid.* p. 22

El estudio de la mercadotecnia parte de conocer, así como de determinar las necesidades del receptor o público. Siendo que la necesidad es un factor que obliga al público a tomar ciertas conductas con respecto de un producto; un producto que le proporcione en la mejor medida un rendimiento eficaz capaz de cubrir esas necesidades, es en esto que la mercadotecnia considera importante a este elemento dentro de su análisis general, para conocer esas necesidades y en un consiguiente punto cubrirlas.

Pero la empresa no solo se interesa en cubrir necesidades pertenecientes a un público, sino que también procura un interés propio. Para ello se agrega un segundo factor dentro de este proceso y que mediante diversas estrategias de promoción se conduce a despertar el interés o deseo del público. Se trata de establecer una transformación de esas necesidades, para presentarlas como una exigencia o un deseo por adquirir.

Es precisamente en este punto en donde entra en función el trabajo de diseño, a el corresponde presentar el mensaje e imágenes bajo cierto tratamiento, empleando soportes que den la posibilidad de promocionarlos y presentarlos a un determinado público, tratando así de captar su interés. *"Y puesto que la función del cartel implica cierto grado de coactividad psíquica (a la que llamamos persuasión), para imponer una determinada opción comercial o política a sus destinatarios, esta función predetermina, en la estructura de un cartel correctamente concebido un modo de lectura dirigido y unos efectos psicológicos planificados para activar unas motivaciones en sus destinatarios."* ⁽⁶⁾

Ahora bien cuando la respuesta del público va en aumento con respecto al producto y cuando se ha conseguido cubrir las expectativas de éste, dando así como resultado que la respuesta misma sea satisfactoria en las ventas, podemos decir que el producto ha alcanzado un nivel de demanda.

Lógicamente en todo este proceso de consumo existe una parte que ofrece un producto y otra parte que requiere de dicho producto, existe una empresa y un público consumidor. Las circunstancias mismas que se establecen entre ambas partes para llegar a un acuerdo entre aceptar o rechazar un producto propician lo que se conoce como intercambio. A través del acuerdo de un intercambio se establece consecuentemente un cambio de ciertos valores por otros, dando así como

..... 6. Gubern, Román. *op. cit.* p. 204

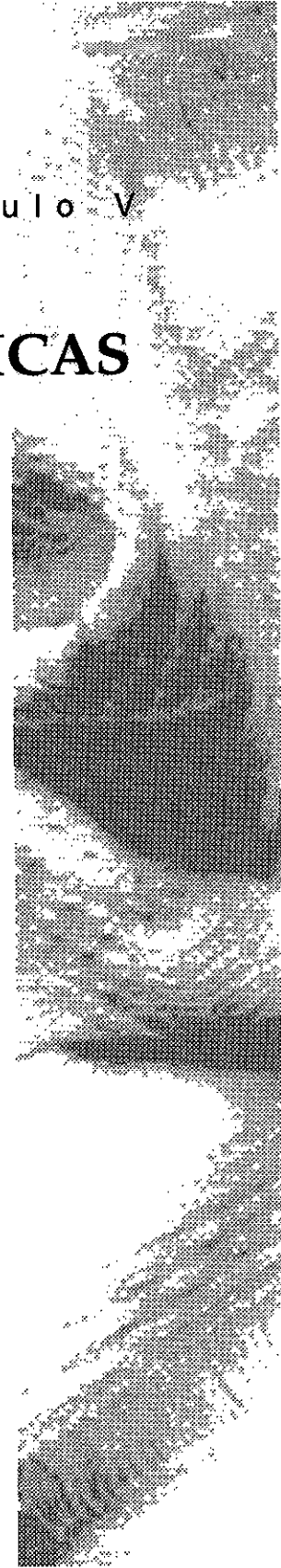
resultado que se efectúe una transacción entre una empresa y un público consumidor.

Esta serie de transacciones llevadas a cabo en mayores proporciones, a través de toda una serie de productos, así como de una mayor competencia crea lo que se denomina en mercadotecnia como mercados; mayor número de personas consumen los productos y con ellos se extienden las posibilidades de poder adquirir entre muy diversas alternativas lo que mejor convenga.

En estos puntos básicos se centran las acciones de la empresa y como ya se indicó, entre todos estos pasos es que interviene el trabajo de diseño bajo el aspecto de comunicación.

Capítulo V

P ROPUESTAS GRÁFICAS



V. PROPUESTAS GRÁFICAS

A. Planteamiento del problema

Oaxaca es un estado con un considerable número de grupos étnicos los cuales cuenta con un amplio cúmulo de conocimientos y creencias, algunas de las cuales les fueron heredadas por las culturas prehispánicas y otras más que adquirieron de la relación con otras culturas.

Estos grupos étnicos conforman pueblos caracterizados principalmente con la intención de ver preservadas sus tradiciones y costumbres a través de diversas manifestaciones artesanales. Ciertamente algunas de estas actividades surgieron posterior a la conquista, otras más, sin embargo lograron conservarse y preservarse a través del tiempo. Como ejemplo de estas manifestaciones que se conservan en la actualidad, se encuentran muy diversos trabajos como la cerámica, la alfarería, la orfebrería, trabajo en madera, en papel, y el trabajo textil, entre algunos otros.

Es precisamente esta última actividad una labor en la que se hace uso de un conocimiento aprendido y heredado; valioso para cada uno de estos grupos, además de que ésta, es una actividad que ha sobrevivido por más de cinco siglos, pese a los cambios sufridos tanto en el aspecto social, económico y tecnológico, de ahí el hecho de considerar importante a este trabajo para dar origen y desarrollo a esta serie de carteles.

En el estado de Oaxaca se cuenta con un número de por lo menos 15 etnias que practican esta actividad, las cuales realizan esta misma labor empleando técnicas diferentes de tejido, aplicando diversos símbolos y diversos materiales, con los cuales se obtiene un resultado diferente.

El aspecto que diferencia más el trabajo textil de un grupo indígena a otro, es el contraste en el tratamiento de las formas, el color y la textura. Para poder apreciar y difundir esta variedad de trabajos es que se conforma y selecciona un bloque de cinco grupos indígenas en los que

se observan esas diferencias como en los casos de los grupos Zapoteco, Tacuate, Chinanteco, Trique y Mazateco.

En el caso de los grupos Mazateco y Tacuate realizan los textiles empleando trazos sueltos y formas figurativas, mismas que tienden a ser representativas de la naturaleza; aplican flores, animales, plantas, etc.; siendo este un tipo de trabajo orgánico y natural; esto se da por el contacto que estos grupos mantienen con la naturaleza y por la asignación de los diferentes significados a estos elementos. Claro indicio de su origen prehispánico.

El grupo Chinanteco y Trique, elaboran diseños geométricos, emplean líneas quebradas, cuadrados, rectángulos, diamantes y figuras de animales y plantas muy esquemáticas. Algunos de estos trabajos se presentan complejos a decir de la cantidad de elementos que representan.

El grupo Zapoteco, es un grupo que puede presentar diseños con formas tanto naturales como geométricas. En este caso se incluyeron las formas geométricas dado que estas formas son representativas de esta cultura. A través de esta explicación y de forma general se analizan los diseños, así como las diferencias entre los trabajos de los grupos aquí seleccionados, lo que muestra la diversidad de esta actividad textil.

Agente receptor.- La representación en un cartel, de la actividad textil que es desarrollada por ciertos grupos indígenas, consigue además de promover, dentro de un grupo de clase media (que es el público al cual se tiene contemplado transmitir el mensaje); dar a conocer aspectos que están relacionados con elementos culturales, tradiciones y costumbres. En nuestro ámbito social no se conoce mucho del trabajo textil indígena; por medio de esta serie de carteles me propongo dar a conocer el trabajo textil de los grupos antes mencionados.

Ahora bien esta serie de carteles por contener un mensaje concerniente a una actividad artesanal, un quehacer humano, le asigna a esta propuesta un valor cultural y como tal, dicha propuesta puede ser comprendida por un mayor grupo receptor el cual cuenta con un antecedente de información de lo que representan los grupos indígenas en nuestra cultura.

Tal información da la posibilidad de ubicar a un público receptor tanto de clase media como de grupos de más alto nivel, mismo que además, pueden oscilar en una etapa de vida tanto joven como adulta,

sus condiciones favorecen a que comprenda y aprecie en mejor medida este tipo de información. Además dentro de esta clasificación se puede llegar a otra, aún más específica y ubicar un tipo de público que corresponda al sector turístico, mismos que se muestran interesados en conocer las costumbres de los lugares que visitan.

B. Bocetación

Toda la serie de ideas que surgen y se desarrollan en el pensamiento de un diseñador con respecto de un trabajo, no deja de ser precisamente eso, ideas, y solo hasta el momento en el que se consiguen trazar, dibujar, modificar, variar y cambiar sobre una hoja de papel se puede decir que tales ideas han comenzado un proceso de transformación o dicho desde el punto de vista del diseño, han entrado en un proceso de bocetación (materialización).

Para este trabajo se tuvieron que considerar antes ciertos elementos necesarios que ayudarían a dar inicio al proceso de bocetación; el primero de estos consistió en asignar una disposición al soporte gráfico, el segundo, en determinar el mensaje escrito a emplear a lo largo de todo el proceso de bocetación y el último estuvo en función de determinar la serie de imágenes posibles a trabajar en este mismo proceso.

Con respecto al primero se tuvo que definir el sentido o dirección del soporte gráfico para con ello situar los elementos visuales de acuerdo a este factor. Se optó por emplear el soporte en un sentido vertical; la razón es dada por la similitud que tiende a existir entre esta dirección y la verticalidad que se ajusta a la disposición del cuerpo humano, surge dentro de esta comparación relaciones de semejanza y reciprocidad.

Para el mensaje escrito se tuvo presente en hacer énfasis en lo que es la actividad textil, se buscó una frase que invitara al público a través de un mensaje breve y claro a conocer esta actividad. Teniendo en cuenta además, que el trabajo textil no es una actividad que interese en la misma medida a todo el público se buscó que el mensaje persuadiera al espectador a través de una frase agradable y cordial.

"Descubre el encanto del textil indígena de Oaxaca"

Por último se tuvo que determinar a partir de que imágenes y cuales de éstas eran representativas de esta actividad, para ello se hizo

un cuidadoso análisis de los elementos que se utilizan como parte del proceso de la actividad textil y de los cuales se obtuvieron:

- Las prendas indígenas (*Quechquemitl*)
- Las técnicas de tejido
- Las figuras prehispánicas

Primer boceto.- En el primero de estos bocetos se incluye como imagen una de las diferentes técnicas de tejido con la cual los grupos indígenas elaboran sus prendas, esta es la técnica de *sarga*. Esto evidencia únicamente la trama misma de la tela que aplican estos grupos a sus prendas.

Dentro del mensaje escrito se menciona la procedencia de esta actividad "**Descubre el encanto del textil indígena**", se tiene una idea de quienes desarrollan esta actividad: los grupos indígenas, pero no se conoce con exactitud el grupo que practica esta actividad. Con la intención precisamente de ampliar la visión al público sobre cuales son los grupos indígenas que realizan esta actividad, se hace mención del nombre del grupo indígena a través de una pleca.

Segundo boceto.- En un segundo boceto se aplicó como imagen una de las prendas que visten las mujeres pertenecientes a estos grupos indígenas; el *Quechquemitl*. Se hizo una repetición dentro del soporte del *Quechquemitl*, así como la representación de la técnica de *sarga*. Estos elementos se integraron dentro de uno solo para dar a entender que dicha prenda surge a partir de un proceso de tejido.

Tercer boceto.- En un último boceto se empleó la técnica de *sarga* dentro de la mayor parte del soporte, con ello se buscó hacer referencia únicamente a la disposición que adquieren los hilos como la base primordial del trabajo textil característico del grupo indígena al que se hace referencia.

Realizando un análisis de estos primeros bocetos se puede ver que un elemento que es trabajado en todos estos es la técnica de tejido *sarga*, su uso se hace necesario dentro del proceso de bocetación, ya que estos esquemas adquieren fuerza por el significado que les es asignado: formas que llegan a la representación del entrelazado de los hilos, y que hacen una referencia del tejido o del trabajo textil.

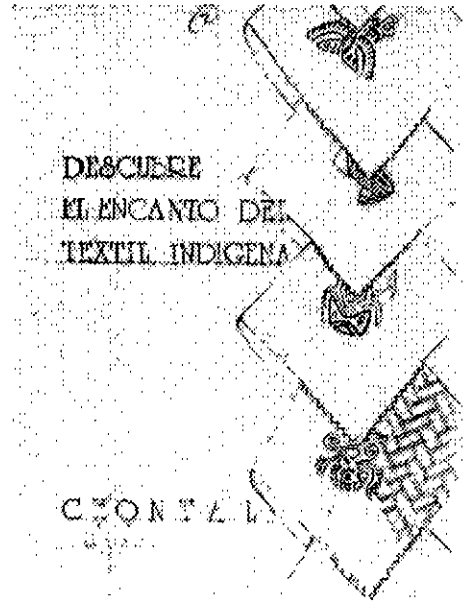
Un siguiente elemento tomado en consideración es la indicación

1. Análisis primera fase

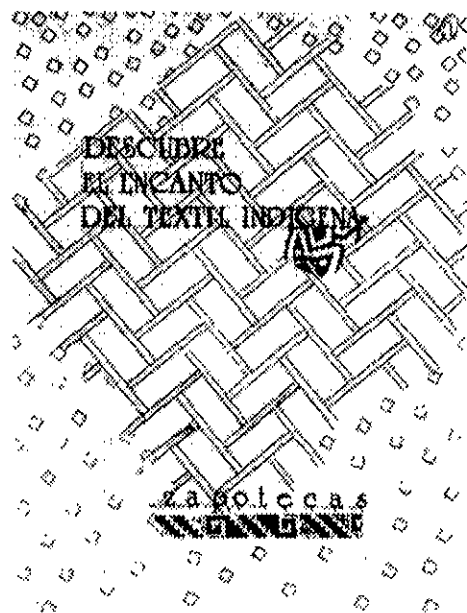
Primer boceto



Segundo boceto



Tercer boceto



del grupo indígena; con este elemento se da a entender a que grupo étnico pertenecen las imágenes y de la misma forma diferenciar a cada uno de los grupos.

Un último elemento a analizar es la prenda indígena *Quechquemitl*, en estos primeros bocetos se representa solo una de las tantas prendas que son elaboradas por estas culturas, objetivo que no logra funcionar en este trabajo ya que el aspecto principal considerado dentro de estos bocetos es el de dar una visión general del trabajo textil; con la representación del *Quechquemitl* se estaría especificando y dirigiendo la atención a una sola prenda de las múltiples que se elaboran. Para iniciar el segundo proceso de bocetación se consideraron ciertos elementos contenidos en la primera fase, se trabajaron variantes a los bocetos ya elaborados, al igual que se trabajo en esta siguiente fase, con otras diferentes imágenes.

Cuarto boceto.- En un nuevo boceto, se buscó evidenciar el aspecto textil mediante el empleo de ciertos diseños prehispánicos, en este caso se representaron algunas grecas, mismas que se tomaron de los diseños textiles. Estas grecas representan dentro de sus mismas formas la textura de un rebozo. Estas imágenes sugieren que un elemento esta contenido dentro de otro.

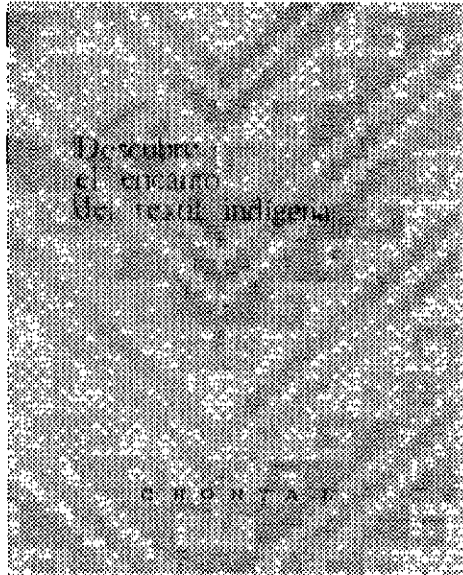
Quinto boceto.- En este boceto se incluyeron como imágenes instrumentos que emplean las tejedoras con los cuales procesan el algodón y de la que obtienen como resultado final la fibra misma, estos son el *huso* y la *jícara*. Con estas imágenes se buscó sugerir que a partir de estos instrumentos rudimentarios se desarrolla un trabajo textil en su mayor parte mediante un proceso de trabajo manual, se obtiene el elemento básico, el hilo, con el cual se desarrolla primero un tejido, después un lienzo, posteriormente una prenda; a partir de estos instrumentos base se constituye todo aquello que integra la actividad textil.

Sexto boceto.- En un siguiente boceto se utilizó como imagen, la fotografía de un rebozo, la intención aquí, fue el de visualizar plenamente el trabajo textil. Analizando la fuerza que adquiere la textura, principalmente a través de la fotografía, es que se empleó la textura del rebozo y los pliegues del mismo como elementos que ciertamente refieren o dan idea de un trabajo o actividad textil.

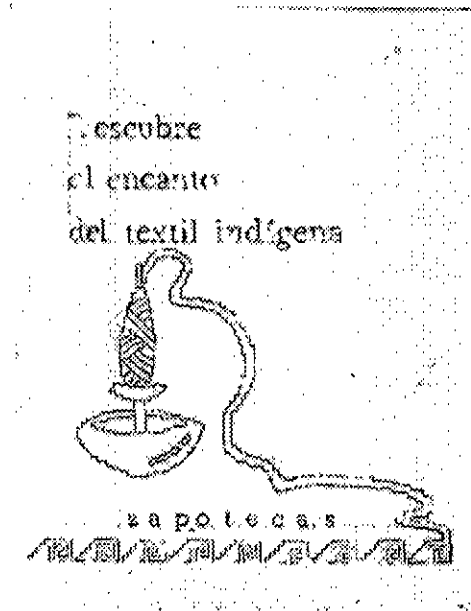
Analizando esta segunda fase de bocetación, en el primero de ellos, en el cual se representan imágenes de grecas y la textura de un

2. Análisis segunda fase

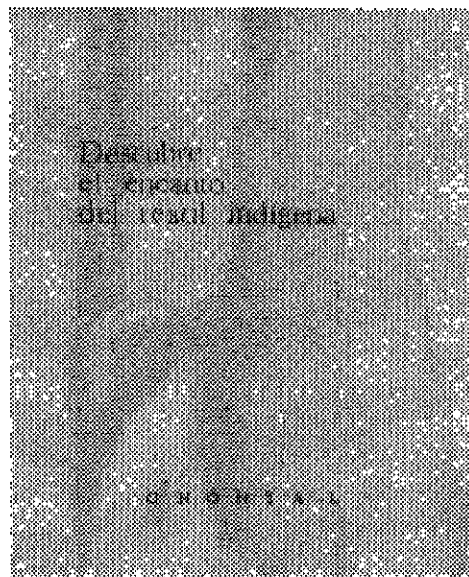
Cuarto boceto



Quinto boceto



Sexto boceto



rebozo, podemos apreciar que tales diseños o grecas son las imágenes que inmediatamente se observan por encima de la textura del rebozo. Las grecas ciertamente refieren el aspecto indígena, forman parte de un proceso de una actividad; pero desafortunadamente no es un boceto en el cual se visualice primero el trabajo textil, surge el predominio de una imagen (grecas), por encima de la imagen o idea principal, en este caso el trabajo textil.

En el segundo boceto se emplearon las imágenes de una jícara y un huso, con tales imágenes se corría el riesgo de caer en una confusión de lectura ya que estos instrumentos dentro de los bocetos no son imágenes que representen inmediatamente la actividad textil.

La fotografía del rebozo que se trabajó en un siguiente boceto logra captar la atención del receptor, la cual muestra la reproducción lo más cercanamente fiel y real al objeto.

Tipografía.- Hasta aquí se ha analizado las diferentes fases de bocetación en cuanto al contenido de las imágenes que integran los bocetos, pero existe ciertamente otro elemento de diseño que apoya el aspecto visual; éste es la tipografía.

Para la tipografía se hicieron diversas pruebas a partir de diferentes familias: La primera de ellas *Baskerville* (romana), una segunda *Goudy Sans*, (san serif) y la tercera *Brio* (caligráfica).

El trabajo textil por ser una actividad artesanal, decorativa, no necesita de una tipografía demasiado rígida, pero tampoco demasiado ornamentada. La tipografía *Goudy Sans* y la tipografía *Brio* se presentan muy ornamentadas además de que son tipos de carácter informal.

Por ello y considerando la rapidez con que en un cartel debe efectuarse la lectura del texto verbal, además de que el mensaje debe presentarse lo más claro posible, se optó por manejar la fuente tipográfica *Baskerville Bold*. Esta tipografía encuentra un equilibrio en sus trazos delgados y gruesos, asignan menos rigidez, las gracias terminales guían con mayor facilidad la vista del observador, además las serifas poco prolongadas y delgadas otorgan a esta fuente una limpieza y firmeza. Dicha fuente para el mensaje escrito, se trabajó en altas y bajas, aspecto que establece una menor seriedad o formalidad en el momento en que se establece contacto entre receptor y mensaje.

Ahora bien, hubo que pensarse en una tipografía aplicable al nombre del grupo étnico; la cual, visualmente le asignara jerarquía. Para ello se optó por manejar la fuente tipográfica *Beton Bold* (familia egipcia). Los trazos totalmente gruesos le asignan a esta letra una apariencia sólida, además de que se aprecia fuerte por el mismo trazo de línea constante e invariable, adquiere una mayor firmeza a través de las serifas rectangulares, encontrando así un soporte o base que visualmente le hacen proyectarse con peso. El tratamiento en altas dirige y presenta el nombre de cada grupo bajo un aspecto mas formal.

Corresponde ahora realizar un análisis más externo de esta tipografía para conocer así su comportamiento con respecto del plano. Tipografía que constituye el mensaje escrito. El mensaje escrito invita precisamente a conocer el trabajo textil "**Descubre el encanto del textil indígena**", este mensaje dentro del proceso de bocetación tomó diversas disposiciones o ubicaciones en el soporte físico.

En los primeros bocetos se optó trabajar el mensaje escrito dispuesto mediante un bloque a manera de texto, esta fue una disposición en la que no había mucha referencia del mensaje escrito y las imágenes que se iban empleando; no existía un elemento de similitud entre forma y tipografía que visualmente relacionara estos elementos de una manera mas gráfica.

En la segunda etapa de bocetación el tratamiento para el mensaje se dio a partir primero, de establecer un rompimiento con el bloque de texto trabajado anteriormente. Se separó el mensaje aplicando un interlineado mas abierto. Se trabajó a través de cuatro líneas, con dos palabras cada línea, además de aplicar para éstas, un desfazamiento entre ellas. Con ello se observa un intento por sugerir un cambio en su disposición, de generar un ritmo, un movimiento en el mensaje.

C. Justificación Teórica

En esta solución final se plantean como propuestas dos alternativas; dichas alternativas se trabajan con los mismos elementos teniendo como resultado que la variante principal de éstos corresponda a una diferente disposición de la imagen y a un ajuste de la tipografía con respecto de ésta. Cabe aclarar que esta justificación en general se aplica a las dos alternativas y funciona para la justificación del concepto, formato, diagramación, formas, tipografía, elementos visuales (dirección y equilibrio) y color.

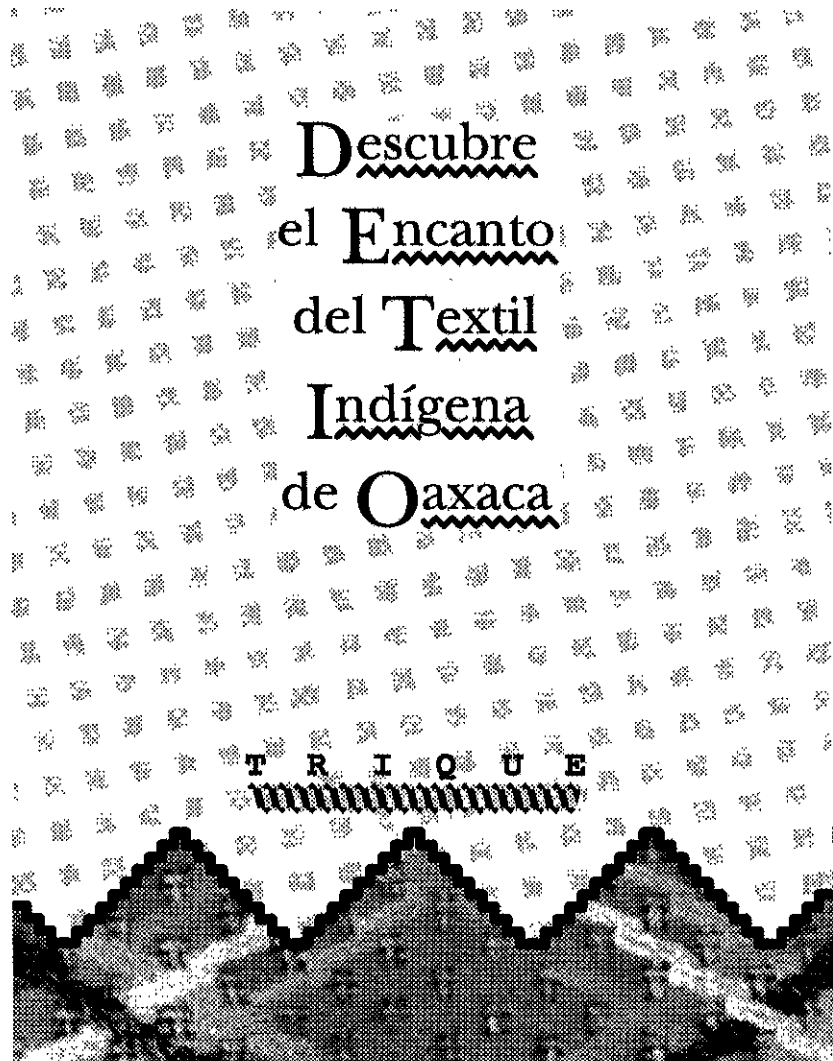
Primer Propuesta



En estas dos propuestas de cartel se presenta el trabajo textil, a partir de lo que en esta actividad se conocen como *técnicas de tejido*. En el caso del cartel Trique, la técnica que se emplea es la técnica de *esterilla*. En una parte se muestra dicha técnica y en la otra se muestra la fotografía, se presenta tanto el trabajo de tejido que es la parte inicial y la prenda que constituye el trabajo final. Del tejido se origina lo que da como resultado la prenda.

Concepto

Segunda Propuesta



Formato

Anteriormente se señaló la posición a trabajar del formato. Pero resultar conveniente, también citar las características físicas de éste. El tamaño de la serie de estos carteles es de 43 x 56 cm. Tomando en cuenta que estos carteles abarcan totalmente el plano y que para impresión es necesario dejar un margen para el rebase de color, las medidas aumentan para los cortes a un tamaño de 44 x 57 cm.

La medida definitiva 43 x 56 cm se determina a partir de uno de los formatos de papel nacional couché, la cual es de 61 x 90. Tamaño con la cual se obtienen dos pliegos para impresión.

Para conformar las propuestas finales se comenzó por adecuar y determinar la distribución final de los espacios del soporte físico, de la retícula. En la división de la superficie se empleó el sistema de sección áurea; a través de este método, se estableció una reducción de espacios en campos más pequeños pero proporcionados.

Se comenzó por dividir: 43 (medida horizontal del soporte) entre 1.618 con lo que se obtuvo la cifra de 26.6. Consecutivamente se fueron dividiendo los resultados obtenidos entre el número de oro 1.618. De la misma manera se procedió para la medida vertical 56 entre 1.618= 34.61

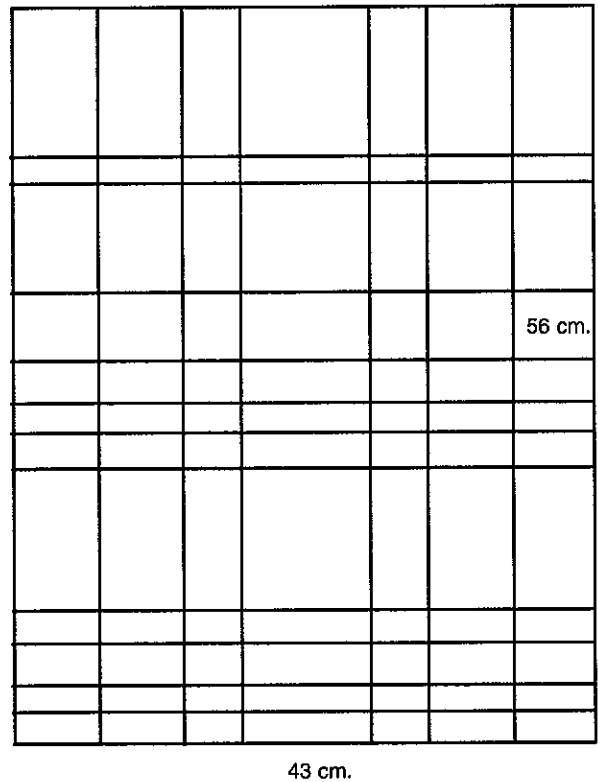
A través del análisis anteriormente presentado se determinaron los elementos más representativos de la actividad textil; en este caso fueron los recursos de la fotografía y la textura de la técnica de tejido, (en la posterior presentación de la serie completa de carteles se emplea una diferente técnica para cada grupo indígena).

La textura se comprende ciertamente como una imagen en la que se visualiza la manera en que se entrelazan los hilos, la manera en que se tejen; con estas imágenes se evidencia el proceso inicial que constituye el trabajo textil. Es necesario hacer indicar que la textura se trabajó a manera de sello de agua, esto con el objetivo de que esta imagen y la fotografía no compitieran tan pronunciadamente dentro del soporte.

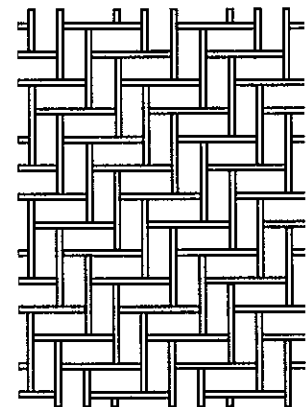
Además de esto la textura se trabajó a partir de una posición inclinada, ya que las líneas verticales y horizontales dentro de su construcción visualmente proyectan la textura demasiado rígida. Considerando este aspecto, se le dio cierto movimiento a esa textura, haciéndola girar aproximadamente diez grados, consiguiendo así representarla más dinámica.

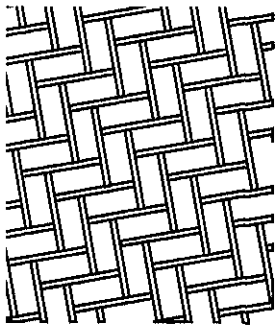
También se puede observar, que existe un elemento rítmico dentro de su representación, ya que en el momento en que se entretejen los hilos, estos van adquiriendo una disposición unos encima de otros, se entiende que los hilos suben y bajan, pasan por encima y por atrás; es

Diagramación



Formas





un concepto que fácilmente se puede comprender y el cual se tomó en consideración para la construcción subsecuente del mensaje escrito.

Las técnicas que emplean cada grupo son:

Grupo Chinanteco, técnica de *gasa*.

Grupo Mazateco, técnica de *enlazado*.

Grupo Tacuate, técnica de *sarga*.

Grupo Zapoteco, técnica de *bordado*.

Como un segundo elemento gráfico empleado en el cartel esta, la fotografía del trabajo textil. Como contraparte de la textura, la fotografía muestra una prenda terminada, representa el trabajo final que como consecuencia se obtuvo del tejido de los hilos. Para su elección se consideró el que la prenda mostrara una variedad de símbolos representativos para cada uno de los grupos y así conseguir que el público pudiese apreciar mejor el trabajo global de la actividad textil.

Un siguiente elemento trabajado en el cartel es la figura triangular, dicha figura se empleó para establecer una integración de la textura y la fotografía, con el fin también de que el resultado visualmente se proyectará agradable. El tratamiento de los bordes de esta figura esta trabajado y representado en lo que se conoce dentro de esta actividad textil como ribetes o formas dentadas, terminaciones con las que precisamente muchos grupos elaboran sus decorados. La disposición de esta figura en forma escalonada en sí misma proyecta ritmo, es dinámica por la cambiante dirección que proyectan sus trazos; trazos que además son constantes. La dirección de estos trazos van de un extremo izquierdo a un extremo derecho, marcan precisamente un ritmo.

Tipografía

Ahora bien la integración de la tipografía con las imágenes se establece de la siguiente manera. Se trabaja la tipografía del mensaje en altas y bajas teniendo así como resultado:

Descubre Encanto Textil Indígena Oaxaca

A la tipografía trabajada en bajas se le ubica por encima de la línea de base, logrando así visualizar un aspecto rítmico. Otro elemento que se integra a este mensaje escrito es la figura de una línea quebrada misma que se relaciona con la figura triangular anteriormente men-

cionada. Además esta línea encuentra justificación, por el hecho de que sirve como línea de base o de apoyo a la tipografía en bajas.

Un último elemento representado en esta propuesta es la indicación del grupo indígena. Se trabajó el nombre del grupo indígena en una disposición horizontal y con una separación mas abierta entre cada uno de los tipos, de esta manera se obtuvo como resultado que visualmente el nombre del grupo se proyectara como un elemento distintivo, manteniendo una considerable separación visual entre éste y el mensaje principal.

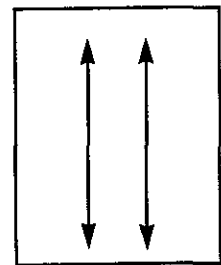
La pleca que se observa debajo del nombre únicamente representa parte del decorado que estos grupos aplican a los textiles También se buscó que el tratamiento de éste, se presentara bajo un aspecto sutil, pero que al mismo tiempo se visualizara firme

Dirección (primer alternativa).- Existe una cierta orientación de los elementos, y en la que se efectúa una lectura a partir del extremo derecho (fotografía del textil), para continuar en el extremo izquierdo (mensaje escrito). Se percibe así una reciprocidad en la disposición de estos elementos.

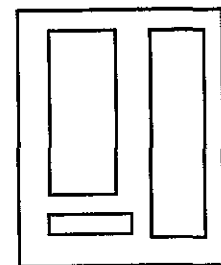
Equilibrio (primer alternativa).- Se puede observar una distribución de los elementos a través de todo el soporte, tanto al extremo izquierdo como al extremo derecho. En un extremo tenemos la fotografía, e igualmente pero en un extremo opuesto encontramos la tipografía, con lo cual podemos encontrar un equilibrio.

Dirección (segunda alternativa).- Dentro de esta propuesta se establece una disposición de la tipografía en un eje vertical-central en contraposición de la ubicación de la imagen (fotografía), la cual toma un sentido horizontal-inferior; con ello se establece así una dirección que parte de la parte central- superior a la parte horizontal-inferior.

Equilibrio.- (segunda alternativa).- Se observa una colocación de los elementos totalmente centrada; los elementos verticales (tipografía) encuentran un punto estable a través de la disposición horizontal de la fotografía.

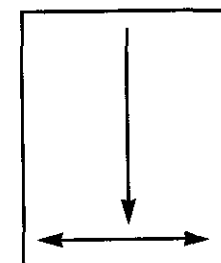


Dirección
Primer alternativa

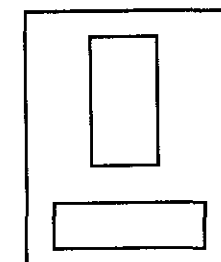


Equilibrio
Primer alternativa

Elementos visuales



Dirección
Segunda alternativa



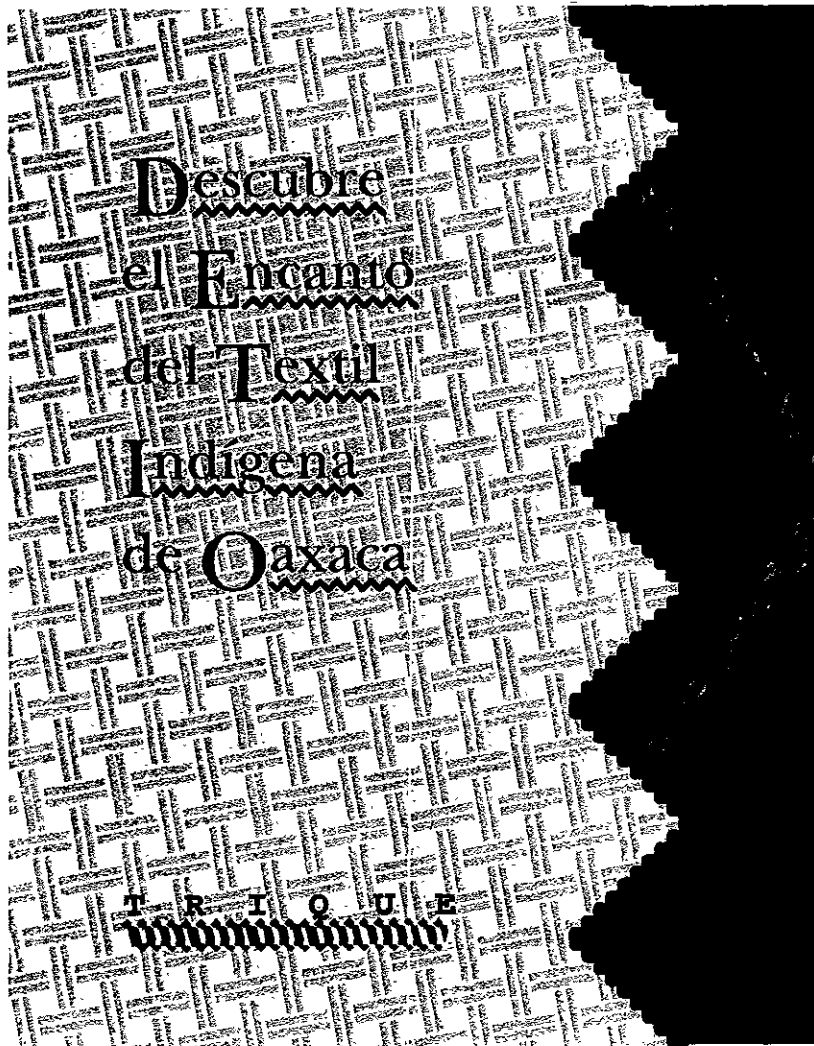
Equilibrio
Segunda alternativa

Color

Primer boceto.- En cuanto a la consideración del color, en un primer boceto se aplicó para la técnica de tejido un color amarillo claro, sobre un fondo blanco; el color amarillo se aplicó considerando que es de la fibra de *ixtle*, (la cual se obtiene del maguey) con la cual las antiguas culturas elaboraban sus prendas. Para la tipografía y la figura triangular se empleó un color púrpura, con la finalidad de que ambos elementos se lograrán percibir y visualizar a cierta distancia. Además es importante destacar que este es uno de los tres colores más importantes para la actividad textil de Oaxaca.



Segundo boceto.- En un segundo boceto tanto el fondo como la técnica de tejido se trabajaron en color gris, el fondo se trabajó en un tono más claro que el tono de la técnica de tejido, se emplearon estos colores para establecer una representación neutra y con ello conseguir que imágenes y fotografía se relacionaran en mayor medida.



Tercer boceto.- En un último boceto se aplicaron los mismos colores que en el primero de éstos, con la diferencia únicamente de que el color del fondo del soporte, se cambió por un color gris claro, color que dio mayor uniformidad al color amarillo claro de la textura y el color de la fotografía, a través de este color se lograron integrar más estos elementos estableciendo un tono más neutro del fondo. De la misma manera se siguió empleando un color violeta para la tipografía y la figura triangular. Al presentarse estos bocetos se puede apreciar que se consigue una mejor relación del concepto, de las formas, de la tipografía y el color, en éste último. En esta propuesta, el color amarillo de la fibra, el púrpura y el gris (con el que se consigue dar neutralidad y uniformidad al diseño del cartel), establecen una mayor asociación de los elementos icónicos, con el elemento cromático.



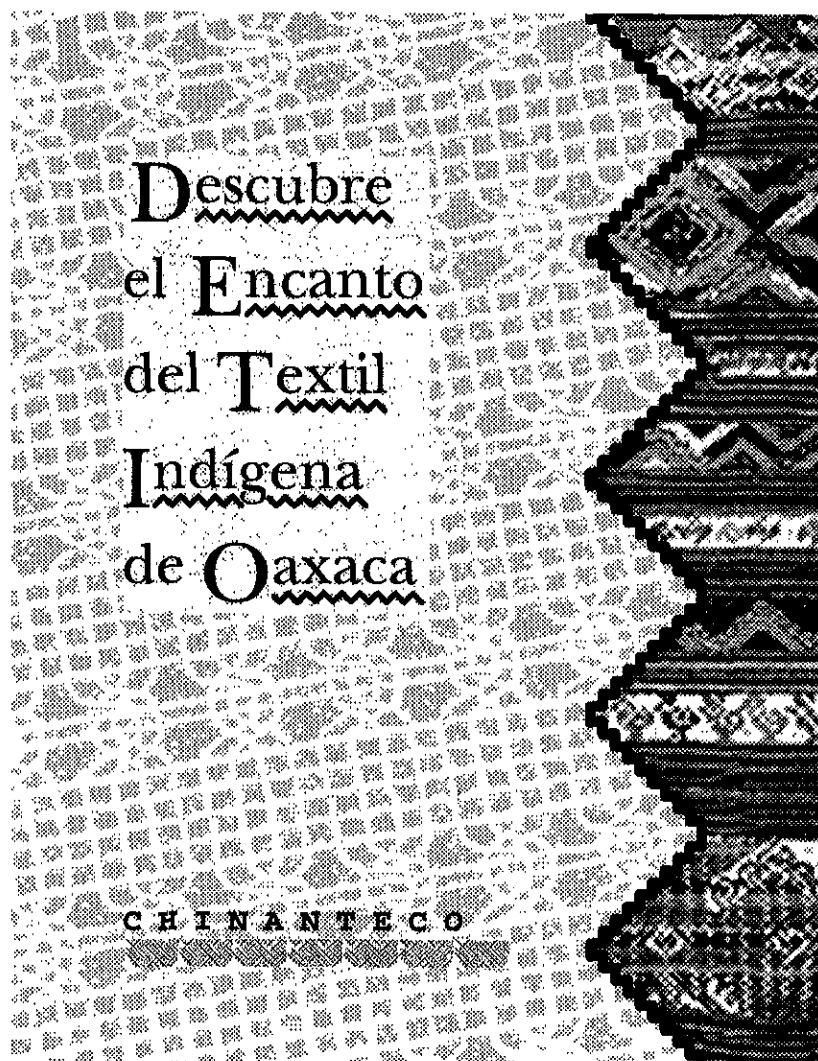
Cartel Trique (Página anterior)
Primer Propuesta

Cartel Trique
Segunda Propuesta



Cartel Chinanteco

Primer Propuesta



Cartel Chinanteco

Segunda propuesta



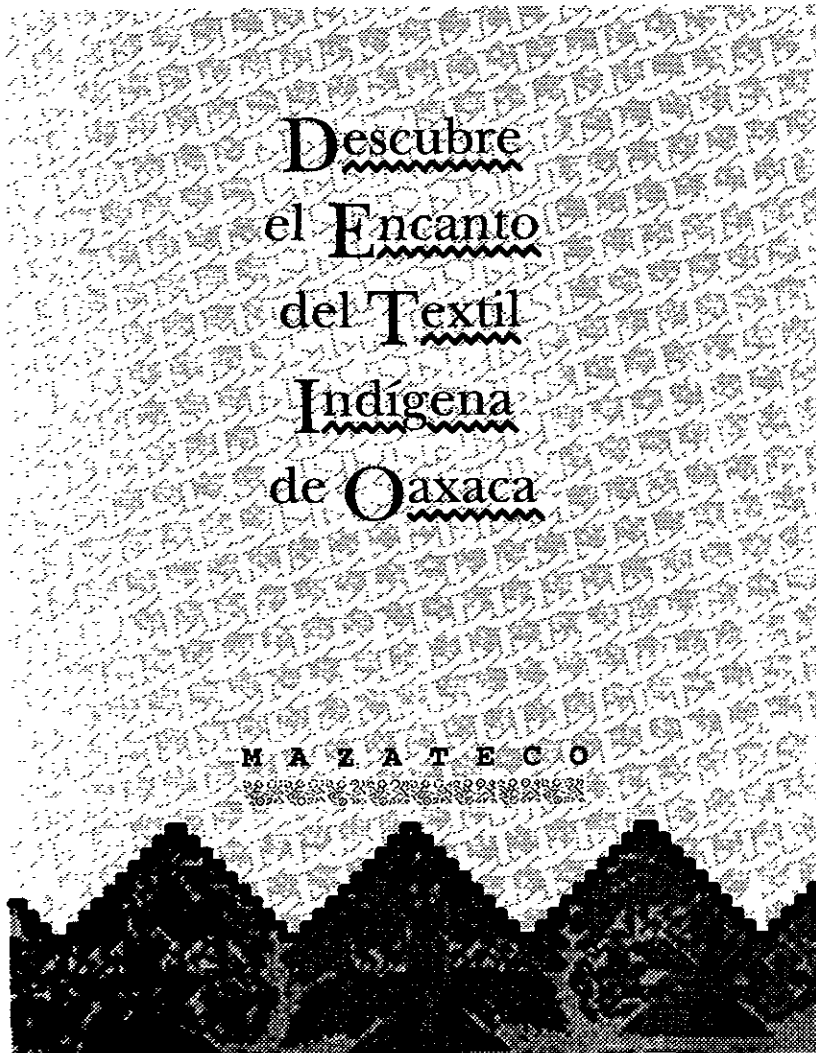
Cartel Mazateco

Primer Propuesta



Cartel Mazateco

Segunda Propuesta



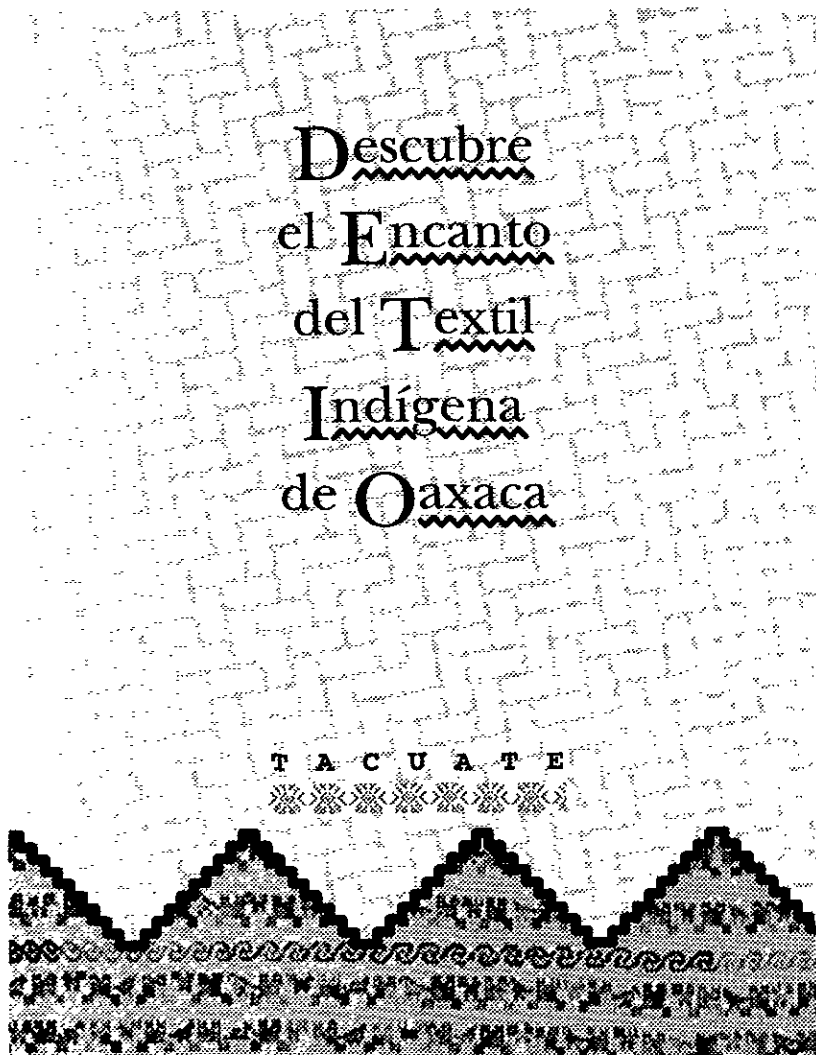
Cartel Tacuate

Primer Propuesta



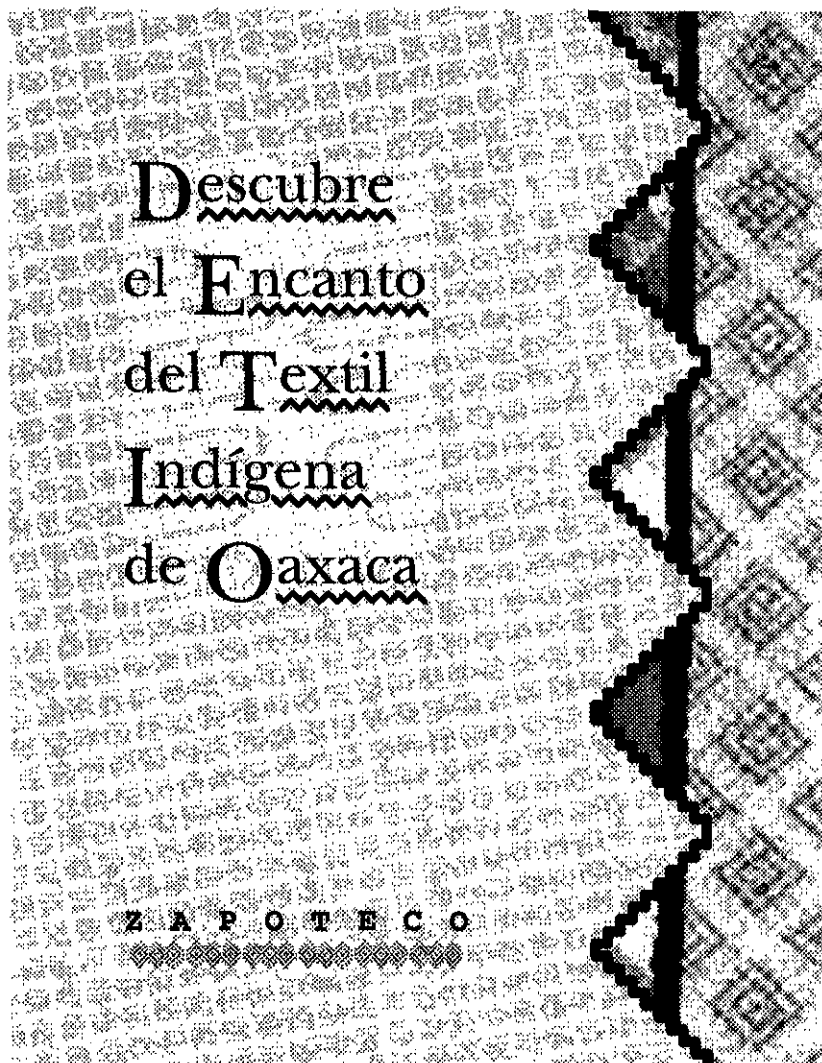
Cartel Tacuate

Segunda Propuesta



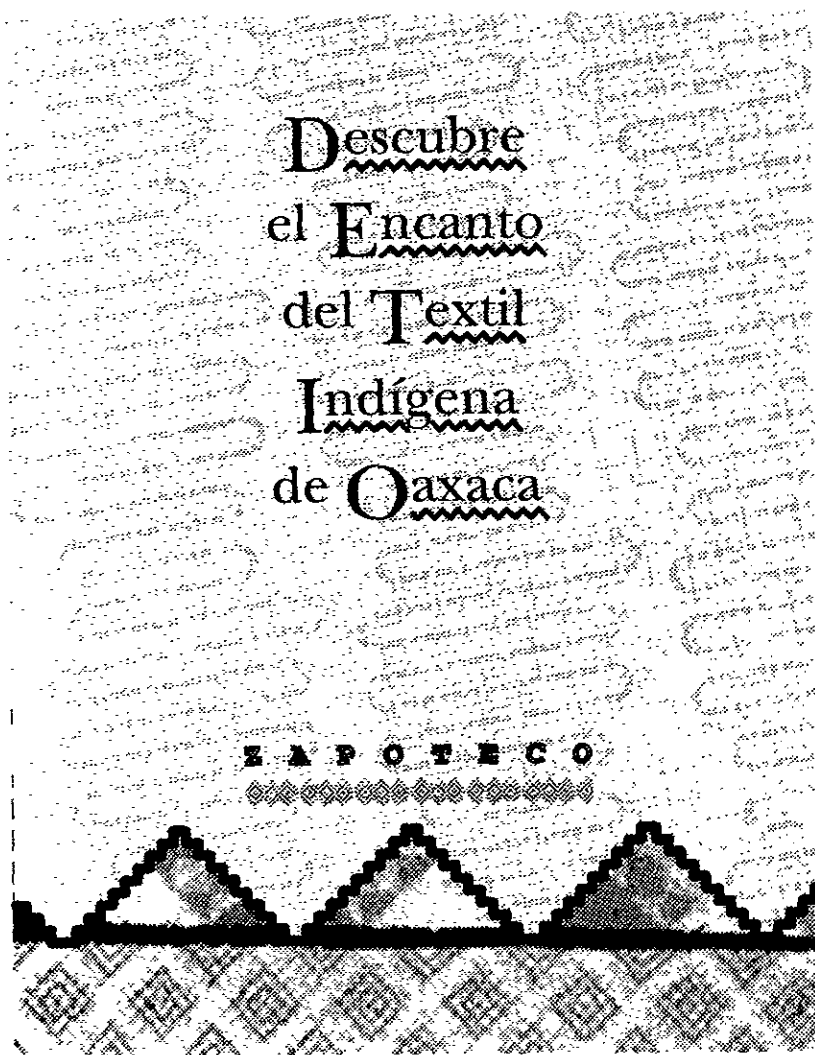
Cartel Zapoteco

Primer Propuesta

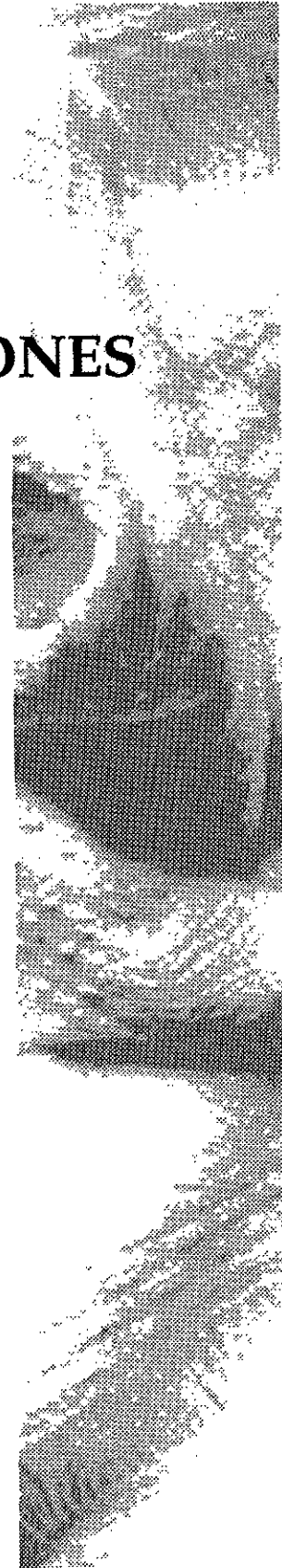


Cartel Zapoteco

Segunda Propuesta



C ONCLUSIONES



CONCLUSIONES

.....

Llegar a la solución de esta serie de carteles implicó antes que nada iniciar un análisis de los elementos o parámetros de diseño, se tuvo que partir desde conocer el concepto de Diseño Gráfico, lineamientos de diseño, los elementos básicos para la composición de un cartel hasta llegar a conocer las áreas de aplicación, todo esto con el objetivo de conocer de donde parte nuestro trabajo, donde se origina, como se crea y hacia donde se dirige.

Se tuvo que analizar los elementos con que se trabaja en el proceso de diseño en general, entre los que podemos encontrar los elementos de concepto, (idea o mensaje), la forma, la estructura y la función. Posteriormente se pudo analizar que estos elementos se adecuan, se aplican y desglosan a la solución de un cartel de la siguiente manera: a partir del desarrollo de un concepto, de la elección de un soporte (formato), de la formalización de un sistema de composición, así como de la selección de una forma, de la tipografía, del color, de la técnica y de los sistemas de impresión. Existe una obvia vinculación entre los elementos generales del diseño y los elementos básicos del cartel; a partir de los primeros se derivan los subsecuentes.

Sin embargo para que todo esto fuera posible tuvo que darse un largo proceso de trabajo a través de la historia y desarrollo no únicamente del cartel sino del Diseño Gráfico. A través del tiempo el cartel va adquiriendo mayor formalidad, va adquiriendo un carácter gráfico más sintáctico, en contraste con el cartel de finales del siglo XIX que se presenta muy decorativo propio del Art Nouveau. Con el paso del tiempo el cartel se va observando precisamente ya no como un elemento decorativo si no como un soporte primordial de la comunicación.

Tanto corrientes, escuelas y artistas de finales del siglo pasado y principios de éste son los que van a aportar diversos conocimientos y estudios que contribuyen y asignan al cartel nuevos elementos de configuración, así podemos ver que el trabajo de cartel, presenta nuevas propuestas de representación, aplicando al mismo, formas más

geométricas, diferentes tratamientos de tipografía, diferentes propuestas en el empleo de espacios y diversas aplicaciones de color. Conociendo esto podemos, ver como es que el cartel se comportó en sus orígenes como parte integrante del diseño gráfico.

Ahora bien para dar desarrollo y creación a un cartel también se hizo necesario e indispensable tener un marco de referencia que diera la posibilidad de conocer el tema a desarrollar, para ello se tuvo que determinar el mensaje que se pretendía transmitir y en base a éste obtener una serie de informaciones.

Siendo que el tema de este trabajo correspondía al trabajo textil indígena de Oaxaca se indagaron precisamente diversos aspectos de esta actividad, presentando como resultado que: el estado cuenta con un número de quince grupos étnicos que desarrollan esta actividad, dato que dio la posibilidad de enriquecer este trabajo mediante la elaboración de una serie de cinco carteles. Igualmente se conoció sobre los diversos trabajos de la actividad textil, técnicas de tejido que se han empleado a lo largo de su historia, los utensilios de tipo rudimentarios que continúan aún vigentes, tipo de colorantes más empleados, así como los diseños aplicados a su trabajo.

Por último se analizaron las pautas de la comunicación, las cuales son: emisor, codificación, mensaje, medio, decodificación, receptor, respuesta, retroalimentación y ruido. Mismos que se integran a este proceso bajo las siguientes premisas: identificación del público meta (receptor), respuesta deseada, elección del mensaje, medios de comunicación, fuente del mensaje, retroalimentación. En ellos gira principalmente el analizar la acción del receptor y el diseñador como partes fundamentales de la comunicación.

Además se analiza también la actitud del diseñador y la empresa, misma que pasa a ser una usuaria del diseño. Ambos estudian y observan el comportamiento de quienes van a recibir los mensajes, en este caso el público del sector turístico. De ahí el hecho de analizar estos factores, los cuales ayudan al diseñador a poder delimitar en una mejor medida las características socioculturales de los receptores, y a los cuales se pretende lleguen los mensajes visuales (en el caso del diseño) y los productos o mensajes (en el caso de la empresa).

Con todos estos aspectos tanto del diseño como del trabajo textil se obtuvo dentro de esta serie de carteles un resultado sintáctico; se presentan un mínimo de elementos; mismos que son representativos de

esta actividad y que también puede reconocer el espectador. Las formas refieren a esta actividad a través del empleo de la textura visual; la tipografía establece una relación con esas formas al emplear un aspecto rítmico en su estructura, al mismo tiempo que nos habla del trabajo de un grupo indígena; se establece así también, una asociación con todos los demás elementos, a través del empleo de los colores amarillo y púrpura.

Debo mencionar que uno de los objetivos planteados, fue precisamente presentar al cartel como un recurso que pudiera promover la actividad textil indígena; el cartel en este caso funciona como vía de acceso al conocimiento y legado de estas culturas prehispánicas. Se tiene así que los resultados obtenidos de toda la investigación, así como de la realización de los carteles, además de agregar nueva información y sustentar mi formación como diseñadora gráfica; me dieron la posibilidad de incursionar en un área desconocida en su mayoría por mí, me refiero al trabajo textil y que a través de la integración tanto de unos elementos (de diseño), como de otros (actividad textil), se logró cubrir esa necesidad de difusión del textil indígena de Oaxaca.

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS



INDÍCE DE FOTOGRAFÍAS

.....

Carteles Chinanteco

Fotografía Chinanteca
Sayer Chloe
Edt. Lisboa. Madrid
Lámina 86

Carteles Mazateco

Fotografía Mazateca
Sayer Chloe
Edt. Lisboa. Madrid
Lámina 12

Carteles Tacuate

Fotografía Tacuate
Sayer Chloe
Edt. Lisboa. Madrid
Lámina 78 b

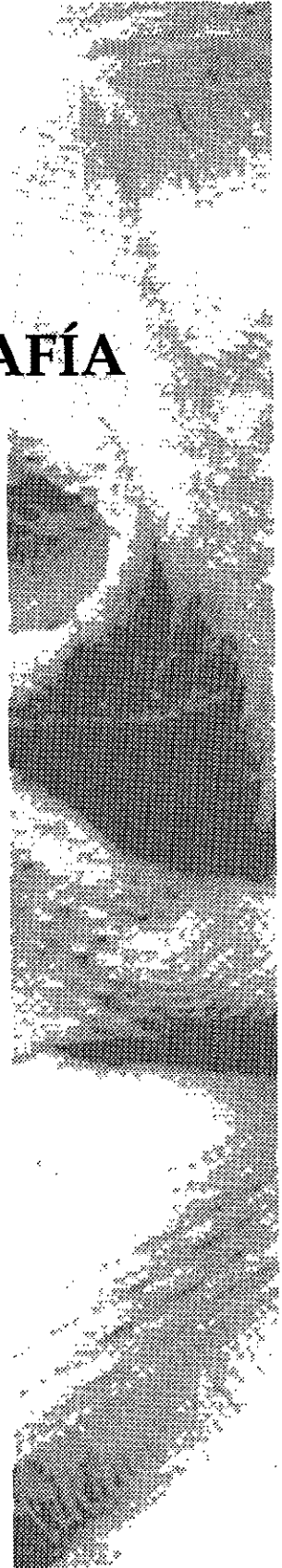
Carteles Trique

Fotografía:
Angélica Toledo Tirado
Textil Perteneiente a:
La Maestra Leticia Arroyo

Carteles Zapoteco

Fotografía Zapoteca
Sayer Chloe
Edt. Lisboa. Madrid
Lámina 74 b

BIBLIOGRAFÍA



BIBLIOGRAFÍA

BANN, David
Como Corregir Pruebas en Color
Edt. Gustavo Gili. México. 1992. pp. 143

BARNICOAT, Joan.
Los Carteles: su Historia y su Lenguaje.
Edt. Gustavo Gili. Barcelona. 1972. pp. 280

BARONI, Danielle
Diseño Gráfico
6a. ed. Edt. Folio. Barcelona. pp. 255

BEAUMONT, Michel
Tipo y Color
Edt. Hermann Blumen. España. 1988. pp. 144

BELTRÁN Y CRUCES, Raúl Ernesto
Publicidad en Medios Impresos
Edt. Trillas. México. 1984. pp. 170

BRIDGEWATER, Peter
Introducción al Diseño Gráfico
Edt. Trillas. México. 1987. pp. 128

COSTA, Joan / Moles Abraham
Imagen Didáctica
Edt. CEAC. Barcelona. 1991. pp. 272

COSTA, Joan
Imagen Global: Evolución del Diseño de Identidad
Edt. CEAC. Barcelona. 1987. pp. 260

COYLER, Martín
Como Encargar Ilustraciones
Edt. Gustavo Gili. Barcelona. 1990. pp. 147

DE LA TORRE, Francisco
Arte Popular Mexicano
Edt. Trillas. México. 1994. pp. 142

DEL CAMPO, Salustiano.
Diccionario de las Ciencias Sociales
Instituto de Estudios Políticos
Madrid. 1975. pp. 1186

DONDIS, Doris A.
La Sintaxis de la Imagen:
Introducción al Alfabeto Visual
8a. ed. Edt. Gustavo Gili. Barcelona. 1990. pp. 211

ENCICLOPEDIA Universal Ilustrada:
Europeo-Americana.
Tomo XV. Edt. España-Calpe. Madrid. 1973
pp. 1519

FÉLIX Romandía, Cristina.
El Cartel Cinematográfico Mexicano
Cineteca Nacional. 1987. pp. 91

GILLAM, Scott, Roberto
Fundamentos del Diseño
Edt. Víctor Lerú. Buenos Aires. 1959. pp. 195

GONZÁLEZ, Alvaro
Etnias, Desarrollo y Tecnologías en Oaxaca
Edt. CIESAS. México. 1992. pp. 312

GONZÁLEZ Matute, Laura
30-30 Órgano de los Pintores de México
"Revista de la ENAP"
Trimestral. México. Mar-May. 1991
Vol. III. No. 12. pp. 143

GUBERN, Román
La Mirada Opulenta:
Exploración de la Iconosfera Contemporánea
2a. ed. Edt. Gustavo Gili. Barcelona. 1992. pp. 418

JOHNSON, Irmgard Weitlaner
Design, Motifs on Mexican Indian Textiles I
Akademische Druck. Austria. 1976. pp. 78

JOHNSON, Irmgard Weitlaner
Design, Motifs on Mexican Indian Textiles II
Akademische Druck. Austria. 1976. Láminas 195

JOHNSON, Irmgard Weitlaner
"Hilado y Tejido"
Esplendor del México Antiguo I Vol.
2a. ed. Centro de Investigaciones Antropológicas de
México. 1976. pp. 686

JOHNSON, Irmgard Weitlaner
Los textiles de la Cueva de la Candelaria, Coahuila
INAH. SEP. México. 1977. pp. 195

KLEPPNER, Otto
Publicidad
9a, ed. Edt. Prentice-hall Hispanoamérica
México. 1988. pp. 706

KOTLER, Phillip
Fundamentos de Mercadotecnia
2a. ed. Edt. Prentice-hall Hispanoamérica
México. 1992. pp. 654

LÓPEZ Austin, Alfredo
Cuadernos de Difusión Templo Mayor
INAH. México. 1989

MAGIA DE LOS HILOS, La:
Arte y Tradición en el Textil de Veracruz.
Universidad de Veracruz, Jalapa. México. 1995. pp. 147

MAPELLI, Mozzi Carlota
El Traje Indígena en México I
Instituto Nacional de Antropología e Historia /
Secretaría de Educación Pública. México. 1965

MARTÍN, Euniciano
La Composición en las Artes Gráficas I
8a. ed. Edt. Don Bosco. Barcelona. 1980. pp. 599

MARTÍN, Euniciano
La Composición en las Artes Gráficas II
7a. ed. Edt. Don Bosco. Barcelona. 1980. pp. 493

- MARTÍN, Euniciano.
Diccionario Enciclopédico de las Artes e
Industrias Gráficas
Edt. Don Bosco. Barcelona. 1981. pp. 651
- MASTACHE, De Escobar Alba Guadalupe
Técnicas Prehispánicas de Tejido
Instituto Nacional de Antropología e Historia. México.
1971. pp. 142
- MEDINA, Cuauhtémoc
Diseño Antes del Diseño
Museo Carrillo Gil. México. 1991. pp. 121
- MEGGS, Phillip B.
Historia del Diseño Gráfico
Edt. Trillas. México. 1991. pp. 562
- MIRABELL, Lorena/Sánchez Martínez Fernando
Materiales arqueológicos de origen prehispánico: textiles
INAH. México. 1986. pp. 94
- MOMPRADE, Electra L. / Gutiérrez Tonatiúh
Historia General del Arte Mexicano:
Indumentaria Tradicional
Edt. Hermes. España. 1976. pp. 251
- MULLER, Brockman
Sistemas de Retículas: Un Manual para
Diseñadores Gráficos
Edt. Gustavo Gili. Barcelona. 1982. pp. 179
- MURRAY, Ray
Manual de Técnicas
Edt. Gustavo Gili. Barcelona. 1980. pp. 199
- ORTIZ, Georgina
El Significado de los Colores
Edt. Trillas. México. 1992. pp. 279
- PRIMERA Bienal Internacional del Cartel en México 1990
Consejo Nacional Para la Cultura y las Artes
Edt. Trama visual. México. 1991. pp. 189

QUARANTE, Danielle
Diseño industrial I: Elementos introductorios
Edt. CEAC. Barcelona. 1992. pp. 280

RAWSON, Philip
Diseño.
Edt. NEREA. España. 1990. pp. 349

SATUÉ, Enric
El Diseño Gráfico: Desde los Orígenes Hasta
Nuestros Días
Edt. Alianza. Madrid. 1988. pp. 500

SAYER, Chloe
Diseños Mexicanos: Arte y Decoración
Edt. Libsa. Madrid. 1990. pp. 159

SEGUNDA Bienal Internacional del Cartel en México 1992
Consejo Nacional Para la Cultura y las Artes
Edt. Trama visual. México. 1992. pp. 153

SMITH, Ray
El Manual del Artista
Edt. H. Blume. España. 1991, pp. 352

SNAPE, Sarah
Haga Ud. Mismo su Diseño Gráfico
Edt. Blume. Madrid. 1985. pp. 156

SWANN, Alan
Bases del Diseño Gráfico
Edt. Gustavo Gili. Barcelona. 1990. pp. 144

TEJEDORA de vida, La
Colección de Trajes Mexicanos de Banca Serfín
México. 1987. pp. 255

TOSTO, Pablo
La Composición Áurea en las Artes Plásticas
Edt. HACHETE. Buenos Aires. 1958. pp. 315

TOVAR Llorente, Antonio
Diccionario Durván de la Lengua Española
Edt. Bilbao. España. 1985. pp. 1668

TUBAU, Iván
Dibujando Carteles
Edt. CEAC. 4a. de. Barcelona. 1979. pp. 136

TUROK, Marta
Xiuhquilitl, Nocheztli y Tixinda:
Tintes Espectaculares del México Antiguo
"Arqueología Mexicana"
Bimestral. Edt. Raíces. México. Ene-Feb. 1996
Vol. III. No. 17. pp. 76

VICENTE Rojo: Cuarenta Años de Diseño Gráfico
Trama Visual
Edt. Era. México. 1990. pp. 78

VARLEY, Helen
El Gran Libro del Color
Edt. Blume. Barcelona. 1982. pp. 256

WONG, Wucius
Fundamentos del Diseño Bi y Tridimensional
Edt. Gustavo Gili. Barcelona. 1979. pp. 204