

15
2e j

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

"Ilustración de carteles para la Dirección General de Fomento Editorial / UNAM"

Tesis que para obtener el título de:

Licenciado en Diseño Gráfico

Presenta:

Fernando Cardoso Martínez



Director de tesis: Mtro. Jorge Alberto Novelo Sánchez

México, D. F. MCMXCVIII

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

260311



BENEF. ESTADIA
PARA LA INVESTIGACION
ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLASTICAS
XOCMILCO D.F.



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.



coordinación de humanidades
dirección general de fomento editorial



Dirección General de Publicaciones
y Fomento Editorial

Of. Núm. 088/DCPE/97

A quien corresponda:

Se hace constar que el diseñador gráfico Fernando Cardoso Martínez elaboró durante 1996 una serie de once originales de carteles que se mencionan abajo destinados al fomento a la lectura y a la promoción de la imagen institucional de esta dependencia, los que se imprimieron para distribuirse en los distintos planteles y dependencias pertenecientes de la Universidad Nacional Autónoma de México, así como en la X Feria Internacional del Libro de Guadalajara y en la XVIII Feria Internacional del Libro en Minería. Asimismo, se incluyeron de forma alternada en la Gaceta UNAM.

Leyendas distintivas de los carteles:

- Jornadas en torno al libro 1996
- La curiosidad educó al gato
- Leer es poder
- ¿También lees para pensar?
- Escucha la voz del libro
- Leer es imaginar
- La lectura es aventura
- Alas de cultura
- Navega por el horizonte de la lectura
- Atrévete a leer lo inmortal
- Que florezca en ti la cultura

Se extiende la presente a petición del interesado y para los fines legales que a él convengan.

ATENTAMENTE

POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU

Ciudad Universitaria, D.F., a 12 de marzo de 1997

Lic. Elsa Botello López

Jefa del Departamento de Comunicación y Producción Editorial



DEDICATORIAS

A Dios.

A mis abuelos paternos:

Alfonso Cardoso Rosales y María Celsa Gómez Nuñez, cuyo espíritu sobrevive por la añoranza de su familia, y cuyos nombres serán siempre recordados y enaltecidos.

A mis abuelos maternos:

Melesio Martínez Montiel y Herminia Córdova Ibarra, de quienes agradezco su cariño, su fe y tesón para la vida, porque sin ellos, ni yo, ni otras personas, a las que tanto quiero, estaríamos aquí.

A mis siempre queridos padres:

Alfonso Cardoso Gómez y María Magdalena Martínez Córdova, de quienes además de la vida, agradezco su amor, sus enseñanzas y comprensión; siempre en mi corazón.

A mis hermanos:

Jorge Iván y Víctor Cardoso Martínez, quienes con su fuerza, astucia y tenacidad me han protegido, guiado e inspirado a lo largo de mi vida; siempre juntos.

A mi maestro y amigo:

Jorge Alberto Novelo Sánchez, quien ha sido un guía para mí; cuyas enseñanzas son de lo más preciado, y cuya inspiración forma parte de las más fuertes columnas en las que he podido apoyarme.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	I
-------------------	---

CAPÍTULO I. ILUSTRACIÓN Y CARTEL

1.1.- CONCEPTO DE ILUSTRACIÓN.....	1
1.1.1.- BREVE HISTORIA DE LA ILUSTRACIÓN.....	4
1.1.2.- TÉCNICAS Y TIPOS DE ILUSTRACIÓN.....	7
1.2.- CONCEPTO DE CARTEL.....	10
1.2.1.- BREVE HISTORIA DEL CARTEL.....	12
1.2.2.- GÉNEROS DEL CARTEL.....	15

CAPÍTULO II. LA DIRECCIÓN GENERAL DE FOMENTO EDITORIAL / UNAM

2.1.- ANTECEDENTES.....	17
2.1.1.- OBJETIVOS FUNDAMENTALES.....	18
2.1.2.- IMPORTANCIA DEL FOMENTO A LA LECTURA.....	21

CAPÍTULO III. LA ILUSTRACIÓN DE TRES CARTELES PARA LA DGFE / UNAM

3.1.- MÉTODO (PROBLEMA, HIPÓTESIS Y FASE EXPERIMENTAL).....	24
3.1.1.- DISEÑO DEL PRIMER CARTEL.....	32
3.1.2.- DISEÑO DEL SEGUNDO CARTEL.....	44
3.1.3.- DISEÑO DEL TERCER CARTEL.....	60

CONCLUSIONES.....	II
-------------------	----

BIBLIOGRAFÍA.....	IV
-------------------	----

INTRODUCCIÓN

La lectura es una actividad indispensable si se pretende el óptimo desarrollo intelectual, si se desea soñar, reflexionar o simplemente recrearse. El libro (y en general, la letra impresa), permite abordar cualquier tema mediante el código de la palabra escrita, sistema formado por signos abstractos que han de interpretarse mediante el intelecto; ha de dárselos sentido, imaginar lo que significan, crear imágenes mentales susceptibles de reinterpretarse en algún nivel de iconicidad.

Y es que mediante imágenes puede identificarse lo que un texto quiere decir; es otra forma que adopta para transmitir su mensaje, para ser decodificado más rápidamente, volverse aun más atractivo, seducir, insinuar e incluso prometer a su público lo que encontrará si decide leerlo.

Son ilustraciones, las cuales deberían llegar a sus destinatarios para darles a conocer o reconocer las virtudes de la lectura; y qué mejor que el cartel para dicho propósito, para hacer de algunos espacios vacíos, espacios vitales, que llamen la atención, el interés, de quienes en la Universidad Nacional Autónoma de México no los habían visto, no por que hicieran falta carteles en la institución por parte de si misma, es más, debe reconocerse la importante y vasta labor llevada a cabo por Difusión Cultural y otros departamentos e inclusive las personas en particular que han ingresado al terreno del cartel en la UNAM; pero que no habían desarrollado (quizás por que no les correspondía) un proyecto cartelístico con el fin exclusivo de fomentar la lectura.

Por ello se propuso a la Dirección General de Fomento Editorial (dependencia universitaria a la que originalmente correspondería dicho encargo), el diseño y exposición de una serie de carteles, cuyo principal motivo de atracción lo constituyeran sus ilustraciones, mientras que sus objetivos radicarían en subsanar la carencia del fomento a la lectura en la UNAM, así como la difusión de la imagen institucional de la Máxima Casa de Estudios y de la Dirección General de Fomento Editorial.

*“La ilustración,
como su etimología lo indica,
nace de una intencionalidad realista y pedagógica,
la de ilustrar (reproducir icónicamente) un objeto o acontecimiento.”*

Roman Gubern

1.1.- CONCEPTO DE ILUSTRACIÓN

El ser humano, desde siempre, ha trabajado con imágenes debido a su innegable capacidad semántica, siendo sus fines los más diversos, pero cuando el fin específico es el de ilustrar, las imágenes requieren de cierta objetividad, en el sentido de que tienen el compromiso de hacer inteligible y/o sensible, para sus destinatarios, un determinado concepto por medio de una equivalencia semántica a nivel icónico, que en el mejor de los casos se configura con la suficiente genialidad como para trascender y ser considerada una Obra Maestra merecedora de encontrarse en los más distinguidos museos y galerías de arte en el mundo.

Pero antes que considerar a la ilustración como una expresión artística más, para iniciar objetivamente con esta tesis, se considera recomendable partir de conocer el significado de su término, razón por la cual se recurre al "Breve diccionario etimológico de la lengua castellana", donde se encuentra que ilustración es derivada del término lustre; para comprenderlo mejor se transcribe su texto íntegro:

"LUSTRE. 'brillo, esplendor' 1495. Tom. () del it. lustro íd., princ. S. XIV, por conducto del cat. lustre; en italiano es deriv. de lustrare 'dar brillantez', que viene del lat. LUSTRARE 'iluminar', propte. 'purificar' (deriv. de*

lustrum 'Sacrificio expiatorio', 'purificación'). El cultismo lustro período de cinco años', 1549, se explica por que las purificaciones rituales se cumplían cada cinco años.

DERIV. Lustrar, hacia 1525. Lustroso, h. 1490. Lustrina. Destrustrar, h. 1515. Lustral, por emplearse para la purificación. Ilustrar, h.1440, lat. Illustrare íd.; ilustración, 1580; ilustrado; ilustrativo. Ilustre, h. 1440, lat. illustris íd.; perilustre."(1)

Así, se observa que el significado elemental de la palabra ilustración está vinculado con dar brillantez, purificar e iluminar; a partir de ello, se infiere, dicho término fue necesariamente empleado para describir un periodo histórico, del cual se derivaría el significado que le distingue hasta la fecha. Dicho periodo fue clasificado como un movimiento cultural iniciado en Europa durante el siglo XVIII, que como dice el diccionario "Pequeño Larousse Ilustrado", fue... "...caracterizado por una gran confianza en la razón, por la crítica de las instituciones tradicionales y la difusión del saber..."(2)

Es en este punto donde ha de distinguirse, que si en un principio la palabra ilustración fue relacionada con ciertas propiedades físicas, cambia durante el siglo XVIII, para entonces adquirir un nuevo valor en la conciencia humana; convirtiéndose en el ideal sostenido por los grandes personajes de la época, de entre los cuales se destaca el filósofo alemán Emmanuel Kant, de quien se explica, con respecto al tema:

1) COROMINAS, Joan: *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*, Madrid, Ed. Gredos, 1987, p.627.

* Significado de abreviaturas: Tom. (Tomado), It. (Italiano), Id. (Idéntico), Princ. (Principios), S. (Siglo), Cat. (Catalán), Deriv. (Derivado), Lat. (Latín), Propte. (Proponente), H. (Hacia).

2) LAROUSSE: *Diccionario Pequeño Larousse Ilustrado*, Francia, Ed. Larousse, 1976, p.560.

“...el sentido de la palabra que dio su nombre a la época. “Ilustración”, empezó Kant, “es el resurgir del hombre de su minoría de edad” (...) Suponen al hombre bastante maduro para encontrar su camino sin la autoridad paterna; le exigen que entienda su naturaleza y el mundo natural por medios científicos: son una declaración de libertad...”(3)

Entonces, se entiende que para el siglo XVIII, ilustración, sería comprendida, en términos ideológicos, como el dar brillantez o lucidez a la inteligencia del ser humano; purificarle de su ignorancia, misma que daba lugar a la superstición, al misticismo; iluminando su camino por medio del conocimiento, estableciendo con ello las bases de su gradual superación. Para cumplir con dicho propósito, fue necesario recurrir a los diversos medios de comunicación de la época, con el fin de que los llamados intelectuales hicieran públicas, aunque restringidas, sus intenciones.

El medio más socorrido y de indudable eficacia para la difusión del saber, fue la llamada “Enciclopedia”, instrumento de donde proviene, directamente, la idea esencial con que se distingue a la ilustración gráfica; Peter Gay ofrece un claro ejemplo:

“Un rasgo único en la Enciclopedia de Diderot eran sus 11 tomos de magníficos grabados, en total unas 3,000 páginas de ilustraciones. Estos libros fueron una constancia notable de la vida a mediados del siglo XVIII (...) Tuvieron también un efecto inmenso en su tiempo. Los

estudios técnicos de Diderot fueron útiles a médicos y científicos. Sus diagramas industriales debilitaron la fuerza de los monopolios comerciales, revelando sus procesos secretos...”(4)

Es así como se destaca el empleo de imágenes que acompañaban a la información escrita, para así conseguir su mejor asimilación; es decir, las imágenes funcionaban como instrumentos didácticos que complementaban al escrito en que eran incorporadas; este mismo sentido de la ilustración es el reconocido por el “Diccionario de términos de arte”:

“Ilustración. Estampa que acompaña a un texto con objeto de hacer comprender también visualmente su contenido.”(5)

La anterior definición establece que la interacción entre el texto y la imagen es un imperativo para que exista la ilustración; mas, en la actualidad, se reconoce que no es del todo indispensable el que una imagen acompañe a determinado texto para lograr así comprender sus intenciones semánticas; *“...toda imagen, además de estructurarse sintagmáticamente con los diferentes subsistemas icónicos que la articulan en el espacio, tiene también el carácter de una proposición ostensiva y el valor gramatical de un sintagma, en virtud de lo que del objeto representado se predica por medios icónicos (posición, características físicas, acción, etc.), poseyendo así el icono del valor informativo de un conjunto sujeto-verbo-predicado. La imagen*

3) GAY, Peter: *La edad de las luces*, México, Ed. Ediciones Culturales Internacionales, 1989, p.11.

4) *Ib.*, p.152.

5) JUVENTUD: *Diccionario de términos de arte*, Barcelona, Ed. Juventud, 1992, s/p.

es, por lo tanto un sintagma ostentivo dotado de mayor densidad de significación que la palabra.”(6). Esto mismo se ejemplifica con el hecho de que el Fondo de Cultura Económica convoca a un “Concurso Anual de Libro Ilustrado”, en cuyas bases se especifica que de ser necesario puede prescindirse del texto; tal y como sucede en algunos cuentos infantiles, trabajados por ilustradores de la talla de Gerardo Suzán, en que las imágenes bastan y sobran para impulsar la imaginación de un niño.

Así pues, se reconoce que la imagen, por sí sola, puede adquirir el valor de una ilustración gracias a su enorme poder semántico, en función de una idea concreta a comunicarse. “El

objetivo de todo arte visual es la producción de imágenes. Cuando estas imágenes se emplean para comunicar una información concreta, el arte suele llamarse ilustración.”(7)

Sin embargo, no debe olvidarse que el uso de dichas imágenes debe remitirse al propósito de ilustrar, quizás no a la manera del siglo XVIII, pero por lo menos conservando su esencia. “La ilustración, como su etimología lo indica, nace de una intencionalidad realista y pedagógica, la de ilustrar (reproducir icónicamente) un objeto o acontecimiento.”(8).

Cabe aclarar, que cuando se habla de representación icónica, se refiere a: “...la simbolización de un referente, real o imaginario, mediante unas configuraciones artificiales (dibujo, barro de una escultura, etc.), que lo sustituyen en el plano de la significación y le otorgan una potencialidad comunicativa.”(9)



G. Suzán 1994.

a) Gerardo Suzán, ilustración para la exposición de ilustradores de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, 1994.

De la reflexión derivada, se considera apropiado el término ilustración para toda aquella representación icónica que tiene o adquiere el pleno propósito de instruir acerca de una idea específica a comunicarse.

6) GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1987, p.119.

7) DALLEY, Terence: *Guía completa de ilustración y diseño*, Madrid, Ed. Blume, 1992, p.10.

8) Ob. Cit. GUBERN, Roman. *La mirada opulenta*, p.215.

9) Ib, p.63.

a) Tomado de: Colección personal, Fernando Cardoso.

1.1.1.- BREVE HISTORIA DE LA ILUSTRACIÓN

Actualmente se conservan vestigios de la iconicidad generada por los hombres que habitaron en la prehistoria y en la historia antigua, siendo que dichos vestigios se han reconocido, por lo regular, como magia anímica o “escritura”, ya sea con la intención de culto o descripción de glorias pasadas, entre otros muchos aspectos. Es difícil definir con exactitud (y no es propósito de la presente tesis), en cuáles de tantas imágenes pudo existir la intención de ilustrar, tal y como se lleva a cabo ahora.

Respecto al tema, W.M. Ivins jr. describe en su libro “Imagen impresa y conocimiento”, la manera en que los antiguos griegos desarrollaron un propósito didáctico en sus tomos de botánica, conjugando texto e imágenes que eran copiados a mano y cuyas reproducciones sufrían tarde o temprano de alteraciones que perjudicaban la semántica del original, por lo que el mismo autor reconoce, que la imposibilidad de reproducirles mecánicamente fue lo que impidió su “óptimo” desarrollo.

Por tal motivo, para continuar de manera precisa y sin temor de errar, se parte de saber que un antiguo documento ha sido reconocido, sin ambigüedad (por Terence Dalley), como ilustración, quizás por que se trata de una imagen para portada y por que se contaba ya con un proceso de

reproducción más confiable que el de los copistas:

“La ilustración impresa más antigua que se conserva es la portada en xilografía de la Sutra del Diamante, China, año 868.”(10)

Es precisamente la xilografía, o grabado en madera, la técnica por la cual se expresa la ilustración, por lo menos hasta el siglo XV, que es cuando surgen otros precursores del propiamente llamado libro ilustrado, es decir, los Libros de Horas. Estos eran escritos e ilustrados por lo monjes, quienes empleaban la técnica del temple al huevo. *“Los libros de Horas recibían ese nombre porque antes de que se inventara ningún medio mecánico para marcar el tiempo, las horas canónicas determinaban las reglas para el rezo de ciertas oraciones en ciertos momentos del día. Los legos, deseosos de seguir el ejemplo de la clase religiosa, encargaban libros de oraciones para seguir esta norma....”(11)*

Es posterior al invento que permitiría la reproducción de libros en serie (la imprenta de caracteres móviles, 1436), cuando aparece el conocido como primer libro impreso ilustrado; *“...Edelstein (Piedra preciosa) del alemán Ulrich Boner, publicado en 1461.”(12)*. Antes de este libro, en el mundo occidental ya había una importante producción de xilografías en que se retrataban a los santos (la más antigua es la imagen de “San Cristóbal”), pero debe mencionarse que estas funcionaban como reliquias, según explica Paul Westheim en

10) Ob. Cit. DALLEY, Terence. *Guía completa de ilustración y diseño*, p.10.

11) Ib, p.52.

12) Ob. Cit. GUBERN, Roman. *La mirada opulenta*, p.180.

su libro "El grabado en madera", así que se considera, no pueden denominarse ilustraciones, debido a que carecen de una intención didáctica, por lo menos en relación a un texto.

Uno de los más importantes alcances del libro impreso ilustrado (reconocido por W.M. Ivins), sucede en 1762, al darse a conocer la "Enciclopedia" publicada por Diderot, titulada: "Diccionario razonado de las Ciencias, las Artes y los Oficios"; "...*Enciclopedia profusamente ilustrada, con 3,135 grabados calcográficos originales, con numerosísimas ilustraciones relativas a oficios, máquinas, etcétera.*"(13)

Las tendencias que surgieron en la ilustración; "(hija del academicismo burgués)"(14); estarían a la par de aquellas existentes en las Bellas Artes, en especial de la pintura; esto se debía, por una parte, a que el poder burgués determinaba el camino de las artes, y fue este mismo poder el que originó e impulso, en un principio, a la ilustración; "No ha de extrañar por lo tanto su adscripción a la pictorialidad burguesa."(15); pero fundamentalmente se debió al hecho de que fueron los mismos artistas quienes se encargaron de realizar las ilustraciones, como podrá verse en la historia del cartel.

Como ejemplo de lo descrito, puede mencionarse que en el siglo XVII, período en que se consolida el arte barroco, la obra de los ilustradores sigue la misma tendencia de forma (hacia una exagerada

ornamentación), siendo que esta cambia a la par del gusto predominante en las artes; "...*la ornamentación recargada que predominó durante el siglo XVII -y que queda demostrada en los grandes tomos de arquitectura, anatomía y equitación de la época- decayó durante el XVIII, dejando paso a un toque más ligero, que puede observarse, por ejemplo, en las obras de los franceses Francois Boucher y Jean Baptiste Oudry.*"(16). Precisamente, es después del Barroco, cuando en las artes aparece el Neoclasicismo, corriente artística que surge en consecuencia al cansancio de la exuberancia ornamental.

La influencia del arte continuaría en la ilustración, por lo menos hasta el siglo XX, lo cual no es de extrañar, pues se justifica como un fenómeno social. "Para entender la naturaleza de la imagen icónica, incluso en un análisis estructural y de tipo sincrónico, es menester concebirla a la vez como un fenómeno histórico inserto en medios, géneros y estilos dominantes en épocas diversas, y de carácter contingente y fluctuante."(17)

Un ejemplo más, lo constituiría el hecho histórico de que en la ilustración persistió la disposición hacia el realismo de las formas, el canon (sin grandes alteraciones) de la figura humana, al igual que en las artes plásticas, durante las tendencias anteriores al siglo XX. "Antes de la Segunda Guerra Mundial, en general los ilustradores se habían mantenido dentro de la tradición realista y del comic, impuesta por los grandes artistas de la época victoriana. Lo

13) Ib, p.401.

14) Ib, p.215.

15) Id.

16) Ob. Cit. DALLEY, Terence: *Guía completa de ilustración y diseño*, p.10.

17) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p.132.

principal era saber hacer un buen dibujo académico..."(18)

El hecho se comprueba cuando aparecen las nuevas corrientes artísticas del siglo XX, en que los cánones tradicionales evolucionan hacia las nuevas estilizaciones, y que es cuando también cambian las tendencias de la ilustración. *"En las décadas de 1920 y 1930 (...) la vanguardia de la ilustración comenzó a explorar los nuevos lenguajes visuales que ofrecían los pintores y escultores."*(19)

Es también a partir de la segunda mitad de este siglo, cuando los artistas observan y consideran la interacción de los cambios sociales y tecnológicos más importantes; así, en consecuencia, tiene su origen el Pop Art, en el terreno artístico:

"Esta corriente nació en los Estados Unidos hacia 1955 (...) ha dado lugar en la década de los 60 al nuevo realismo (...) aluden al mundo político o de la publicidad en general (...) pretenden reflejar como vive la gente de la sociedad de consumo, como estas mismas gentes son autómatas de la publicidad a causa de los modernos medios de difusión."(20)

Y sucede que los mismos acontecimientos se reflejan, a su vez, en el mundo de la ilustración:

"...en las décadas de 1950 y 1960 (...) Se suponía que este tipo de ilustración captaba y promovía (y también criticaba) el espíritu de la nueva era, la era de la comunicación de masas

y la sociedad de consumo. La ilustración podía ser "independiente", arriesgada, reflexiva, cuidadosa y madura."(21)



b) Exlibris diseñado por Aubrey Beardsley.

Claro ejemplo de la influencia ejercida por el movimiento Art Nouveau, sobre los ilustradores, hacia 1890.

Entonces, se vuelve indudable la estrecha e histórica relación, de forma e ideología, entre el arte y la ilustración; su muy a la par evolución no se ha interrumpido, y hoy en

18) NATURART: *Biblioteca del diseño gráfico, Ilustración I*, Barcelona, Ed. Naturart, 1994, p.12.

19) Id.

20) LOZANO FUENTES, José Manuel: *Historia del arte*, México, Ed. Compañía editorial continental, 1991, p.572.

21) Ob. Cit. NATURART: *Enciclopedia del diseño Gráfico, Ilustración I*, p.12.

b) Tomado de: DE LA TORRE VILLAR, Ernesto: *Exlibris y marcas de fuego*, México, Ed. UNAM, 1994, p. 67.

día es fácil constatar que además de la influencia mutua, las tendencias en uno y otro se han diversificado; a esto habrá de sumarse el continuo y muy desarrollado avance tecnológico (tanto en técnicas de representación como en medios de reproducción), del cual nunca ha estado exento la ilustración; *“...si la historia tiene algo que enseñarnos, el ilustrador (...) no solamente va a seguir trabajando paralelamente a la nueva tecnología, sino que también la va a aplicar.”*(22)

Además, debe considerarse que son las necesidades sociales e ideológicas las que han propiciado el advenimiento de múltiples medios gráficos (libros, revistas, carteles, empaques, periódicos, etc.), en los cuales habría grandes oportunidades de impulsar a la ilustración a lo largo de su historia:

“El hecho de que hubiera una época en la cual ilustrar la cubierta de una edición en rústica se considerase caer en lo más bajo de la profesión (mientras que hoy los ilustradores más serios compiten para “hacer una cubierta”) demuestra la manera en que los cambios culturales y comerciales influyen en las oportunidades que se presentan al ilustrador.”(23)

En fin, todo ello ha contribuido a que en la actualidad, la ilustración se exprese a través de las más diversas técnicas, se publique en los más diversos medios de comunicación, y sea desarrollada por los más geniales autores.

1.1.2.- TÉCNICAS Y TIPOS DE ILUSTRACIÓN

A una necesidad humana de comunicación surge como respuesta la ilustración, la cual requiere de técnicas que le permitan realizar la representación icónica que es de su competencia. Dicha representación puede adquirir un carácter distinto, en consecuencia a la técnica aplicada, pues cada una de ellas contiene distintas propiedades para y con la obra resultante; *“...cada especificidad técnica altera la sustancia semiótica de la representación, porque la imagen figurativa, además de plasmar una intención o interpretación de su autor, es sobre todo y ante todo una tékne determinada, y esta tékne específica tiene ya propiedades semánticas propias.”*(24)

Es preferible que el ilustrador conozca, de antemano, las propiedades semánticas de cada técnica en particular, con el fin de que conforme a sus necesidades elija la más adecuada; sin olvidar, que con base en la experimentación de las técnicas mixtas, ya existentes o por inventar, pueden obtenerse creativas cargas semánticas, que podrían enriquecer el trabajo del ilustrador.

Son numerosas las técnicas que pueden emplearse para una ilustración; por consiguiente, para observar su panorama general, se enlistan las principales opciones que resultan de consultar la “Guía completa

22) Ib, p.14.

23) Ib, p.15.

24) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p.109 y 111.

de ilustración y diseño”, así como el libro “Cómo encargar ilustraciones”:

a) Medios de punta.

- Carbón.
- Tizas, pasteles, crayones.
- Punta de metal (se incluyen: plata, oro, estaño, latón, bronce, plomo - estaño o plomo - bismuto).
- Lápiz (se incluyen: grafito, carbón y Conté).

b) Pluma y tinta.

- Plumas de: ave, caña, de mojar, fuente, de depósito, bolígrafos y rotuladores.
- Técnicas de: línea, línea y sombreado cruzado, línea y lavado, línea y tintes, punteados y salpicados.
- Scratch negro o blanco.

c) Medios de pintura.

- Óleo.
- Acuarela.
- Gouache.
- Acrílicos.
- Aerógrafo.

d) Impresión.

- En relieve: xilografía o grabado

en madera, grabado en linóleo.

- Huecograbado (intaglio): grabado en metal y aguafuerte.
- Base blanda.
- Aguatinta.
- Planografía: litografía.
- Plantilla: serigrafía.

e) Digitales.

- Corel Draw.
- Illustrator.
- Photo Shop.

Indudablemente que a cada técnica corresponde una determinada superficie, a menos que se pretenda experimentar al respecto; para los medios de punta, así como para pluma y tinta, son fundamentales los diversos tipos de papel: bristol, marfil, Ingres, liso, texturado, para acuarela, Cartridge, hecho a mano, alemanes, japoneses, etc.

Para óleo se emplea el lienzo, la madera y el cartón fundamentalmente; para acuarela, gouache y acrílico son papeles más o menos especiales (prensado en caliente, en frío o áspero), que de preferencia han de permitir realizar lavados y contener por lo menos 50% de algodón para la adecuada absorción y permanencia de los pigmentos; mientras que en las técnicas de impresión se pueden emplear las variedades antes descritas de papel, obedeciendo a las necesidades específicas de cada técnica y a las intenciones del ilustrador.

Asimismo, cada ilustración conlleva un marco en el cual pretende desarrollarse; de entre tantas alternativas, se considera la completa clasificación realizada por Martin Colyer, sobre los principales tipos de ilustración:



c) Andrew Davidson, "El caballo marino", para "The tales of the early world", de Ted Hughes.

Imagen que demuestra la espléndida capacidad de algunos ilustradores para explotar el potencial de las técnicas, en este caso del grabado en madera.

- a) Editorial.
- b) Informativa.
- c) Técnica.
- d) Arquitectónica.
- e) Mapas y diagramas.
- f) Médica.
- g) Botánica y de historia natural.
- h) Publicidad y grafismo.
- i) Empaque.
- j) Moda.
- k) Memorias y folletos de empresa.
- l) Industria y discografía.
- m) Carteles y calendarios.
- n) TV, cine y vídeo.

Pero ahora debe considerarse que el cartelismo está comúnmente obligado a cumplir con múltiples restricciones que no le permiten adjudicarse tan fácilmente el título de arte:

"...funciones prácticas hacen del cartel un artículo finalista o utilitario en el mercado de las ideologías y convierte al cartelismo en un arte aplicada y subordinada a necesidades mercantiles o políticas."(32)

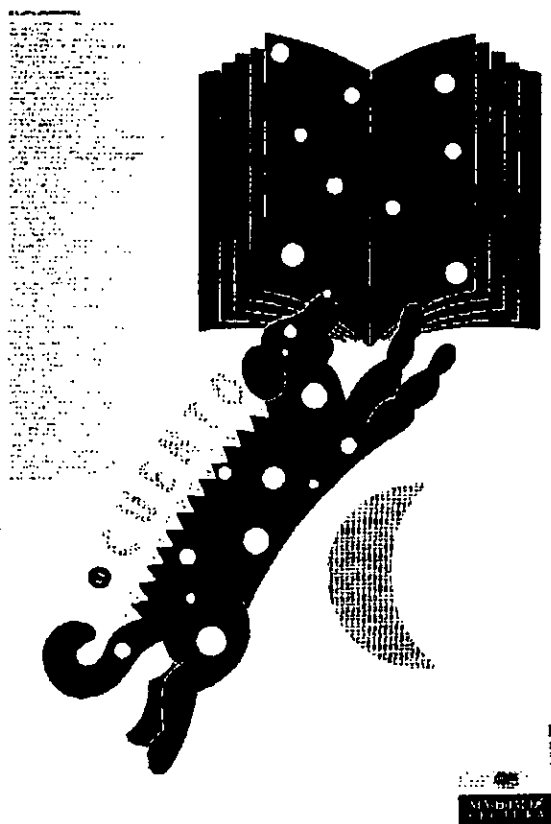
Desde un punto de vista muy personal se considera que el cartel puede o no ser arte dependiendo de quien lo realice, de sus intenciones y el medio en que se desenvuelva; pero por el momento ha de reconocerse, que el cartel, como producto destinado a satisfacer necesidades

específicas de comunicación social, requiere de cierta objetividad por parte de un ejecutante profesional, de esta manera lo menciona Roman Gubern:

"El cartel exige absoluta renuncia por parte del artista. Este no debe afirmar en él su personalidad. Si lo hiciera actuaría en contra de sus obligaciones."(33)

Y de muy similar manera lo hace Renau:

"El cartelista es el artista de la libertad disciplinada, de la libertad condicionada a exigencias objetivas, es decir, exteriores a su libertad individual. Tiene la misión específica - frecuentemente fuera de su voluntad electiva- de plantear o resolver en el ánimo de las masas problemas de lógica concreta."(34)



d) Germán Montalvo, "Poesía Moderna", 1992.

Cartel editado por Difusión Cultural UNAM, donde el propósito fue el de dar a conocer a los autores de las serie Poesía Moderna, siendo a su vez, un homenaje al poeta Efraín Huerta; pero que independientemente de esto se destaca como un ejemplo "ideal" de cartel, en donde la imagen y la palabra se encuentran y complementan de manera excepcional.

32) Ib, p.203-204.

33) Ib, p. 191.

34) RENAÚ, Josep: *Función social del cartel*, Valencia, Ed. Fernando Torres, 1976, p.60.

d) Tomado de: Publicación QUORUM, s/e, s/f, p. 115.

1.2.1.- BREVE HISTORIA DEL CARTEL

El cartel nace y se desarrolla en circunstancias histórico-sociales, que le propiciaron. *"Para explicar la génesis histórica del cartel es menester buscar en diferentes fuentes tecnológicas y culturales."*(35). De entre dichas fuentes, se cita como su principal antecesor al libro impreso ilustrado, pues se reconoce como el medio en que comienza la interacción texto-imagen; *"...los antecedentes culturales que subyacen bajo la génesis histórica del cartel. Desde el punto de vista cronológico, el más antiguo lo constituye la ilustración del libro impreso ilustrado, punto de encuentro del mensaje icónico y literario."*(36)

Pero, para situarse en la historia del propiamente denominado cartel, se estima lo que al respecto menciona Anne-Marie Christin, como una estudiosa del tema: *"...según ella, la evolución del lettering de los carteles entre 1780 y 1900 atravesó tres fases. La primera, que corresponde a los arcaicos avisos de librería sin imágenes. En la segunda, la letra se transmuta en espectáculo a través del circo y café-concierto. Y finalmente se introduce la integración completa en la estrategia de la imagen, cuando los pintores deciden tomarla en serio."*(37)

En la descrita como primera etapa se identifica la necesidad de comunicar determinados mensajes a la población; esto

se satisfizo mediante la aparición de anuncios públicos, los cuales eran situados en espacios fijos y se realizaban al tamaño suficiente como para ser observados a gran distancia por multitudes en constante movimiento. *"El cartel nacería, en efecto, con la voluntad de difusión propia del anuncio impreso del soporte periodístico con la salvedad que su ubicación exhibicionista en un espacio comunitario y su tamaño suficientemente ampliado le permitirían una considerable extensión de la audiencia."*(38)

En la segunda etapa del cartelismo son evidentes los fines publicitarios; precisamente aquí se destaca la labor realizada por el francés Jules Chéret; *"...es menester evocar también la tradición de programas y anuncios coloristas exhibidos en circos y ferias (...) así como los que anunciaban en España las corridas de toros."*(39)

Y podría decirse que la tercera etapa, descrita por Christin, aparece con las obras cartelísticas del pintor impresionista francés Toulouse Lautrec, quien se destacó al momento de hacer público el arte, hasta ese entonces reservado sólo para las élites; *"...el primer cartel de Toulouse Lautrec, cartel en cuatricromía (...) titulado Moulin-Rouge (1891) e influido por el arte xilográfico japonés, fuese exhibido en el salón des indépendants de 1892 como si fuese un cuadro."*(40). Esta nueva concepción, la de hacer público el arte por medio del cartel, se fomentó durante el transcurso de diversas tendencias pictóricas. *"Esta permeabilidad*

35) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p. 180.

36) Id.

37) Ib, p.186.

38) Ib, p.181.

39) Id.

40) Ib, p.186.

entre la estética del cartel y la pintura se prolongará a lo largo del futurismo, del cubismo, del expresionismo, del Art Decó, del constructivismo ruso, del surrealismo, de la abstracción, del pop art y del hiperrealismo. Tal permeabilidad sincrónica explica que aunque la mayor parte de los ciudadanos de París de finales del siglo XIX no frecuentasen las galerías de arte, ni las exposiciones, pudieron estar al corriente, y absorber los criterios de la pintura moderna...”(41)



e) Alphonse Mucha, "Salon des Cent" 1896.

Siendo contemporáneo de Beardsley, la obra de Mucha funciona para destacar la también influencia del Art Nouveau, en el cartel.

Así, se reconoce que el cartel desarrolló una gran expresividad y consecuentes beneficios al enlazarse con el arte de la pintura; para posteriormente perfilarse en el género de la nueva disciplina, la del diseño gráfico, iniciada en la Bauhaus, a requerimiento de una sociedad cambiante.

El diseño gráfico, para cumplir con sus funciones, dispondría de las nuevas concepciones aplicables a la comunicación social:

"Fue a lo largo de los años veinte cuando el diseñador gráfico (...) empezó a sustituir al pintor en la producción de carteles (...) el tránsito del viejo cartel-pintura al nuevo cartel-diseño plasmó gráficamente un deslizamiento de la hegemonía de la Escuela de París a la nueva Bauhaus alemana (...) coincidió en el tiempo con las grandes aportaciones de la psicología de la percepción por parte de los investigadores de la Gestalt, con la exploración de los símbolos del subconsciente por parte de Freud y con la emergencia de los mass communication research () en Estados Unidos..."(42)*

Importante mención merecen los mexicanos Gabriel Fernández Ledesma y Francisco Díaz de León, quienes a partir de los años treinta se destacan en su obra cartelística por sus contenidos altamente nacionalistas, sus audacias compositivas y tendencias declaradas a favor de la propaganda rusa.

41) Ib, p.184.

42) Ib, p.188 y 190.

* Entiéndase mass communication research como medios masivos de comunicación.

e) Tomado de: BARNICOAT, John: *El cartel, Su historia y lenguaje*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1995, p.37.

1.2.2.- GÉNEROS DEL CARTEL

Se sabe que las necesidades de comunicación social son innumerables, y que pueden residir en los más diversos estratos sociales; por lo mismo se han desarrollado, como opciones para su satisfacción, varios géneros de cartel. *“En lo que atañe a los géneros, aquí también se constata su amplia diversidad: político, comercial, espectáculos, turístico, propaganda institucional, etc.”*(45)

Llega un momento histórico en que la función del cartel se reconsidera, que es cuando aparece el diseño gráfico: *“Con la Bauhaus y el constructivismo soviético (en especial el productivismo), lo vemos abandonar el ornamento para adoptar el geometrismo. De ahí en adelante será teorizado o sistematizado en su relación arte-industria junto con el diseño gráfico en general. La función utilitaria va reemplazando al ornamento.”*(46); siendo que en la actualidad subsiste un tipo de cartel, cuya función principal consiste en decorar, con el “sólo fin” de complacer a su espectador.

Por otra parte, una consecuencia de la función utilitaria del cartel, es que se desarrolló, y se ha mantenido, un género de aspecto fetichista; cuya existencia se basaría en persuadir hacia la compra de artículos y/o servicios en el mercado capitalista; *“el cartel comercial emplea, por lo general, señuelos tales como la belleza y el erotismo estereotipados del semidesnudo femenino y los ideales de elevada*



f) Joost Schmidt, Cartel para la exposición “Bauhaus”, 1923.

45) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p.183.

46) ACHA, Juan: *Arte y sociedad latinoamericana: El producto artístico y su estructura*, México, Ed. Galache, 1981, p.242.

f) Tomado de: BARNICOAT, John: *El cartel, Su historia y lenguaje*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1995, p.72.

posición social que simbolizan ciertos personajes extraídos del código cinematográfico...”(47)

Contrariamente al comercial, existen carteles que se distinguen por su alto contenido semántico de repercusiones ideológicas que, sin duda, son generados por los distintos grupos sociales, los cuales tienen la intención de anexar en sus filas a más adeptos, en lo que podría considerarse una contienda por el poder social; donde el cartel (como medio de masas) constituye un peón más para alcanzar sus objetivos:

“La verdad es que no todos los carteles son comerciales en el capitalismo, ni todos los explícitamente político doctrinarios en el socialismo. En todas partes aparecen los culturales y en muchos países encontramos los clandestinos: los contraculturales y los de subversión étnica, feminista o político-social, que si bien no van a la calle, terminan en los dormitorios o instituciones de los jóvenes...”(48)

Entre los antes mencionados géneros del cartel, el que concierne directamente a la presente tesis es el conocido como cultural; debido a que la propuesta desarrollada tuvo la prioridad de motivar la lectura entre los universitarios, por medio de la ilustración:

“El cartel cultural es, a no dudarlo, el que educa o habitúa la sensibilidad con más complacencia y arte. En el cartel predomina la imagen gráfica o dibujística con su realismo conceptual, lo cual tiene por cometido señalar

un hecho cultural o la necesidad de un comportamiento colectivo...”(49)

Se dice que dicho género de cartel tiene la opción de vincularse más directamente con el arte, pues difiere sustancialmente de objetivos con respecto de otros carteles; *“...el cartel cultural tiene mayores posibilidades artísticas que el político y el comercial, no obstante que en la práctica éstos pueden ser más artísticos que muchos culturales...”(50)*

Además, el cartel cultural permite continuar la difusión de las tendencias artísticas que se van generando día tras día; *“...el cartel va habituando inconscientemente a formas artísticas nuevas. Y esto también es positivo de alguna manera.”(51)*

En fin, es la suma de sus propiedades, tanto las del cartel cultural como las de la ilustración, lo que hizo posible se estimara su interacción como una de las mejores opciones a las que pudo recurrirse para el desarrollo de un proyecto de estímulo hacia la lectura, patrocinado por la Dirección General de Fomento Editorial.

47) Ib, p.243.

48) Ib, p.241.

49) Ib, p.245.

50) Id.

51) Ib, p.246.

*“...las diversas formas del conocimiento
encuentran en la expresión escrita uno de sus principales registros
y formas de preservación,
los que a su vez propician el enriquecimiento cultural.”*

Arturo Souto

2.1.- ANTECEDENTES

La esencia de la Universidad Nacional Autónoma de México se distingue mediante su denominación: Universidad, debido al sentido de universalidad "física" y conceptual que adopta la institución; Nacional, con base en su consigna fundamental de servir a la sociedad mexicana; Autónoma, por la característica de constituirse como organismo independiente del Estado; y de México, por la obvia razón de pertenecer a los Estados Unidos Mexicanos.

Asimismo, se reconoce a la UNAM como la Máxima Casa de Estudios, a la que concierne, en términos generales, impartir estudios en los niveles superior y medio-superior, así como beneficiar al país mediante sus acciones en torno de la adopción y aportación en los distintos ámbitos de la cultura universal:

"La UNAM es un organismo descentralizado del Estado, dotado de plena capacidad jurídica, que tiene por fines impartir educación superior para formar profesionales, investigadores, profesores, universitarios y técnicos útiles a la sociedad, organizar y realizar investigaciones, principalmente acerca de las condiciones y problemas nacionales. Extender con la mayor amplitud posible los beneficios de la cultura."(52)

Para cumplir con sus objetivos de impartición de estudios y difusión cultural, la UNAM ha requerido incursionar en el terreno editorial desde sus inicios, primeramente en el periodo en que estuvo a cargo de la Universidad el entonces rector José Vasconcelos, esto fue en pleno movimiento armado de Revolución; *"...en 1910, cuando fue reabierta la Universidad, ésta desplegó un importante esfuerzo de producción editorial..."*(53).

Los mexicanos sufrían los estragos de una cruenta guerra y es obvio que la población contaba con un rezago educativo impresionante, el cual debía subsanarse; es entonces cuando se considera necesario explotar a los vehículos impresos; los cuales sirvieron para establecer los derechos por los que tanto se había luchado; esto mismo se refleja al decretarse, en 1917, la Carta Magna del país. *"Nuestra Constitución Política en los artículos tercero, sexto y séptimo, garantiza el derecho a la educación y a la cultura, a la libre manifestación y discusión de las ideas, y a la libertad de imprenta..."*(54)

La Constitución Política se convierte así en la base que sustentaría a la producción editorial del país, sin aparentes limitaciones, lo que a futuro permitiría abundasen obras de todo género; *"...garantiza el derecho a la libertad de expresión en su Artículo sexto, en forma general, en tanto que en el artículo séptimo, establece la libertad de escribir y publicar obras sobre cualquier materia."*(55)

52) COMISIÓN DE SECRETARIOS DE ASUNTOS ESTUDIANTILES: *Guía para el estudiante de la UNAM*, México, Ed. Jiorna, 1992, p.16-17.

53) SOUTO MANTECÓN, Arturo: *La actividad editorial universitaria*, México, Ed. Libros de México, 1988, p.17.

54) Ib, p.18.

55) Id.

Precisamente, gran parte de dicho rescate editorial se debe a la labor de Roberto Montenegro y Gabriel Fernández Ledesma; quienes de 1920 al 40 distinguieron su obra mediante el renacimiento de la xilografía y la cabida que dieron a las diversas tendencias artísticas, en relación al movimiento estridentista.

Debido a la misión cultural y al encargo educativo que son de su competencia, la UNAM ha funcionado como uno de los centros más importantes de recopilación, producción y distribución editorial; en su estructura, requiere de divisiones departamentales a las que pueda conferirles distintas tareas relacionadas con el proceso editorial; estos mismos departamentos han cambiado de nombre y estructura a lo largo de su historia, hasta llegar a configurarse la Dirección General de Fomento Editorial:

“Creada la imprenta Universitaria en 1935, el libro universitario requería de un lugar donde se concentrara y pudiera ser adquirido por su comunidad. Así, en 1952 se establece en las calles de Justo Sierra la librería del mismo nombre. Más adelante, en 1956, la importancia creciente del libro universitario determina la creación del Departamento de Distribución (...) En 1968, se establece el Departamento de Distribución de Libros Universitarios al separarse de la Dirección General de Publicaciones. En 1978, cambia de denominación a Distribuidora de libros para, el 17 de febrero de 1986 transformarse en la Dirección General de Fomento Editorial.”(56)

2.1.1.- OBJETIVOS FUNDAMENTALES

La Universidad Nacional Autónoma de México, está encaminada hacia objetivos que pretenden satisfacer la demanda de conocimiento a la que está sujeta día a día; por ello es que requiere de vehículos efectivos que satisfagan la necesidad de expandir todo aquel conocimiento generado dentro y fuera de la misma institución; en consecuencia el libro es un medio vital. *“El logro de sus objetivos fundamentales -docencia, investigación y difusión de la cultura- encuentra en la vía impresa un medio básico.”(57)*

En la UNAM, el libro y otros medios impresos están integrados a un complejo proceso editorial, en el que pieza fundamental es la Dirección General de Fomento Editorial; dependencia a la que corresponde, en términos generales, fomentar el hábito de la lectura e integrar las publicaciones de la Universidad a su mismo contexto y al de la población en general; *“...cuyos objetivos fundamentales se orientan a la búsqueda de estrategias y canales para la promoción, difusión, distribución y comercialización de las publicaciones universitarias, así como la revalorización académica, social y cultural del libro y su lectura.” (58)*

Por normatividad, se le asigna a Fomento Editorial, una serie de atribuciones, entre las

56) Ib, p.20.

57) Ib, p.19.

58) Ib, p.23.

que prioritariamente se destacan (por cuestión de economía en la presente tesis), aquellas que conciernen más directamente al proyecto:

“Artículo 12. La Dirección General de Fomento Editorial tendrá las siguientes atribuciones:

I. Dar a conocer al público en general, y a la comunidad universitaria en particular, la producción editorial universitaria.

(...)

VI. Realizar la promoción y difusión del fondo editorial de la UNAM...”(59)

Además, para cumplir con sus objetivos, a Fomento Editorial le compete un conjunto de funciones, de las que se considera pertinente transcribir sólo aquellas que pudieron beneficiarse con la “puesta en escena” del proyecto:

“Artículo 2. Las funciones de la Dirección General de Fomento Editorial serán las siguientes:

I. Orientar la producción Editorial de la Universidad en el mercado del libro.

II. Procurar que la diversidad temática de la producción editorial de la misma Universidad llegue a sus destinos.

III. Propiciar una permanente actividad de vinculación entre los lectores y la producción editorial.

(...)

V. Promover y proyectar la imagen institucional de las ediciones universitarias en el ámbito nacional e internacional.

(...)

IX. Coadyuvar a la apreciación de la diversidad temática y editorial.

X. Fomentar la riqueza gráfica en el proceso editorial...”(60)

Dentro de la estructura conformada por Fomento Editorial, para el desarrollo de sus funciones y consecuente alcance de sus objetivos, se observan algunos departamentos subordinados a la Dirección General, de donde se destaca el que dió cabida a la propuesta desarrollada:

“B) SUBDIRECCIÓN TÉCNICA.

Objetivo: Diseñar y desarrollar programas y acciones de promoción, difusión y fomento editorial en general, y del libro universitario en particular (...)

B. 2) Departamento de Comunicación y Capacitación Editorial.

59) Ib, p.70-71.

60) Ib, p.56-58.

Objetivos:

a) Realizar la promoción y difusión del fondo editorial de la UNAM.

(...)

c) Realizar las diferentes publicaciones de la Dirección General de Fomento Editorial (Boletín informativo y colección Biblioteca del Editor).

d) Instrumentar, a través de los diferentes medios de comunicación, amplias campañas de difusión del fondo editorial de la UNAM..."(61)

Por otra parte, la Dirección General de Fomento Editorial realiza cinco programas básicos para el cumplimiento de sus funciones, de entre los cuales destaca el que encauza los esfuerzos a estimular la práctica frecuente de la lectura, al tiempo de promover a la misma institución:

"4.3.2. PROGRAMA DE PROMOCIÓN Y FOMENTO A LA LECTURA.

Procurar que la diversidad temática de la producción editorial de la Universidad llegue a su destino; promover y proyectar la imagen institucional de las ediciones universitarias en el ámbito nacional, así como dar a conocer al público en general, y a la comunidad universitaria en particular, las publicaciones de

la Universidad (...) diseñar estrategias y mecanismos para promover y difundir con mayor amplitud, eficacia y eficiencia al libro universitario, así como promover y fomentar el hábito de la lectura..."(62)

A pesar de los objetivos, atribuciones, funciones, divisiones departamentales y programas, que competen a la Dirección General de Fomento Editorial, esta dependencia había limitado su publicación a un boletín informativo, a catálogos de venta y listas de novedades que más bien funcionan como información bibliográfica para un número reducido de destinatarios que como instrumentos para fomentar la lectura. Esto mismo hizo evidente la carencia de un medio que efectivamente fomentase dicho hábito, cuando menos entre la población universitaria, tal como se ha señalado.

Cabe destacar, que en el período en que fue Rector de la Universidad Nacional Autónoma de México, el Doctor José Sarukhan, la Dirección Técnica llevó a cabo una serie de carteles denominados "Semana Universitaria", cuyos comunicados hacia la población estudiantil serían los más diversos, según lo explica en entrevista el señor Rafael López, Coordinador de impresos de la Dirección Técnica de la UNAM; quien afirma que nunca se contempló una campaña con el fin de motivar la lectura entre los universitarios.

61) Ib, p.35 y 37.

62) Ib, p.40 y 41.

2.1.2.- IMPORTANCIA DEL FOMENTO A LA LECTURA

Se debe comprender lo que representa la lectura, para luego comprender el porqué debe fomentarse su hábito.

La lectura es, como lo menciona Jorge E. de León Penagos:

"...un proceso mental mediante el cual se interpreta el significado de los símbolos impresos sobre un material cualquiera."(63)

Dichos símbolos provienen de un codificador, al que se acostumbra denominar autor, y estos símbolos son los que a su vez se encargan de transmitir algún mensaje, el cual será decodificado por el lector; en consecuencia, es obvio, que la lectura de un determinado material es parte de un proceso comunicacional. *"La lectura es de gran importancia para el hombre moderno, ya que es un medio de comunicación entre el autor y el lector."*(64)

Por medio de la lectura el ser humano tiene acceso a todo ámbito de la cultura que haya sido registrado y conservado, hecho reiterable si se considera la afluencia de todo tipo de autores que han manifestado su inteligencia, sabiduría, inquietudes, deseos..., a través de los siglos; es una de las tantas ventajas de la lectura clasificadas por de León:

"El autor se vale del libro para transmitir a los lectores sus ideas, conceptos, inquietudes, etc.

La lectura es fundamental porque permite mantenerse informado sobre todas las áreas del conocimiento (...)

La lectura es indispensable para la vida cotidiana, ya que permite:

1. *Resolver las necesidades prácticas de la vida diaria.*
2. *Comprender los problemas personales y colectivos.*
3. *Comprender los conflictos sociales y sus causas.*
4. *Comprender tradiciones, instituciones, etc.*
5. *Conocer el origen y la historia de los pueblos antiguos y modernos.*
6. *Ampliar el horizonte cultural.*
7. *Enriquecer la vida espiritual.*
8. *Conocer el devenir histórico.*
9. *Obtener información sobre cualquier tema.*
10. *Incrementar la capacidad de reflexión y análisis.*
11. *Comprobar opiniones, enfoques, información sobre un mismo tema o asunto.*

63) DE LEÓN PENAGOS, Jorge E.: *El libro*, México, Ed. Trillas, 1995, p.43.

64) *Ib*, p.46.

12. Organizar y Jerarquizar ideas y conceptos.

13. Relacionar los conocimientos adquiridos, con los obtenidos anteriormente.

14. Enriquecer el vocabulario.”(65)

Souto Mantecón, también considera las ventajas de la lectura, en términos generales, pero no menos importantes:

“...las diversas formas del conocimiento encuentran en la expresión escrita uno de sus principales registros y formas de preservación, los que a su vez propician el enriquecimiento cultural.”(66)

Como se ha visto, la lectura puede efectuarse en cualquier medio que presente símbolos decodificables; pero, de entre la enorme cantidad de dichos medios, es necesario ahora centrarse en el libro, al cual la UNESCO definió de la siguiente manera:

“...una publicación impresa no periódica, que consta como mínimo de 49 páginas sin contar las de cubierta, excluidas las publicaciones con fines publicitarios y aquellas cuya parte más importante no es el texto.”(67)

El libro, como ya se mencionó, es un medio esencial en la UNAM, pues se considera uno de los principales instrumentos, de que puede valerse la institución para alcanzar sus objetivos fundamentales; “...el libro

universitario es un instrumento indispensable para que la Universidad cumpla con sus fines de docencia, investigación y difusión del conocimiento y la cultura.”(68).

Por consiguiente, en la misma institución, se reconoce la vital importancia de fomentar el hábito de la lectura; “...la Universidad ha sostenido el principio de que contribuir al desarrollo de los hábitos de la lectura es esencial para la formación integral de las personas, ya que todo libro llega a constituirse como instrumento de cultura en tanto es leído.”(69)

Sin embargo, lograr que la lectura sea una práctica frecuente entre la población, no es tarea fácil, pues han de salvarse varios obstáculos, influidos por vicios y prejuicios que perjudican y rezagan a dicha actividad. “El problema de la falta de interés de la lectura y de la capacidad de convertirla en práctica constante, radica en causas como las que se enumeran a continuación:

1. No existe el hábito de la lectura, ya que en la enseñanza primaria y secundaria no se le da importancia a esta práctica (...)
2. (...) la lectura no se considera una práctica vital, sino algo que se cumple por compromiso y por salir del paso.
3. Incapacidad para concentrarse en la lectura.
4. Falta de vocabulario (...)
5. Falta de interés en la lectura, en gran parte

65) Ib, p.44,47-48.

66) Ob. Cit. SOUTO MANTECÓN: Arturo. *La actividad editorial universitaria*, p.19.

67) Ob. Cit. DE LEÓN PENAGOS, Jorge E.: *El libro*, p.24.

68) Ob. Cit. SOUTO MANTECÓN, Arturo: *La actividad editorial universitaria*, p.63.

69) Ib, p.19.

motivada por la dificultad que representa la lectura en comparación con el cine y la televisión, que proporcionan la información digerida y manipulada.

6. *Incapacidad para adaptarse al tema con rapidez y comprensión.*

7. *Desconocimiento del tema.*

8. *Falta de práctica de la lectura.*

9. *Desconocimiento de las ventajas de la lectura.*

10. *El enorme número de pausas realizadas en la lectura de una línea de cualquier texto.*

11. *Existe la sospecha de que en los libros existe oculto algo que puede comprometer o causar problemas.”(70)*

Por su parte, en el terreno universitario, además de los dañinos factores ya mencionados, se suman otros a los que debe encontrarse solución:

“A) Restricciones financieras: (...)

B) Ausencia del hábito de la lectura: (...) *la competencia de los medios electrónicos de comunicación que han reemplazado el interés por él (...)*

C) Deficiencia en la distribución y difusión editorial: (...)

D) Bracerismo editorial: (...) *una tendencia, en ciertas áreas académicas, a publicar el resultado del trabajo cotidiano de sus profesores e investigadores en editoriales privadas, ya sea nacionales o extranjeras (...)*

E) Desequilibrio temático del fondo editorial:...”(71)

En consecuencia, a lo anteriormente expuesto, se ratifica la necesidad de llevar a cabo acciones específicas (no sólo en la Máxima Casa de Estudios, sino a nivel global), encaminadas a que las personas revaloricen al libro y su lectura, a que comprendan sus múltiples beneficios y lo dañino que resulta el subestimarle; para que así le incorporen como una actividad diaria indispensable.

70) Ob. Cit. DE LEÓN PENAGOS, Jorge E.: *El libro*, p. 45-46.

71) Ob. Cit. SOUTO MANTECÓN, Arturo: *La actividad editorial universitaria*, p.21-22.

*“Los signos icónicos
no tienen las mismas propiedades físicas del objeto,
pero estimulan una estructura perceptiva
semejante a la que estimularía el objeto imitado.”*

Umberto Eco

3.1.- MÉTODO (PROBLEMA, HIPÓTESIS Y FASE EXPERIMENTAL)

Antes de continuar debe aclararse que la presente tesis sigue las bases del método científico, para así constituirse como documento de investigación veraz. *“Únicamente los estudios que se llevan a cabo según el método científico podrán considerar sus hallazgos como significativos para la ciencia e integrarse al conjunto de conocimientos comprobados.”*(72)

Y no representa una incoherencia emplear dicho método en el ámbito del diseño gráfico, pues conlleva un proceso confiable para cualquier investigación profesional; *“...el proceso de investigación, cabe aclarar que dicha actividad no es exclusiva del científico sino es una herramienta fundamental para el trabajo profesional.”*(73)

El método científico involucra el siguiente proceso, según A. J. Bachrach:

“Observación Observación empírica de los hechos, de los fenómenos narrados



Hipótesis Enunciación de la predicción (si se hace x debe producirse y)



Experimentación Comprobación de las variables por medio de la manipulación



Resultados Confirmación o refutación de la hipótesis



Teoría Enunciación de relaciones funcionales entre las variables”(74)

72) ROJAS SORIANO, Raúl: *Guía para realizar investigaciones sociales*, México, Ed. Libros de México, 1979, p.22.

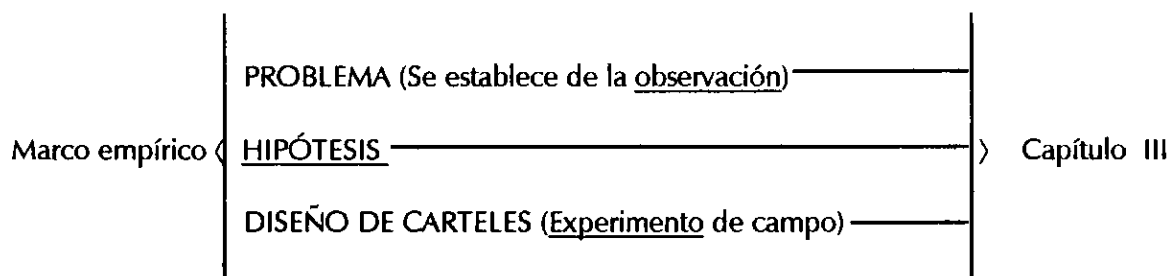
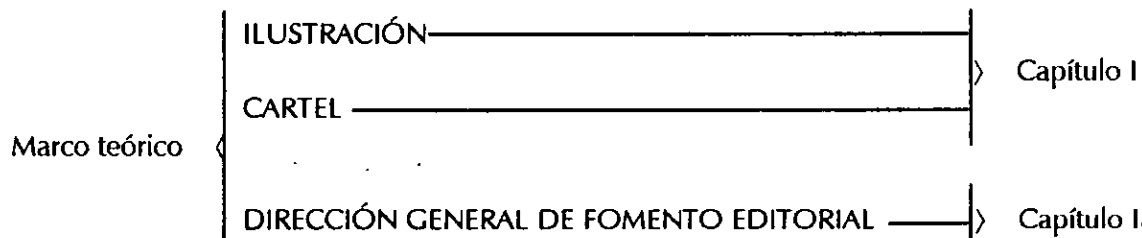
73) LOPEZ G., María del refugio y otros: *Introducción al proceso de investigación*, México: ENEP Iztacala, Psicología, artículo inédito, s/f., p.2.

74) BACHRACH, A.J.: *Cómo investigar en psicología*, Madrid, Ed. Morata, 1981, p.61.

El método científico está integrado por etapas consecutivas que se pueden identificar en la estructura de esta tesis, por medio del siguiente esquema:

ESTRUCTURA DE LA PRESENTE TESIS

Tema }
Problema } INTRODUCCIÓN



Resultados ⇔ CONCLUSIONES ⇔ Teoría

Del mismo esquema se observa, la necesidad de definir el problema. *“La investigación es un proceso que se inicia con el planteamiento de un problema que requiere solución...”*(75)

En este caso, a partir de la observación el problema considerado fue: La carencia en la Universidad Nacional Autónoma de México, de un medio comunicacional masivo que motive el hábito de la lectura entre los universitarios, y que al mismo tiempo promueva la imagen institucional de la UNAM, así como de la Dirección General de Fomento Editorial. *“Se dice que en ocasiones un problema surge cuando un estudioso encuentra una laguna teórica dentro de un conjunto de datos conocidos o hechos no abarcados...”*(76)

Ahora bien, debe saberse lo que es una hipótesis para después formularla; al respecto se considera la definición de

Kerlinger: *“Una hipótesis es una proposición, es una expresión conjetural de la relación que existen entre dos o más variables (Kerlinger, 1970)”*(77). Considerando lo anterior, se enuncia de la siguiente manera: Cuando se exponga a sus destinatarios el resultado de un proyecto en que interactúen la ilustración y el cartel, se contribuirá a fomentar la lectura entre la población universitaria, así como también a promover la imagen institucional de la UNAM y de la Dirección General de Fomento Editorial.

Para corroborar o refutar esta o cualquier otra hipótesis, es necesaria la experimentación, misma que en este caso fue de campo; de esta fase experimental se derivó un sistema comunicativo, tres distintos procesos comunicativos para el común de los carteles y un proceso creativo para cada uno de los mismos; tal y como puede observarse a continuación:

PROBLEMA

↓

HIPÓTESIS

↓

EXPERIMENTACIÓN ⇒ Sistema comunicativo

↓

RESULTADOS

1 Proceso comunicativo <
2 Proceso comunicativo <
3 Proceso comunicativo <

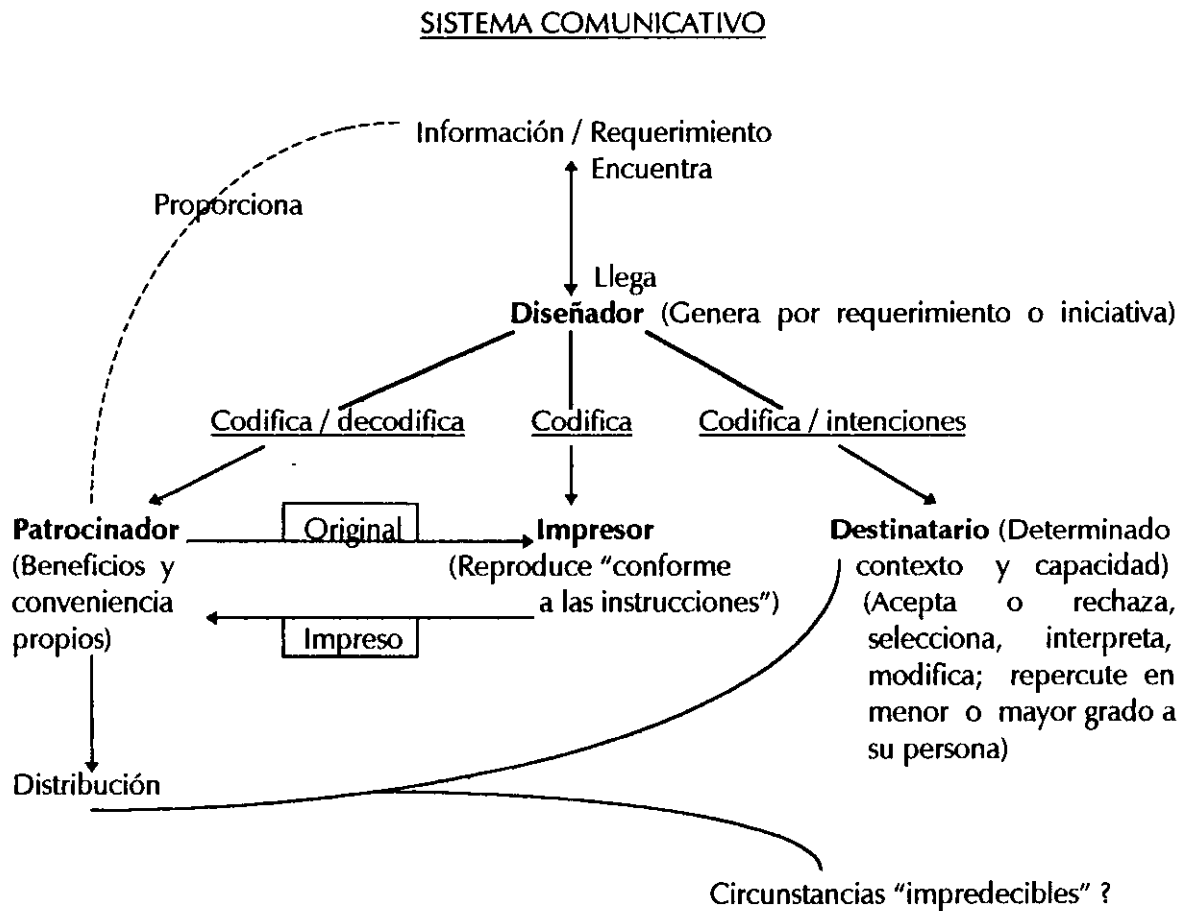
1 Proceso creativo
2 Proceso creativo
3 Proceso creativo
4 Proceso creativo
5 Proceso creativo
6 Proceso creativo
7 Proceso creativo
8 Proceso creativo
9 Proceso creativo
10 Proceso creativo

75) Ob. Cit. ROJAS SORIANO, Raúl: *Guía para realizar investigaciones sociales*, p.23.

76) Ob. Cit. LOPEZ G. María del Refugio y otros: *Introducción al proceso de investigación*, p.3.

77) Ib, p.8.

En el sistema comunicativo que se identificó existieron varios elementos interrelacionados; para observar su interacción se presenta el siguiente esquema:



En dicho sistema el diseñador es el individuo quien se entera o a quien se propone, de forma directa o indirecta acerca del proyecto; o bien, es éste quien por iniciativa genera la idea inicial. Como quiera que sea, a fin de cuentas necesita de un patrocinador, de quien obtendrá información previa o posterior que sirva para definir su trabajo.

Después de esto, el diseñador codifica y decodifica para el patrocinador, con el fin de que éste comprenda las intenciones que del diseño habrán de convenirle; además codifica para quien se encargará de la reproducción de su obra, es decir, para el impresor; y codifica con determinadas intenciones para un presunto público, destinatario del mensaje.

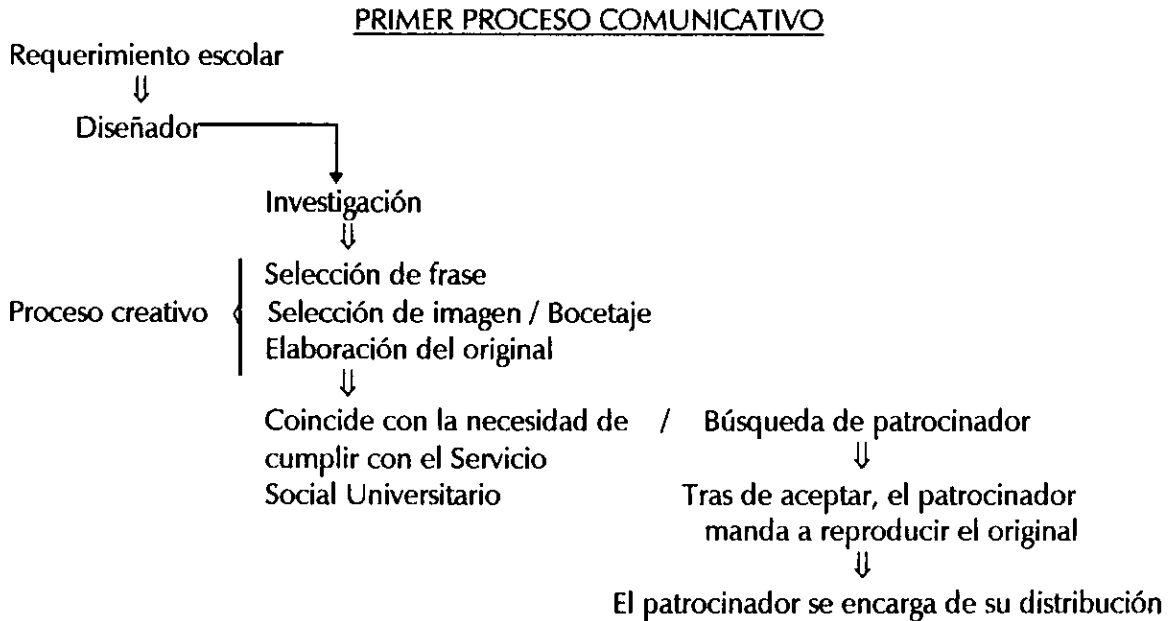
Llega un momento en que el mensaje queda fuera de las manos del diseñador, cuando una vez interpretado por el impresor, éste entrega las reproducciones al patrocinador, quien se encarga de distribuir el producto final; a partir de aquí diversas circunstancias, permitirán, o no, su llegada al destinatario; que si bien acepta prestarle atención seleccionará, interpretará y modificará, ya no el mensaje, sino más bien el producto final; tras lo cual únicamente puede predecirse que repercutirá en menor o mayor grado en la vida del individuo.

Joan Costa, muestra el siguiente esquema de proceso comunicativo en su libro "Imagen global":

"Usuario → Diseñador → Producto del Diseño → Medio Difusor → Consumidor
 1 Emisor 2 Codificador 3 Mensaje 4 Transmisor 5 Receptor"(78)

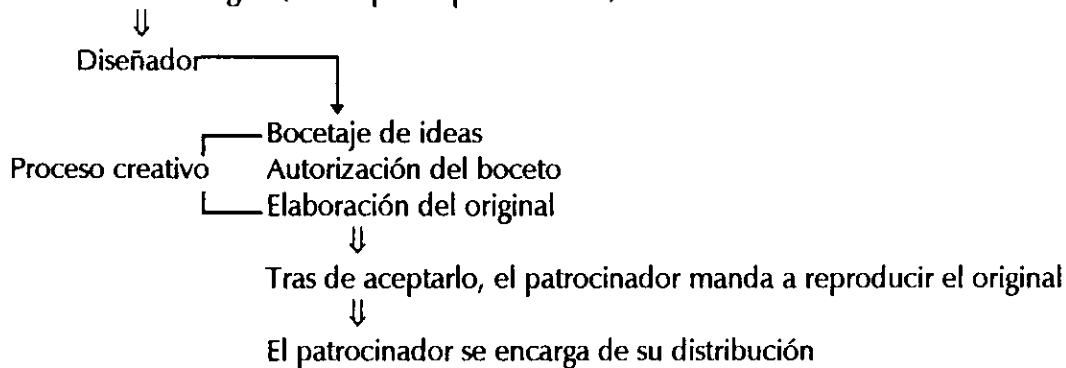
78) COSTA, Joan: *Imagen global*, Barcelona, Ed. CEAC, 1989, p.11.

Y aunque el esquema de Costa ha sido empleado quizá por moda, imitación o una falta de teorías al respecto, no es conveniente adoptarlo para esta tesis, pues difiere de los tres procesos comunicativos exclusivos a este proyecto, y que son derivados del sistema experimental antes descrito; los distintos procesos son representados mediante esquemas, para así observar sus diferencias:

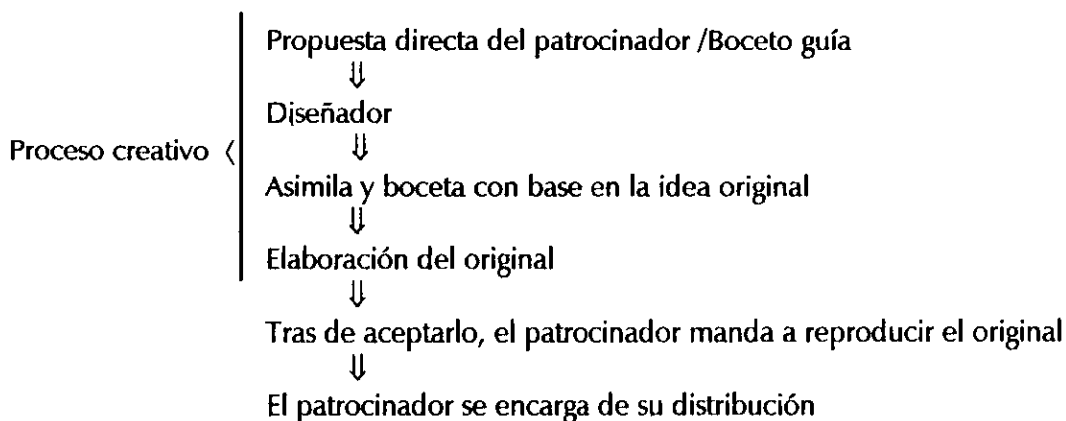


SEGUNDO PROCESO COMUNICATIVO

Lineamientos a seguir (dados por el patrocinador)

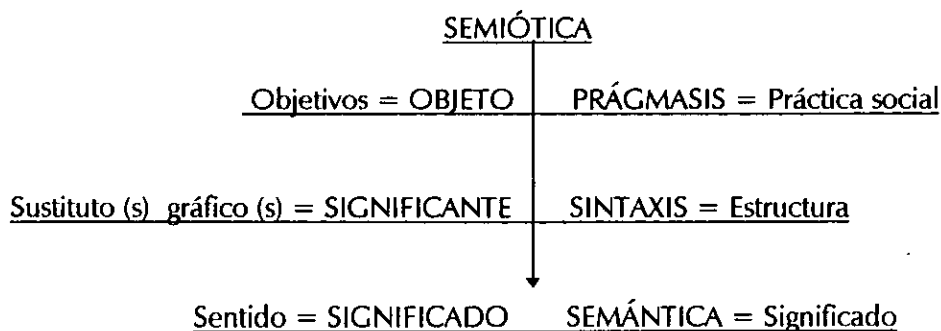


TERCER PROCESO COMUNICATIVO



Así como existió un proceso creativo para cada cartel, se sucedieron distintos requerimientos semióticos para cada uno de los mismos, y como es necesario describir la

semiótica del conjunto, se recurre a un esquema que muestra los elementos semióticos comunes a cualquier proceso de comunicación:



Del llamado objeto; "...aquello a lo que hacemos referencia, que está ausente, y que nos representa, en cierto modo, a la "cosa" a lo sustantivo."(79); se derivan los objetivos, que se encuentran en el plano conceptual y deben ser materializados para incluirse en la práctica social; "...lo que tenemos que abstraer a la presencia del receptor; es la forma de "materializar", dentro de una práctica social determinada, a la "cosa" ausente."(80); en consecuencia se recurre al significante, que le sustituirá en el entorno gráfico; "...es el

SIGNO propiamente dicho. Es la abstracción, la imagen, la palabra."(81); el significante está constituido por signos que deben estructurarse (sintaxis), para, en su conjunto, significar (semántica) una interpretación para el destinatario; "...lo DESIGNADO, que se produce en la razón del receptor, y que no es otra cosa que el significado..."(82)

De estas consideraciones se deriva un esquema, equiparable al anterior:

SEMIÓTICA DEL PROYECTO CARTELÍSTICO

Fomentar la lectura e impulsar la imagen institucional de la DGFE / UNAM

<u>Cartel (elementos que lo integran)</u>	<u>Estructura del cartel</u>
---	------------------------------

↓

Significado de los elementos que integran al cartel (de forma individual y en conjunto)

79) LÓPEZ RODRIGUEZ, Juan Manuel: *Semiótica de la comunicación gráfica*, México, Ed. INBA, 1993, p.32.

80) Id.

81) Id.

82) Id.

3.1.1.- DISEÑO DEL PRIMER CARTEL

(Correspondiente al primer esquema de proceso comunicativo)

ANEXO:

En total se llevaron a la práctica diez carteles; de éstos se han seleccionado tres, cada uno correspondiente a un distinto proceso comunicativo; de los que se sabe tuvieron la exitosa aceptación de su público (lo cual será precisado en las conclusiones).

A continuación se presenta el proceso de diseño de los carteles seleccionados:

a) INVESTIGACIÓN:

Para este primer trabajo era una imperante ingresar al concurso de cartel "Con Nuestro Ingenio Invitemos a Leer", convocado cada año por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes; de cuyas bases se destaca el "objetivo principal": *"El mensaje de los carteles que se sometan a concurso tendrá como finalidad el estimular el hábito de la lectura entre la población de todas las edades."*(83)

Si se adoptara la teoría de Joan Costa podría decirse que con el solo hecho de obtener

esta información, ya se iniciaba el proceso creativo; por lo menos así lo prevé en uno de sus esquemas:

- I. Información (...)
- II. Digestión de los datos (...)
- III. Idea creativa (...)
- IV. Verificación (...)
- V. Formalización..."(84)

Y aunque este proyecto se inició con una recopilación de datos, esto no forma parte del proceso creativo, pues aún no se vislumbraba la obra, todavía no se iniciaba, ni mucho menos se plasmaba la idea creativa; esto es posterior a la investigación; investigación en que el primer elemento a considerar sería el destinatario: cualquiera que tuviese acceso al sistema de librerías dependientes del CONACULTA, es decir, un sinnúmero de personas a quienes no se les puede identificar con facilidad, motivo por el cual en la misma convocatoria se les denomina "población de todas las edades".

b) SELECCIÓN DE FRASE:

El proceso creativo inició eligiéndose la frase, para su posterior transcodificación a imagen; se consideró necesaria una frase breve, que como significativa permitiera relacionar a la lectura con sus beneficios y/o satisfacciones; *"El texto del cartel suele ser conciso por razones de economía de percepción y lectura"*(85); por ello se recurrió a los fácilmente reconocibles refranes, que tienen

83) CONACULTA: *Convocatorias 97*, México, s/ed., 1997, S.P.

84) Ob. Cit. COSTA, Joan: *Imagen global*, p.15.

85) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p.210.

un lugar privilegiado en el marco sociocultural, pues contienen valiosas enseñanzas legadas generación tras generación, razón por la cual ya no es necesario incorporarlas al léxico popular, pues ya forman parte de él.

Se pensó entonces en el afamado adagio “La curiosidad mató al gato”, del cual se sabe exhorta a ser prudentes ante lo desconocido; y se procedió a modificar su sentido para establecer una relación con la lectura; para ello se recurrió a la figura retórica denominada paradoja, que... *“Simula una lógica que contradice el orden habitual...”*(86); y pasó a modificarse por: “La curiosidad educó al gato”. Así, mientras la primera frase previene sobre la exploración de lo desconocido y sus dañinas consecuencias, la segunda invita a la curiosa exploración de los libros (no expresados verbalmente) y su consecuente ventaja de obtener conocimiento.

Se tenía ya la expectativa de que el texto cumpliera con la función de relé descrita por Roland Barthes. *“La función de relé (o conmutación) (...) aparece cuando el mensaje lingüístico complementa a las imágenes, generalmente con función diegética o narrativa...”*(87); en sentido de que mediante su transcodificación el cartel adoptaría una imagen similar a la de un pasaje de fábula, en que se devela el suceso acontecido cuando se sorprende al “personaje” curioseando.

c) SELECCIÓN TEÓRICA DE IMAGEN:

Para la llamada transcodificación fue necesario distinguir a cada elemento significante, así como su intención de significado. En términos generales continuaría el sentido de paradoja, pero ahora a nivel iconográfico, pues se representaría una idea fuera de lo común, que antes que imposible en el terreno físico, lo era en el conceptual. *“PARADOJA (...) generalmente se plantea como un desafío a las leyes del mundo físico, perceptivo o referencial.”*(88)

Así pues, se comenzó con el sujeto de la sentencia, el gato, al cual se decidió interpretarlo literalmente, pues contraria a la desagradable imagen del “ratón de biblioteca”, el término gato suele adjudicarse a personas que muestran la misma sagacidad y astucia que estos felinos, que además tienen la fama de ser sumamente curiosos. *“Este animal posee en alto grado el don de reconocer los lugares, y se sirve de él continuamente. Ronda por toda la vecindad, por todas las casas, en las habitaciones, en los sótanos...”*(89); y es que los humanos también gustan de ser curiosos; *“...sólo queremos conocer las cosas. La exploración y la curiosidad parecen ser motivos activados por lo nuevo y lo desconocido, sin que tengan otra meta específica que la de descubrir algo”*(90)

86) TAPIA, Alejandro: *De la retórica a la imagen*, México, UAM, 1991, p.67.

87) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p.56.

88) Ob. Cit. TAPIA, Alejandro: *De la retórica a la imagen*, p.67.

89) W. M. JACKSON: *Enciclopedia El tesoro de la juventud*, México. Ed. W. M. Jackson, 1955, t.XVII, p.6032.

90) MORRIS, Charles: *Psicología*, México, Ed. Prentice Hall, 1987, p.160.

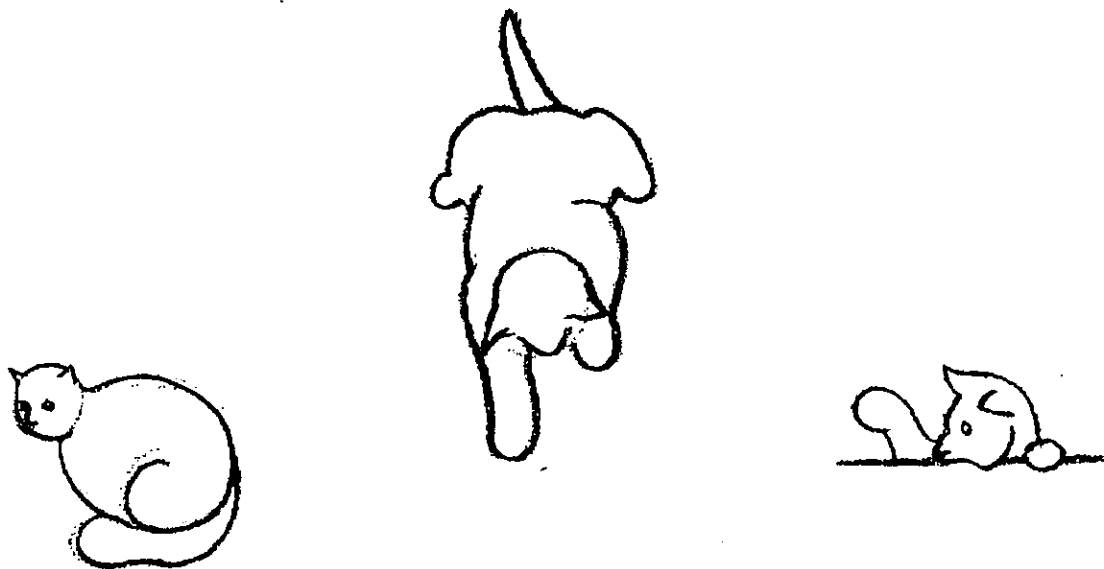
Para representar al estímulo denominado curiosidad, en la imagen del cartel y fuera de la palabra misma, se consideró representar de alguna manera a la obscuridad, como ambiente propicio para el desarrollo de dicha incitación. "OBSCURIDAD (...) Estado de lo dudoso o imperfectamente conocido."(91)

En este cartel, la curiosidad es aquello que impulsa a la lectura, actividad que por lo regular se vincula a la imagen del libro; fue entonces cuando se pensó que en lugar de uno solo podría emplearse la imagen de una enciclopedia, como un estímulo de mayor incitación, que simbolizaría todo un cúmulo de conocimientos. "ENCICLOPEDIA (...)

Conjunto de todos los conocimientos humanos. // Obra de que se trata de muchas ciencias y enseñanzas..."(92)

Estos conocimientos, que ofrece la lectura, son los que desarrollan las facultades intelectuales y morales que educan a los seres humanos; y un alto grado de educación (beneficio práctico de esta actividad), suele adjudicarse por estereotipo a quienes usan anteojos; este mismo significativo permitiría aludir la instrucción a la que se había hecho merecedor el felino. "La tipificación fuertemente estereotipada de los personajes (...) es en consecuencia, uno de los imperativos de la economía de la lectura y de la eficacia ideológica del cartel."(93)

d) BOCETAJE:

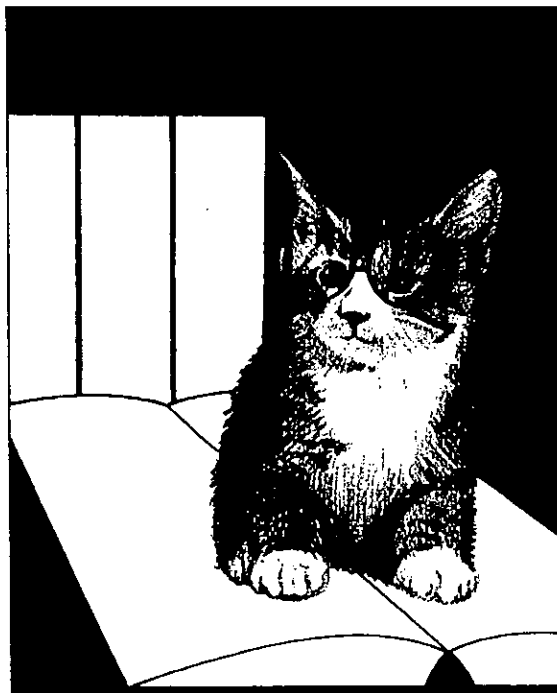
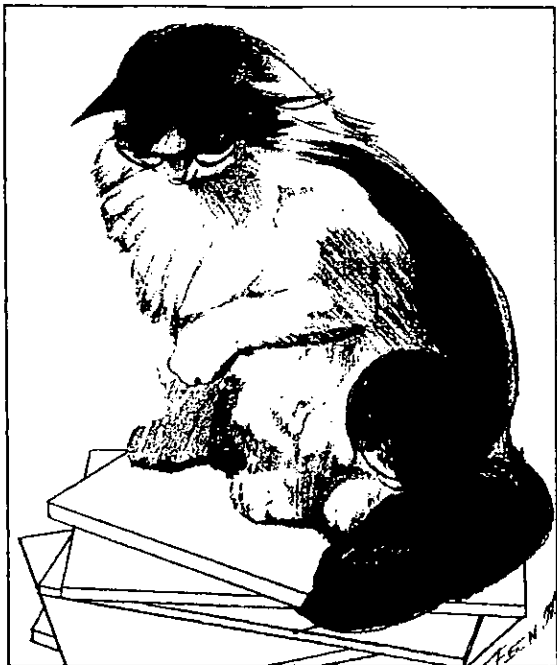


91) Ob. Cit. LAROUSSE: *Diccionario Pequeño Larousse Ilustrado*, p.732.

92) Ib, p.395.

93) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p.206.

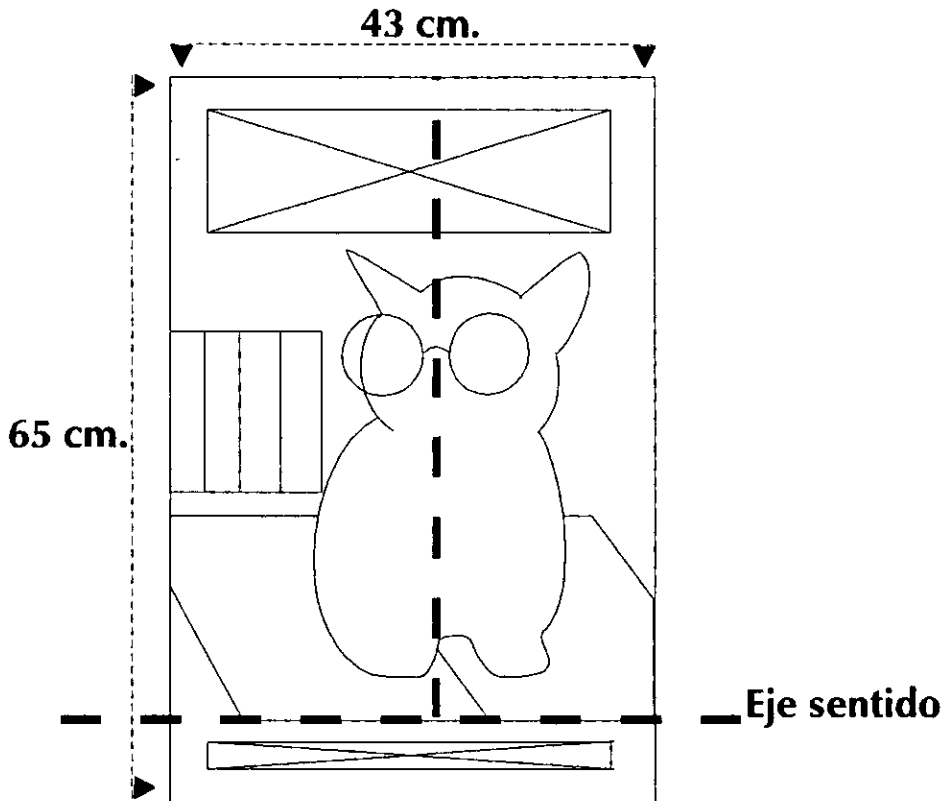




e) COMPOSICIÓN:

Tras el bocetaje se estableció una composición para el cartel (de medidas preestablecidas de 43 x 65 cm.); entendiéndose composición como: "...la tarea de disponer en el espacio-formato varios signos, según una idea directriz, para obtener un resultado estético que provoque el efecto deseado y una lectura fácil y agradable."(94). El primer punto considerado fue el equilibrio entre elementos estáticos. "La composición clásica aprovecha el estatismo de la unidad, del

equilibrio, del ritmo y de la simetría..."(95); el estatismo tuvo la intención de mostrar un estado de serenidad por parte del sujeto, ante una frase que en su sentido original resultaría inquietante; siendo que el equilibrio se rige por el eje sentido, formado por el elemento vertical (personaje), con el elemento horizontal que le sirve de base (libro); "...el "eje" vertical con un referente secundario horizontal; entre los dos establecen los factores estructurales, que miden el equilibrio. Este eje visual se denomina también eje sentido..."(96)



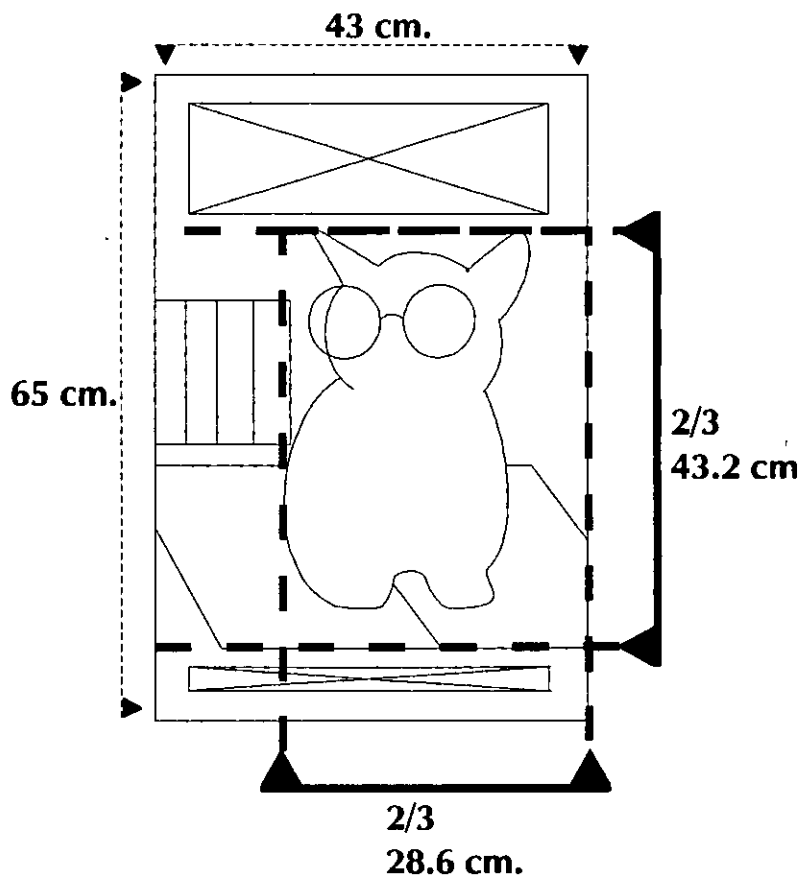
94) FABRIS, Germani: *Fundamentos del proyecto gráfico*, España, Ed. Don Bosco, 1973, p.15.

95) Ib, p.18.

96) DONDIS A., Dondis: *La sintaxis de la imagen*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1990, p.37.

Es en la composición, donde también tiene lugar el contraste; “...una organización de los estímulos visuales orientada a la consecución de un efecto intenso.”(97); en este caso, se basó en que la imagen iconográfica ocupase las dos terceras partes del cartel a lo alto; mientras que a lo ancho, las dos terceras partes lo constituirían la imagen del felino y

la mayor parte del libro sobre el que se encuentra; sus proporciones trabajan en función de destacar lo más importante; “...habría que consagrar al punto principal la mayor proporción del espacio (...) al menos las dos terceras partes. Esta división proporcional incrementará la precisión de las intenciones compositivas...”(98)



97) Ib,p.114.

98) Ib, p.116.

f) SEMÁNTICA

 ICONOGRÁFICO - CROMÁTICA

 Y ELABORACIÓN TÉCNICA:

El fondo, absolutamente negro, sirve para representar a la obscuridad (con la intención antes descrita), así como en los terrenos del contraste, para distinguir claramente a los elementos icónicos. *“Las formas nacen y aparecen para su observador, en efecto, en virtud de los contrastes con los colores adyacentes.”*(99)

Los elementos iconográficos poseen, a propósito, un determinado grado de mimetismo, el suficiente como para ser fácilmente identificables. *“Esta duplicación visual posee potencialidad para la comunicación social gracias a la memoria de reconocimiento de las formas...”*(100); así pues, se representó al felino con las características propias del gato común, inmediatamente reconocible. *“Cuanto más representacional sea la información visual, más específica es su referencia...”*(101)

Y no es un hecho fortuito el que sea la imagen de un cachorro, de mirada vivaz y “sonrisa” esbozada, pues busca despertar en el destinatario cierta afinidad, tal y como si en realidad estuviese presente; *“...Umberto Eco (...) ha podido puntualizar: “Los signos icónicos no tienen las mismas propiedades físicas del objeto, pero estimulan una estructura perceptiva semejante a la que estimularía el objeto imitado.”*(102); además, a esta

representación se le han sumado un par de anteojos, de forma circular, que además de ser acordes con su rostro tan ovalado, tienen otra intención: *“El círculo es la forma perfecta, precisa (...) más dinámica, en equilibrio activo; simboliza la atención máxima.”*(103)

El conjunto de libros (“sostenidos” por una figura triangular que sólo sirve para conservar la coherencia del mimetismo), respeta un contraste de luz y sombra acorde con el ambiente de obscuridad que prevalece en el cartel; siendo que la fingida numeración en sus tomos, y la ausencia relativa del número ocho (que se supone, es sobre el que se encuentra el gato), corresponde a que en ese entonces el original estaba dirigido al séptimo concurso de cartel, por lo que se hacía referencia al octavo, por venir.

Sobre el cromatismo de los libros, cabe destacar que es de asociación simbólica. *“El verde (...) por su asociación vegetal ha sido símbolo tradicional de vida, regeneración...”*(104). Precisamente, este color de baja saturación que se reconoce como verde olivo o algún similar, tiene la intención de representar al conocimiento tradicional que es legado a una nueva generación; siendo que la riqueza de su sabiduría se simboliza mediante el color de páginas en el libro abierto. *“El amarillo, color solar, y símbolo sensual del oro...”*(105); el mismo color sirve para atraer con fuerza la mirada del espectador; *“...al amarillo como*

99) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p.107.

100) Ib, p.72.

101) Ob. Cit. DONDIS A., Dondis: *La sintaxis de la imagen*, p.91.

102) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p.73.

103) Ob. Cit. FABRIS, Germani: *Fundamentos del proyecto gráfico*, p.90.

104) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p.105.

105) Id.

color excéntrico, que tiende a desbordar los límites de la forma que lo contiene y a irradiarse fuera de ella...(106). Cabe destacar que la tipografía simulada sobre el libro abierto sirve sólo para asociar su imagen a la del objeto real.

La técnica mixta con la cual se elaboró el original del cartel (tinta aplicada mediante aerógrafo y estilógrafo, lápices de colores y rotuladores), responde a la funcionalidad de obtener, quizás no un hiperrealismo, pero sí un alto grado de mimetismo.

g) SELECCIÓN DE TIPOGRAFÍA Y ELABORACIÓN TÉCNICA:

Para casi todo el texto se empleó la familia tipográfica Times New Roman, por considerarse acorde a la intención compositiva y ser del todo funcional; *"...posee, en efecto, elevados grados de claridad y alcanza un máximo en sus posibilidades de lectura ocupando un mínimo espacio."*(107)

El texto principal (La curiosidad educó al gato), fue ubicado en la llamada zona horizontal superior, obedeciendo la lectura habitual de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo. *"Estas zonas se leen generalmente siguiendo las sensaciones humanas más habituales para la orientación y la lectura."*(108); este mismo texto se dividió en dos renglones, para así incrementar el cuerpo de su tipografía, de tal manera que se supone debiera ser legible a una distancia

máxima de 15.2 metros, para una persona cuya agudeza visual fuese óptima, según la cartilla optométrica más común; *"La agudeza visual es (...) la capacidad de distinguir los detalles de los objetos y apreciar sus formas (...) La determinación de la agudeza visual se puede realizar muy fácilmente. Existen diversos tipos de sistemas aunque todos ellos se basan en lo mismo: una escala de letras o cifras de dimensiones progresivamente decrecientes..."*(109); a esto se suma el uso de tipografía en altas y bajas, para facilitar aún más su lectura. *"El ojo percibe el contorno de las palabras y la memoriza más fácilmente si tiene una forma sinuosa; por esta razón la minúscula se adecua mejor que la mayúscula para la composición de textos..."*(110)

Es necesario destacar que los puntos suspensivos se han integrado por su funcionalidad; *"puntos suspensivos- Si en una cláusula se necesita pararse un poco, expresando temor o duda, o para sorprender al lector con palabras contrarias a las que deben constituir el sentido."*(111); siendo que a estos mismos, se les han simbolizado como huellas de felino, con la intención de ser comprendidas en doble sentido; *"...puede interpretarse en dos sentidos distintos y simultáneos, con signos que propician la ambivalencia (...) ambos sentidos son posibles y necesarios..."*(112)

Se agregó una frase secundaria en la zona horizontal inferior (SE CURIOSO Y LEE UN BUEN LIBRO), que funciona para librar de ambigüedad alguna la intención del

106) Ib, p.106.

107) TUBARO, Antonio: *Tipografía, Estudios e investigaciones*, Italia, Ed. Universidad de Palermo, 1994, p.37.

108) Ob. Cit. FABRIS, Germani: *Fundamentos del proyecto gráfico*, p.63.

109) BIERGE, J.: *Medicina para todos*, Barcelona, Ed. Ramón Sopena, 1960, p.243 y 245.

110) Ob. Cit. TUBARO, Antonio: *Tipografía*, p.109.

111) Ob. Cit. LAROUSSE: *Diccionario Pequeño Larousse Ilustrado*, p.855.

112) Ob. Cit. TAPIA, Alejandro: *De la retórica a la imagen*, p.56.

cartel; “...el texto interviene para amplificar el mensaje principal, corregir los mensajes ambiguos y suprimir los parásitos.”(113). Se consideró a esta segunda frase como una invitación explícita de suma importancia, y es por ello que se emplearon sólo letras capitales para expresarla.

Las frases fueron impresas en blanco sobre negro, para facilitar su lectura mediante contraste. “Lo Duca publicó hace años una tabla de los contrastes cromáticos más acentuados (...) 11. blanco sobre negro”(114); si las frases fueron impresas mediante serigrafía, es por que se respondía a la necesidad inmediata de que el cartel reflejara el “acabado final”; “Los trabajos reflejarán la apariencia final del cartel...(115)

Por otra parte, no se consideró desde un principio el espacio destinado a créditos, pues no formaban parte de los requisitos iniciales; fue hasta después de concluido el original, cuando el patrocinador solicitó se les destinara en alguna zona; dichos créditos, se propuso, fueran divididos equitativamente entre la zona vertical izquierda y la derecha, estableciendo así una relación de equilibrio; “...contrapeso que, cuando se usa en una composición visual, produce el efecto más ordenado y organizado posible.”(116)

ANEXO:

Se incluyen, como evidencias del trabajo, las reproducciones fotográficas de los carteles seleccionados, tanto del original, como del producto impreso (en ese mismo orden), con el fin de hacer evidentes las diferencias técnicas que resultaron en unos y otros; y que indudablemente trajeron consigo repercusiones semánticas:

113) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p.209.

114) Ib, p.205.

115) Ob. Cit. CONACULTA: *Convocatorias 97*, s/p.

116) Ob. Cit. DONDIS A., Dondis: *La sintaxis de la imagen*, p.45-46.

La curiosidad ...
educó al gato.



SE CURIOSO Y LEE UN BUEN LIBRO.



La curiosidad ...
educó al gato.



SE CURIOSO Y LEE UN BUEN LIBRO.



3.1.2.- DISEÑO DEL SEGUNDO CARTEL

(Correspondiente al segundo esquema de proceso comunicativo)

a) LINEAMIENTOS GENERALES:

Una vez que el patrocinador aceptó dar seguimiento al proyecto, lo primero que definió fue el formato a respetar (vertical u horizontal de 47 x 70 cm.); declarando un margen libre de por lo menos cinco centímetros, en la parte inferior de los carteles, destinado a créditos e información de los puntos de venta. Conceptualmente, los carteles podrían, o no, centrarse en cualquiera de las materias promocionadas por esta dependencia:

- Obras generales
- Filosofía
- Psicología
- Ciencias sociales
- Lenguaje
- Ciencias puras
- Ciencias aplicadas
- Artes
- Literatura
- Historia

Se consideró como destinatarios a las personas que conforman la "población

universitaria"; siendo que esto continuaba abarcando demasiado: alumnado mixto de nivel medio superior y superior, así como personal docente y administrativo en general. Para concretizar aún más, debieron tomarse en cuenta los lugares donde se llevan a cabo las consultas y comercializaciones del libro en la UNAM; es decir, las bibliotecas y librerías dependientes de la misma Universidad; las cuales son los lugares donde más comúnmente podrían situarse estos carteles.

A los anteriormente mencionados recintos universitarios, acuden, ante todo, alumnos, así como profesores e investigadores; quienes forman parte del sector académico, y tienen en común el ser universitarios, pero nada más, pues su característica principal es la diversidad en un sinnúmero de formas; razón por la cual se consideró necesario respetar criterios objetivos en materia de diseño, sin perder de vista la versatilidad de soluciones que permitirían aludir al gusto estético de un mayor número de espectadores.

b) CONFIGURACIÓN DE IDEA E INVESTIGACIÓN:

Si bien era cierto que podía aludirse a cualquiera de las materias antes mencionadas, se considera, en su momento, a la literatura como la más asociable a la lectura; por su indivisible asociación a la palabra escrita y su evidente sensibilidad.

“En la literatura de un pueblo se reflejan inequívocamente su manera de ser, sus ideas e ideales, creencias, aspiraciones e inquietudes (...) ensancha y depura la sensibilidad (...) Para ello se sirve de la palabra...”(117). La idea era: recurrir a la literatura, para aludir a su lectura, intrigando al posible espectador. *“ALUSIÓN (...) Modo en que se refiere indirectamente una idea por medio de otra.”*(118)

Para desarrollar dicha idea, se tuvo que reconsiderar a la literatura en su etapa universitaria, donde por razones pedagógicas suele estratificarse por tiempo, lugar y tendencias; que van desde la antigüedad, hasta el siglo XX.

En términos iconográficos, podría haberse aludido a cualquier obra literaria, pero si esto iba a ser desarrollado en un cartel, era preferible elegir aquellas en que intervinieran significantes de pronta identificación; es decir, que guardasen elementos propios, que no les permitieran confundirse entre sí y que, al mismo tiempo, les permitiesen coexistir en una sola representación. Por consiguiente, se procedió a seleccionar algunas obras literarias:

De dicha selección, se derivaron cinco obras (*), de personajes con características físicas y conceptuales distintivas; que se supuso, permitirían su reconocimiento individual; las obras u objetos a expresar fueron:

1. HAMLET / Drama teatral escrito por el inglés William Shakespeare; perteneciente a la tendencia renacentista.

2. FAUSTO / Poesía filosófica escrita por el alemán Johann Wolfgang Goethe; perteneciente a la tendencia neoclásica.

3. CYRANO DE BERGERAC / Comedia escrita por el francés Edmundo Rostand; perteneciente a la tendencia romántica.

4. Aventuras del ingenioso hidalgo
DON QUIJOTE DE LA MANCHA
Novela escrita por el español Miguel de Cervantes Saavedra; perteneciente a la tendencia renacentista.

5. El retrato de DORIAN GRAY / Novela escrita por el inglés Oscar Wilde; perteneciente a la tendencia romántica.

1. HAMLET:

Noble de Dinamarca que en realidad existió. *“Hamlet, príncipe de Jutlandia (...) vivió en el siglo V...”*(119). Jutlandia es una península de Dinamarca, localizada en la Europa septentrional; donde, para el periodo descrito se registra el principio de la era medieval; *“...la primera etapa de la Edad Media (siglo IV al VII d. de J.C.)...”*(120); época que se distinguía por el uso de armas y armaduras por parte de los nobles. *“El señor compraba frecuentemente armaduras*

117) MILLARES CARLO, Agustín: *Historia universal de la literatura*, México, Ed. Esfinge, 1964, p.9.

118) Ob. Cit. TAPIA, Alejandro: *De la retórica a la imagen*, p.51.

119) Ob. Cit. LAROUSSE: *Diccionario Pequeño Larousse Ilustrado*, p.1341.

120) Ob. Cit. LOZANO FUENTES, José Manuel: *Historia del arte*, p.233.

* Cabe aclarar que los géneros y las tendencias aquí atribuidas a las obras literarias, fueron corroboradas en el “Diccionario Pequeño Larousse Ilustrado”, así como en los libros de “Historia universal de la literatura”, de Alfonso Sierra Partida y Agustín Millares Carlo, respectivamente.

para él (...) *Las armas y armaduras se usaban constantemente...*"(121); lo que sumaron elementos significantes que servirían para contextualizar al personaje, mediante su indumentaria.

Debía hacerse hincapié en las sensaciones que el autor quiso y reflejara el personaje; "...soñador, filósofo, contemplativo..."(122); lo cual puede distinguirse en la imagen de una persona mediante su gesto, su mirada y porte. Dentro de su misma expresividad, se identifica a Hamlet con la famosa frase del "Ser o no ser...", donde la imagen asociada es la del protagonista contemplando un cráneo, mientras se sumerge en la duda proveniente de la idea de vengar la muerte de su padre; "...en el trance de obedecer al espectro de su padre, el rey de Dinamarca, que le exige tomar venganza de su asesino va difiriendo el hacerlo..."(123); de esto, se infirió, que la imperante venganza podría aludirse mediante la imagen de una espada, mismo elemento que ayudaría a contextualizar aún más al personaje, en tiempo y espacio.

2. FAUSTO:

Poema inspirado en una leyenda germánica. "*Fausto, n. de un personaje real, pero que se ha hecho legendario.*"(124). Su temática se desarrolla con la participación de dos personajes principales, el demonio Mefistófeles, y el doctor Fausto; "...hombre, que ansioso de descifrar los misterios de la vida o

de conseguir inefables placeres, hace un pacto con el diablo."(125); de ello se desprendió la necesidad de recurrir a la imagen de ambos, y relacionarlas de algún modo.

Para representar a Mefistófeles, era preferible emplear la imagen estereotipada del demonio, como recurso de identificación inmediata; su aberrante forma (siempre un tanto humana, pero por lo regular con largos cuernos y alas de murciélago), se puede constatar en imágenes que datan del siglo XVIII; sus características han perdurado en esencia, hasta en obras tan conocidas como las ilustraciones que sobre la "Divina Comedia" realizó Gustave Doré. "*La (...) forma de aberración viene determinada por su referente imposible en la realidad empírica, pero sin que tal imposibilidad haya impedido que su figura icónica haya sido asimilada e integrada en un proceso de socialización cultural (...) Esta es, propiamente, la categoría de (...) los monstruos a los que se les otorga el estatuto de existentes en la ficción, o de simulación de existencia.*"(126)

Por su parte, la imagen de Fausto, pudo haber sido la de cualquier mortal, en sentido de que no posee rasgos característicos con los que pudiera ser identificado prontamente, razón por la cual sólo restó el sumar, a su forma humana, elementos que lo relacionasen con la obra, y lo vinculasen al demonio con quien había pactado; dichos elementos fueron: el fuego; "...brotó del suelo una llamarada y en medio de ella apareció Mefistófeles."(127); su juventud recuperada

121) SANTILLANA: *Enciclopedia visual Altea*, Castillos, Madrid, Ed. Santillana, 1994, P.60.

122) Ob. Cit. LAROUSSE: *Diccionario Pequeño Larousse Ilustrado*, p.1341.

123) Ob. Cit. MILLARES CARLO, Agustín: *Historia universal de la literatura*, p.165.

124) Ob. Cit. LAROUSSE: *Diccionario Pequeño Larousse Ilustrado*, p.1289.

125) Ob. Cit. MILLARES CARLO, Agustín: *Historia universal de la literatura*, p.188-189.

126) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p.141-142.

127) Ob. Cit. W. M. JACKSON: *Enciclopedia El tesoro de la juventud*, t. VII, p.2195.

por obra del diablo; "...transformado Fausto en joven y esbelto doncel..."(128); y aquellos materiales que bien pudieron servir para enfatizar su acuerdo; "...su habitación, atestada de pergaminos (...) El pacto fue redactado y firmado con una gota de sangre."(129); por otra parte, para destacar la firma del contrato, se pensó en recurrir a un elemento propio de escritura, cuya imagen se relaciona fácilmente a la de los pergaminos, esto es, la pluma de ave.

3. CYRANO:

Para contextualizar a este personaje fue necesario considerar el lugar y la época en que existió; "...escritor francés (1619-1655)."(130); años en que los gobernantes fueron a su vez, Luis XIII y Luis XIV; "...LUIS XIII, rey de Francia de 1610 a 1643(...) LUIS XIV (...) de 1643 a 1715..."(131); mismos reyes, de quienes pueden observarse las modas predominantes en la época, gracias a las obras artísticas que los representan; "LUIS XIII por Ph. DE CHAMPAINE (...) LUIS XIV por COYSEVOX..."(132); y cuya validez puede constatarse si se observa su similitud con la indumentaria de un mosquetero, figura que bien podría adjudicarse a Cyrano. "MOSQUETERO (...) En los antiguos teatros, espectador que asistía de pie en la parte posterior del patio."(133)

Pero la característica física que en verdad distingue al personaje de Cyrano es su

singular nariz, lo cual supone un gran contraste entre su apariencia y su emotividad; "...personaje físicamente grotesco y espiritualmente heroico y abnegado."(134); sin embargo, antes que mostrarlo grotesco, se consideró preferible destacar el sentido que define a la obra como parte de la tendencia romántica; "...predominio de la imaginación en la literatura objetiva y de sensibilidad en la subjetiva, la preferencia por lo exótico y pintoresco, la exaltación de lo personal e individual..."(135)

4. DON QUIJOTE:

Para la figura de Don Quijote, no hizo falta más que la de recurrir a su imagen hiperformalizada. "En algunas producciones privan más las tradiciones, favoreciendo la consolidación de estereotipos hiperformalizados."(136); su físico, inspirado en el de Cervantes, ha sido reproducido una y otra vez por algunos de los más grandes artistas: "...ilustraciones de Doré, Daumier, Moreno Carbonero, Dalí, Picasso y Buffet..."(137); y es gracias a su obra, que el quiote presenta características que lo hacen inconfundible; "La historia de las artes plásticas constituye la mejor ilustración acerca de la tendencia de las formas a la inercia y al uniformismo consensuado socialmente, establecido durante largos periodos de tiempo..."(138). En sus ilustraciones, se encuentran los mismos rasgos y elementos, representados muy a su manera; "...caballero de edad madura (...) de complexión recia, seco

128) Ib, p.2197.

129) Ib, p.2195-2196.

130) Ob. Cit. LAROUSSE: *Diccionario Pequeño Larousse Ilustrado*, p. 1232.

131) Ib, p.1410.

132) Id.

133) Ib, p.702.

134) Ob. Cit. MILLARES CARLO, Agustín: *Historia universal de la literatura*, p.248.

135) Ib, p.208.

136) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p.133.

137) Ob. Cit. LAROUSSE: *Diccionario Pequeño Larousse Ilustrado*, p.1531.

138) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p.134.

de carnes, enjuto de rostro (...) armas que habían sido de sus bisabuelos (...) el casco no tenía celada de encaje (...) hizo otra visera (...) sin empresa en el escudo (...) su caballo (...) animal de aspecto macilento...”(139). Siendo que en todas las representaciones, que del personaje se han hecho, se respeta el sentido de parodia que le imprimió su autor; “...constituye uno de los libros más chistosos que jamás se hayan escrito.”(140)

Tras una figura tan bien conocida como la del Quijote, sólo restaba elegir el momento de un pasaje narrativo tan conocido como el personaje que lo interpreta; “...espoleó a Rocinante (...) enristró la lanza y, bien cubierto de su adarga, embistió con el primer molino que estaba adelante a todo galope...”(141); y qué mejor si la escena se repetía, casi de manera idéntica; “...enristró la lanza, aplicó las espuelas a Rocinante, y (...) arremetió contra los carneros como un rayo.”(142)

Se consideró preferible respetar la figura estereotipada de Don Quijote, para favorecer su pronta identificación; lo que se supuso, daría pauta a que el espectador dedujera, que el resto de retratos en el cartel, correspondían a otros personajes literarios; aunque no les reconociera de primera instancia; “...el observador, durante la acción de mirar, está comparando lo que ve con los modelos perceptivos adquiridos en su anterior experiencia cultural, prestando más atención a lo nuevo y desconocido que a lo obvio y familiar.”(143)

5. DORIAN GRAY:

“El retrato de Dorian Gray”, trata de un hombre cuya belleza es excesiva según el autor; “...una excepcional belleza varonil (...) joven sumamente atractivo...”(144); mismo, del cual cierto afamado pintor haría un retrato; “Basil Hallward, famoso artista de la sociedad, ardía en deseos de pintar su retrato...”(145); siendo que dicho retrato sería el que reflejara la perniciosa vida que llevaba el modelo; “...su corrupción sólo se manifestaba en el rostro del retrato.”(146)

Así, que los elementos considerados para aludir a la novela, fueron: el joven Dorian, con su gran belleza y su metamorfoseado retrato; entonces, se recurrió a la sinecdoque como estrategia comunicacional. “Figura que consiste en tomar la parte por el todo (...) un elemento representativo de un conjunto debe considerarse como significante del conjunto entero, haciéndolo inferir al receptor mediante su expresión.”(147). Para lo mismo, era necesario seleccionar un rasgo, de entre los característicos de Dorian; “...labios rojos y finamente curvados, ojos azules y francos, y pelo rubio y ondulado...”(148); aquel que pudiese reflejar los cambios que en su alma se suscitaban; “...el ojo, que se llama ventana del alma...”(149); y al mismo tiempo fuese símbolo de inmediata identificación. “La importancia del aparato ocular y de la visión ha sido reconocida por el ser humano desde tiempos muy remotos, mediante la acuñación de numerosos mitos...”(150). Además, fuera de su belleza carnal, hacia falta la imagen de

139) Ob. Cit. W. M. JACKSON: *Enciclopedia El tesoro de la juventud*, t.I, p.235-236.

140) Ib, t.XII, p.4267.

141) Ib, t.I, p.361.

142) Ib, t.I, p.367.

143) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p.24.

144) PAGE, Michael: *Enciclopedia de las cosas que nunca existieron*, Madrid, Ed. Anaya, 1996, p.158.

145) Id.

146) Id.

147) Ob. Cit. TAPIA, Alejandro: *De la retórica a la imagen*, p.72.

148) Ob. Cit. PAGE, Michael: *Enciclopedia de las cosas que nunca existieron*, p.158.

149) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p.134.

150) Ib, p.1.

su horrible representación, "...rostro repulsivo (...) como si todas las lacras del pecado estuvieran devorándolo..."(151)

Para establecer el nexo necesario entre el "ser animado", y el objeto inanimado, se recurrió a unos cuantos elementos secundarios. "Algunos instrumentos, entre ellos los pinceles, sirven para varias modalidades de pintura (...) La superficie más corriente para pintar al óleo es el lienzo (...) La gente suele pensar que el tipo más corriente de paleta es de madera..."(152). Lo que en su conjunto significaría la representación en cartel para la novela "El retrato de Dorian Gray".

C) CONSIDERACIONES

PRELIMINARES A LA

COMPOSICIÓN DEL CARTEL:

Antes de proceder a explicar la composición física del cartel, debe explicarse, que si se aludió a varias Obras Maestras de la literatura universal, fue debido a la intención de que el espectador se viera atraído por la variedad de formas en el sentido físico, y de temas en el sentido conceptual. "Cuanto más variada sea una composición, mayor será el interés que suscite..."(153); misma intención que resultó de valorar en su justa medida al destinatario; de quien se confió empleara su capacidad de raciocinio para la decodificación del cartel; a sabiendas de que dicho destinatario había cursado, cuando menos, hasta la etapa de educación media

básica, y continuaría su instrucción pedagógica como universitario. "La actividad perceptiva se desarrolla y perfecciona, por lo tanto, con el transcurso de la edad..."(154); esto es, aludir tanto a su inteligencia, como a su imaginación. "La función creativa del lector es tanto mayor cuanto mayor es la polisemia..."(155)

Esta polisemia podría parecer una contradicción para la elaboración de un cartel, en sentido de su funcionalidad, pues se sabe que por lo regular son planeados para decodificarse inmediatamente, como una imperante en la economía de la lectura. "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..."(156); sin embargo, dicha imperante de simplicidad, depende del contexto en que se desenvuelva el cartel. Y es que, con los carteles previos a éste, se observó que el espectador tenía la opción de distinguirlos más detenidamente. "México es el país en que los carteles son para interiores, están pensados para los pasillos de las universidades, de los edificios o de algunas salas culturales, lo que significa que estamos limitados a hacer carteles de 70 x 45 cm..."(157); precisamente de aquí se derivó la alternativa de emplear imágenes que "obligaran" al espectador a detenerse un momento para contemplar e inferir el significado del cartel, tal y como lo menciona el cartelista René Ascuy: "...yo creo que un cartel también puede ser un susurro,

151) Ob. Cit. PAGE, Michael: *Enciclopedia de las cosas que nunca existieron*, p.158.

152) Ob. Cit. DALLEY, Terence: *Guía completa de ilustración y diseño*, p.58, 60 y 61.

153) Ob. Cit. FABRIS, Germani: *Fundamentos del proyecto gráfico*, p.29.

154) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada Opulenta*, p.24.

155) Ib, p.91.

156) Ib, p.204.

157) LOPEZ CASTRO, Rafael: *Entrevista para el boletín QUORUM N°2*, México, s/ed., 1994, p.5.

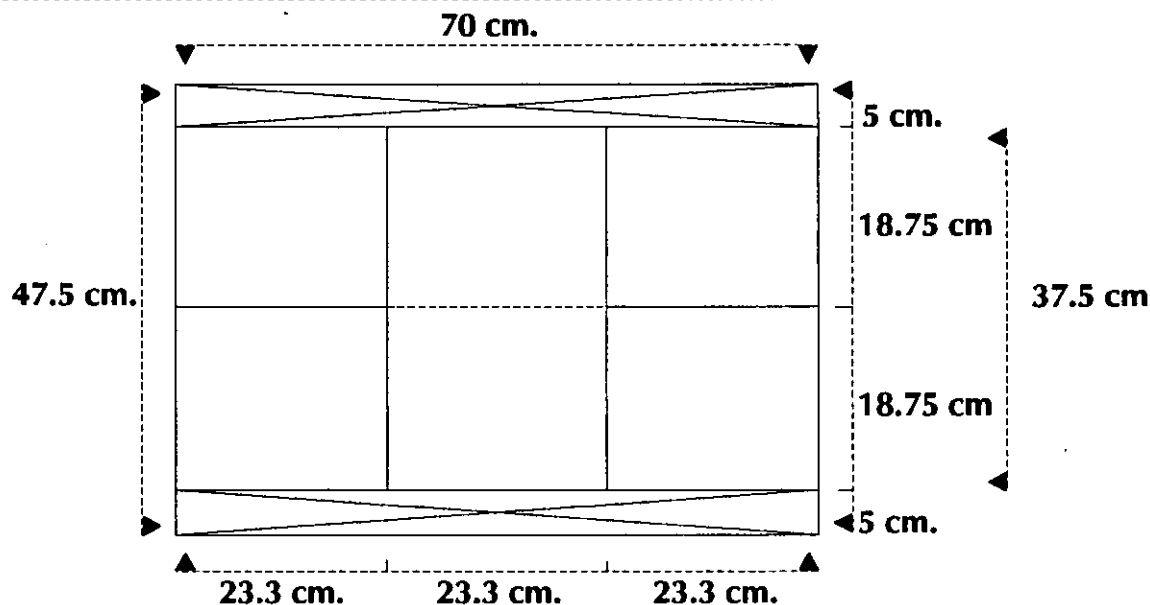
una imagen que te lleve a la reflexión, aunque tengas que detenerte a analizarlo por más tiempo, lo que podría significar un nuevo lenguaje, la antítesis de su composición original, pero que podría quizá resultar más efectivo.”(158)

d) COMPOSICIÓN:

En sentido de su variedad y contraste de imágenes, el cartel se adjudica un carácter de composición dinámica; “...dominada por el contraste en todas las expresiones posibles que los distintos signos puede ofrecer...”(159); siendo que su composición habría de centrarse en la modalidad polifónica; “...se habla también de otros temas compositivos desarrollados

simultáneamente y que se compenetran entre sí...”(160)

Precisamente, debido a la variedad de elementos, era necesario algún tipo de distinción entre ellos; así es que se procedió a darles distintas proporciones a las imágenes; lo que dependería tanto del sentido conceptual, como del espacio conferido a cada una. “La proporción y la escala dependen de la manipulación del tamaño o espacio, en función del efecto perseguido...”(161); su consecuente contraste de escalas y pesos, vendría determinado por la misma necesidad de individualizarles; “...la vista funciona con más eficacia cuando las configuraciones que observamos están visualmente clarificadas gracias al contraste.”(162)



158) ASCUY, René: *Entrevista para el boletín QUORUM N°2*, México, s/ed., 1994, p.5.

159) Ob. Cit. FABRIS, Germani: *Fundamentos del proyecto gráfico*, p.20.

160) Ib, p.21 y 24.

161) Ob. Cit. DONDIS A., Dondis: *La sintaxis de la imagen*, p.116.

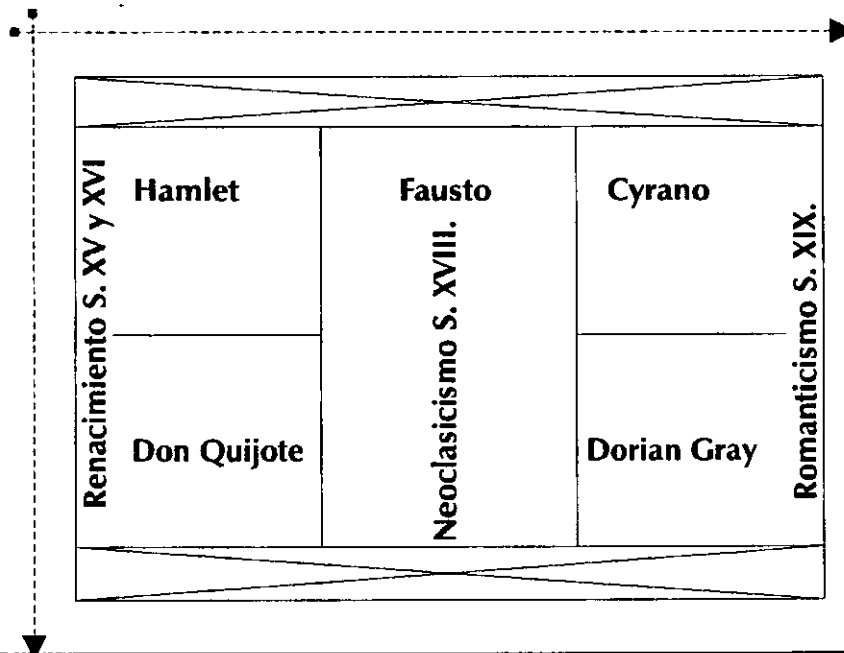
162) Ib, p.106.

No se pretendía que el contraste entre sus pesos discriminase unas obras de otras. *“El peso no debe confundirse con la importancia. Por ejemplo, un signo en posición central es siempre más importante que otro en posición lateral, aunque sea menos pesado.”*(163). Lo que sí debía procurarse, era un equilibrio entre los diversos elementos asimétricos: *“El peso de los elementos de diseño pueden ajustarse también asimétricamente (...) El proceso no es tan fácil de manifestar y definir, por lo que suele parecer intuitivo en lugar de físico.”*(164); por la misma razón, lo primero fue descomponer al formato en módulos básicos, que establecieran la ubicación racional de los elementos.

Como ya el patrocinador había dispuesto de 5 cm. en la zona inferior, se decidió no

emplear imagen icónica alguna en su contraparte simétrica, con el objeto de conservar ese espacio para la frase principal; dejando así libre un rectángulo de 37.5 x 70 cm.; para la exclusiva representación de las obras; en donde para su equilibrada división se crearía una serie de módulos básicos; *“...las diferencias de peso arriba-abajo e izquierda-derecha tienen un gran valor en las decisiones compositivas. Esto puede propiciar un conocimiento refinado de la tensión (...) una división lineal del rectángulo en una composición nivelada...”*(165)

A partir de esta equilibrada división del formato, se procedió a planear el sitio que habrían de ocupar los elementos iconográficos, conforme a una secuencia de lectura razonada; *“...basada en la respuesta*



163) Ob. Cit. FABRIS, Germani: *Fundamentos del proyecto gráfico*, p.129.

164) Ob. Cit. DONDIS A., Dondis: *La sintaxis de la imagen*, p.111.

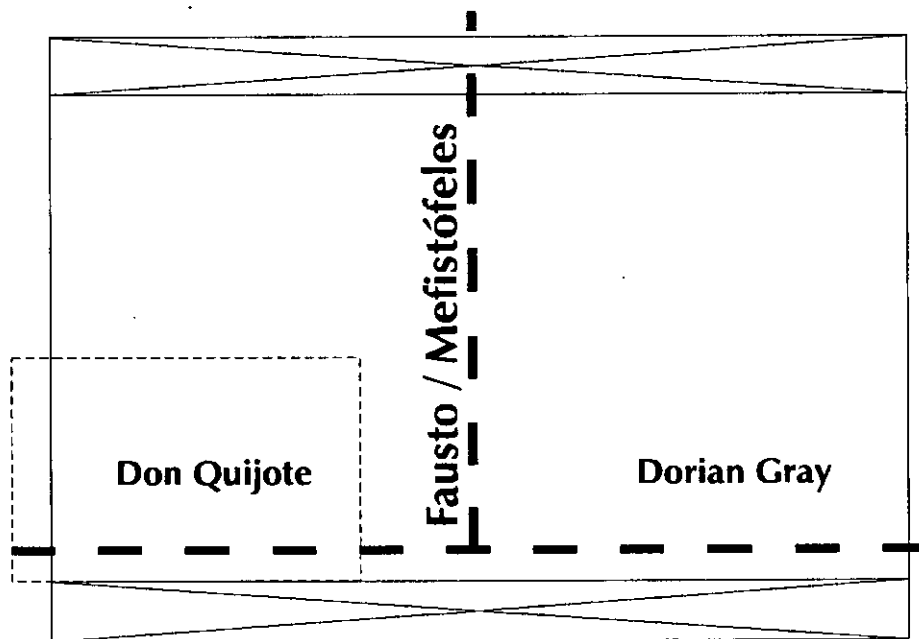
165) Ib, p.43.

compositiva a un plan de presentación que se dispone en un orden lógico.”(166)

Dicho plan, presupuso la secuencia más común de lectura; “...en respuesta al proceso inconsciente de la medición y el equilibrio regido por el “eje sentido” y las preferencias izquierda-derecha y arriba-abajo...”(167)

El sitio preferente para cada imagen, respondió a un sentido de funcionalidad; tal era el caso de que la obra “Fausto” ocupase el centro del cartel, pues requería de dicha amplitud para representar a sus personajes; los cuales conformarían el eje sentido vertical, mientras que el eje horizontal lo constituirían las imágenes de Don Quijote

sobre su caballo y Dorian Gray con su retrato. “El proceso de establecimiento del eje vertical y de la base horizontal atrae la mirada con mucha más intensidad hacia ambas áreas visuales, dándoles automáticamente una importancia compositiva mayor.”(168); súmese a esto, la intención de aludir de forma directa al espectador mediante la mirada y actitud implicativa en la imagen de Mefistófeles, que... “...compromete emocional y moralmente al observador.”(169). Por otra parte, se designó a la importante figura de Don Quijote (ya se especificó el porqué) un punto de relevancia estratégica; “...el ojo favorece la zona inferior izquierda de cualquier campo visual...”(170)



166) Ib, p.143.

167) Ib, p.80.

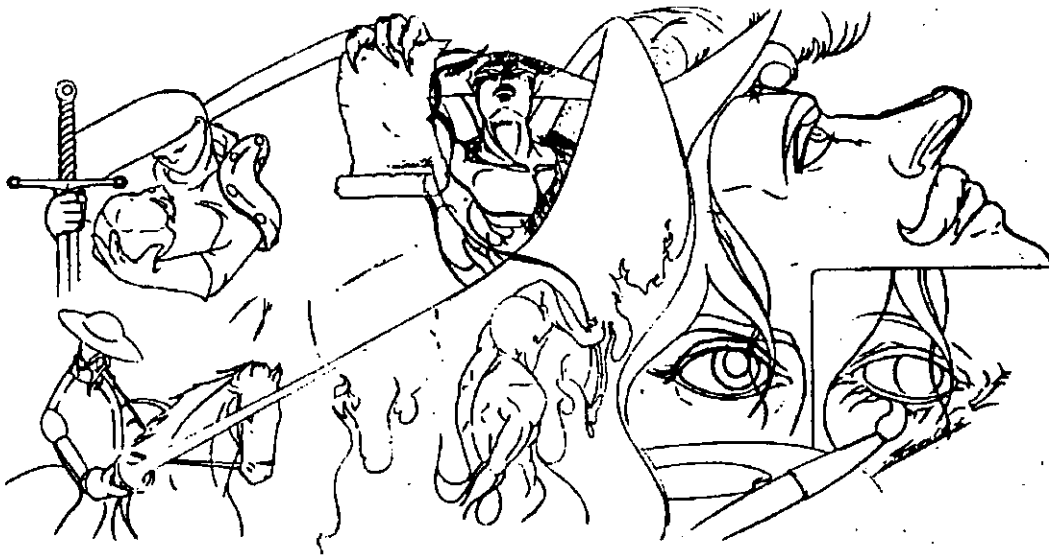
168) Ib, p.39-40.

169) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p.208.

170) Ob. Cit. DONDIS A., Dondis: *La sintaxis de la imagen*, p.42.

e)

BOCETAJE:





f) SEMÁNTICA ICONOGRÁFICA

 DEL CONJUNTO:

El punto de partida para su explicación será la imagen de Mefistófeles, pues se considera la figura principal, debido a su ubicación (central-superior), su amplitud (alrededor de las dos terceras partes del formato), su relación directa o indirecta con el resto de las figuras, y su directa implicación para/con el espectador.

Se le representó como un ser fantástico, poseedor de una desmedida mayor proporción, fuerza muscular y gallarda actitud, con respecto de la rejuvenecida imagen de Fausto, confinada a la zona inferior; así se simbolizaría el poderío del demonio y su consecuente superioridad sobre lo carnal.

Esta misma representación, muestra, sin más preámbulo, la imagen del pergamino en que se supone ha sellado el pacto con el doctor, siendo este último quien firma con una pluma de ave el documento; al tiempo que se contorsiona y se funde con las llamas infernales que simbolizan su perdición temporal.

El vínculo entre ambos personajes se estableció mediante la descripción del contorno externo del ala izquierda del demonio, que se une al descrito por las llamas; la dirección en que Fausto dirige su cuerpo (en sentido opuesto al de Mefistófeles y forzando su cabeza hacia él); la relación luz-sombra (que en ambos personajes está determinada por la iluminación que se supone y proviene de la llamarada); y la línea descrita por la firma de Fausto en el contrato (que hace intersección al centro del formato cuando se encuentra con el contorno interno del ala izquierda del demonio).

Dicha intersección conforma un punto primordial para percibir el vínculo entre ambas figuras, razón que basta para señalarle (e interferir en dicha acción), mediante la lanza del Quijote; lo que a su vez significa la ciega lucha que de entre su locura realiza este personaje contra la injusticia (razón por la cual está cubierta su mirada).

Mientras que la figura de Don Quijote "viaja" hacia la confrontación, la de Hamlet da la espalda al resto de las figuras, y aunque

es abarcado por el ala derecha del demonio (hecho que simboliza la maldad que en su momento le acongoja), el personaje se abstrae; pues a pesar de la gallardía que se le atribuye a su cuerpo (erguido hasta los hombros), la inclinación de su cabeza muestra un rostro sin emociones, sumergido en un estado de absoluta reflexión; al tiempo que mira el cráneo que sostiene sutilmente con su mano derecha, y que devela indecisión si se compara con la fuerza que emplea en su mano izquierda para sostener a la reposada espada, que simboliza su tan cercana y necesaria venganza.

Al otro extremo, también da la espalda la figura de Cyrano quien se mantiene aun más aislado que el mismo Hamlet, en sentido de que conserva la actitud del poeta romántico que es, y que deja ver mediante la ternura de su mirada y la pose contemplativa que adopta su cabeza, la cual, de perfil, pone en evidencia su principal rasgo fisonómico.

Bastó representar a Cyrano con un fino cabello, para así guiar la visión del espectador hacia la imagen de Dorian Gray, e incluso sirve para formar parte de este último, quien dirige su vanidosa mirada hacia su deforme representación, por medio de un ojo cuyas características fisiológicas son propiamente masculinas e "ideales" (refiriéndose así a su singular belleza).

Su perpleja mirada de pupila dilatada alude al ambiente de obscuridad predominante en el cartel, siendo que observa a su presumiblemente misma imagen;

reconocible sólo por coincidir en la dirección de su mirada y la representación de su cabello; además de por los elementos de pintura que vinculan al modelo y a la copia que es señalada por un pincel.

Resta mencionar que todo lo icónico, se aísla mediante un margen que simula ser un pergamino, y que sirve para unificarles como estructura de un "mismo tema". *"El margen, como marco del cuadrado, crea un recinto, una barrera de confines que protege el juego de las fuerzas compositivas de las perturbaciones que puede ejercer el ambiente exterior."*(171)

g) SEMÁNTICA

DEL ACROMATISMO

Y ELABORACIÓN TÉCNICA:

Aunque desde el principio se contempló el uso del color para este cartel, lo más probable es que de éste hubieran derivado múltiples relaciones semánticas, que complicarían su lectura. *"En esta economía de la lectura suele desempeñar un papel importante el color, como organizador de la lectura, gobernando el trayecto de la mirada, discriminando las formas y deslindando los signos colindantes y yuxtapuestos."*(172); por ello es que se empleó el acentuado contraste blanco y negro, para destacar las interrelaciones e individualidades de las figuras. *"La significancia de lo positivo y lo negativo en este contexto denota simplemente*

que hay elementos separados, pero unificados en todos los acontecimientos visuales."(173)

Así, mientras los espacios en negro permiten se desarrolle una estrategia de elipsis. *"Forma de construcción donde se suprimen algunos elementos del enunciado mediante un salto, sin que ello afecte el sentido pues lo que está ausente se da por entendido (...) permite así un "ahorro" de signos y cuenta con la participación del espectador, quien se encarga de entender la expresión sin necesidad de que ésta haga explícito todo."*(174); mediante el blanco los iconos toman la parte activa de las fuerzas compositivas que se atraen, confrontan y/o eluden; *"...lo que domina la mirada en la experiencia visual se considera elemento positivo, y elemento negativo aquello que actúa con mayor pasividad."*(175)

Para la representación acromática de los elementos icónicos, se empleó una técnica mixta, consistente en aplicar tinta negra por medio de un pincel, para las zonas enteramente oscuras; y el uso del lápiz Conté, para la descripción tonal y la consecuente puesta en evidencia de la textura óptica; *"...la imagen icónica está construida, y su ilusión opera para el ojo humano, gracias a sus líneas de contorno, a sus trazos y/o texturas..."*(176)

Independientemente de la textura que a cada elemento corresponde, la "aspereza" rescatada del formato, tiene la intención semántica de ser relacionada con aquello que debido a su antigüedad adquiere dicha

171) Ob. Cit. FABRIS, Germani: *Fundamentos del proyecto gráfico*, p.61.

172) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p.204.

173) Ob. Cit. DONDIS A., Dondis: *La sintaxis de la imagen*, p.49.

174) Ob. Cit. TAPIA, Alejandro: *De la retórica a la imagen*, p.57.

175) Ob. Cit. DONDIS A., Dondis: *La sintaxis de la imagen*, p.50.

176) Ib, p.74.

propiedad; refiriéndose así a lo trascendental de estas obras.

h) SELECCIÓN DE FRASE

Y TIPOGRAFÍA:

Ya se había tomado en cuenta la idea de que la frase tuviese el mismo sentido que el de la "imagen principal" (la de Mefistófeles); *"...enunciado imperativo e implicativo para su contemplador (...) pues interpela al destinatario, utilizando preferentemente la segunda persona del pronombre personal..."*(177); así pues, la frase se centraría en aludir al espectador mediante un desafío directo, sobre la lectura de las Obras Maestras de la literatura universal, calificadas como inmortales; *"...el mensaje lingüístico reduce la polisemia de la imagen a la monosemia, determinando su sentido y orientando su lectura."*(178); por esta razón, la frase se enunció de la siguiente manera:

"ATRÉVETE A LEER LO INMORTAL".

La frase, sería, a partir del segundo cartel, puesta a consideración del patrocinador, con el fin de que éste la aprobase, o no; siendo que si la favorecía en su totalidad (como lo fue en este caso), faltaría aún que consintiera el uso de la tipografía recomendada; la cual tendría que seleccionarse de entre las fuentes de un programa computacional, preferido por el patrocinador, por cuestiones de tiempo y economía.

Se recomendó el uso en altas (para reforzar el carácter imperativo de la frase), de la fuente denominada Bangkok, conocida también como Benguiat, cuya sinuosa silueta, además de ser sumamente legible, era acorde con el sentido estético predominante en el cartel; *"...las letras más articuladas se reconocen mejor que aquellas con perfiles simples (...) Para un gráfico es (...) muy importante, a los efectos de una correcta interpretación de una obra la elección de un carácter adecuado."*(179)

El espacio destinado a la frase sería el suficiente para que el cuerpo de la tipografía fuese legible a una distancia máxima de 15.2 metros (según la escala optométrica antes empleada); dicha dimensión de cuerpo sería determinada por el departamento de diseño de la Dirección General de Fomento Editorial, el cual también se encargaría de seleccionar las familias tipográficas, el cuerpo y distribución del resto de la información, que iría en la zona horizontal inferior; mismo lugar a donde se relegó la recomendación que se sostuvo desde un principio, sobre que a la frase principal le hicieran compañía, inmediatamente abajo, pero en menor escala, los nombres de las obras representadas; que servirían tanto para identificar a los personajes, como para servir de referencia a todas aquellas personas que intriguadas por los temas literarios tomaran la iniciativa de buscar los títulos en alguna librería o biblioteca.

177) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p.208.

178) Ib, p.56.

179) Ob. Cit. TUBARO, Antonio: *Tipografía*, p.59-60.



ATREVETE A LEER LO



LIBROS

3.1.3.- DISEÑO
DEL TERCER CARTEL

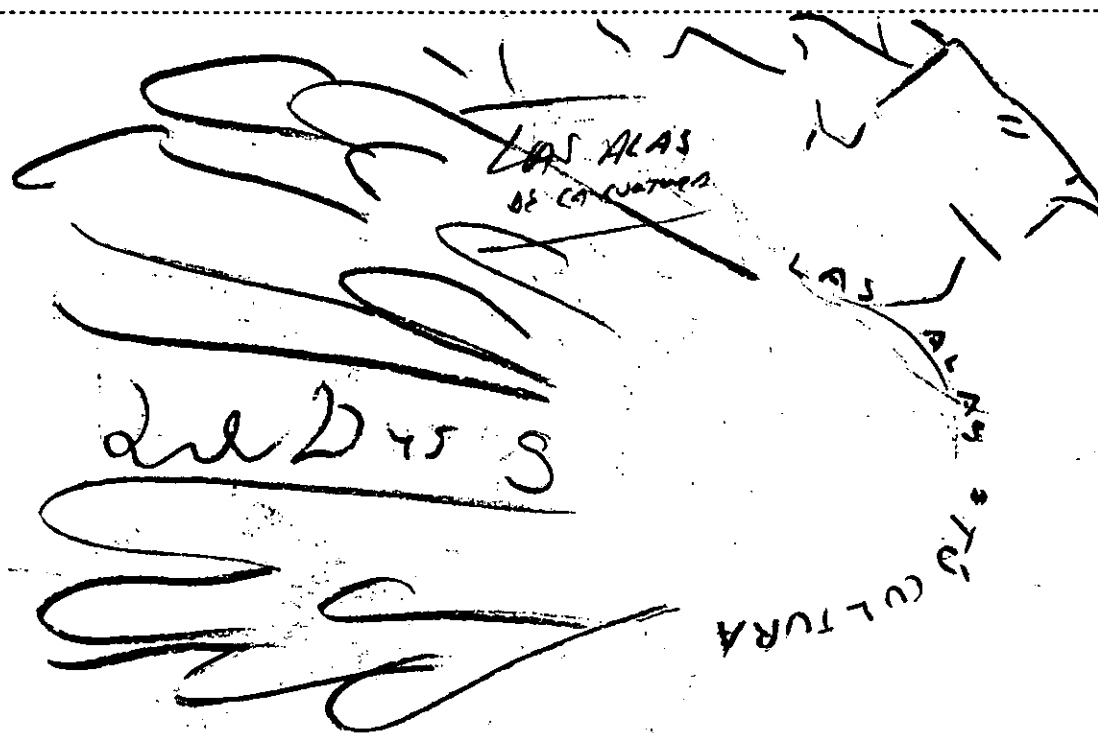
(Correspondiente al tercer esquema de Proceso comunicativo)

a) PROPUESTA
DEL PATROCINADOR:

El patrocinador fue quien en este caso inició con el proceso creativo; mediante un

boceto que entregó al diseñador, al tiempo de explicarle su intención; consistente en fusionar la imagen de un águila (que simbolizara a la que se encuentra en el escudo de la UNAM), con la figura de un libro. Queriendo así, exaltar los valores universitarios, vinculados a su labor editorial.

Pidió se respetaran los lineamientos antes referidos (formato y margen inferior), e hizo entrega del boceto guía aquí presentado:



ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

b) RECONSIDERACIÓN
DEL BOCETO GUÍA:

La fusión del águila y el libro, presupuso el uso de la figura retórica denominada metáfora; “...implica hacer una asociación con la que se connota a una idea agregándole sentidos que de suyo no tiene pero que el enunciado hace incorporar mediante una metamorfosis (...) se relaciona hasta cierto punto con lo fantástico, pues implica la sustitución de uno o más objetos referenciales por otro que le resulta ajeno pero revelador, originando un sentido imposible en la realidad aunque no en el sentido, que se entiende forma figurada. Su comprensión exige pues un juego de asociaciones semánticas en el receptor.”(180). Dichas asociaciones semánticas no constituirían gran dificultad, pues el destinatario tiene bien presente la imagen del águila (por lo menos a nivel

subconsciente), como elemento que alude a la institución de la que él forma parte; “...los actuales símbolos emblemáticos que porta el Escudo de la Universidad Nacional Autónoma de México (...) custodiado por un águila y un cóndor (...) el águila representa a nuestro México legendario...”(181); mientras que, por su parte, el libro se sobreentiende como elemento de lectura.

La frase, por el momento, pasaría a segundo término; lo que interesó al patrocinador era una imagen impactante, con los elementos icónicos preestablecidos. Se consideró importante recurrir a la exactitud anatómica del águila, para que ésta fuese reconocida sin ambigüedad, y para mostrar la belleza de su forma con el objeto de agrandar al gusto estético del destinatario; “...la intención de producir una duplicación óptica unívoca, investida del mismo valor semántico que el original.”(182)

c) BOCETAJE:



180) Ob. Cit. TAPIA, Alejandro: *De la retórica a la imagen*, p.62.

181) GACETA UNAM, N°3023, México, 1996, p.16.

182) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p.72.

d) COMPOSICIÓN

Y SEMÁNTICA ICONOGRÁFICA:

La posibilidad, descrita en el boceto guía, de incorporar la imagen del libro a la cabeza del águila, fue descartada por su incompatibilidad icónica y su desagradable nivel estético. Muy por el contrario, se encontró una imagen del ave, a la que podría atribuirse gran capacidad semántica al estructurarse con otros elementos.

De la misma imagen del águila se derivó la perspectiva empleada para el libro, lo que se consideró contribuiría a su impacto; *"...la imagen canónica de acuñación renacentista y su código perspectivo sigue operando como modelo dominante de perfección icónica en nuestra cultura, y sobre todo en la cultura de masas."*(183); aunque no importó, en esta ocasión, el que la perspectiva de un elemento no coincidiese con la del otro. *"No hay una sola visión y representación del mundo, sino infinitas, basadas en las más variadas convenciones."*(184); pues más interesó su relación simbólica con base en la yuxtaposición; *"...interacción de estímulos visuales situando al menos dos claves juntas y activando la comparación relacional."*(185); mientras que su relación física era preferible basarla en criterios de estética y contrapeso.

Ambos elementos miméticos se unieron mediante la abstracción; por aquello que simulan ser hojas del libro, que en su continuidad establecen un ritmo constante;

"...sucesión regular de un mismo organismo según un movimiento de traslación o de rotación..."(186); y que se pierden gradualmente, con la intención de hacer hincapié en la fingida transmutación. *"Ciertas imágenes icónicas tratan de expresar con convenciones algunas cualidades o fenómenos no visibles ni fotografiables, como la transitividad y el movimiento en las imágenes estáticas."*(187)

También se fusionaron estas imágenes por medio de gradaciones tonales que referirían a un estado etéreo, que funcionaría para que el espectador lo relacionase con la idea del "espíritu universitario":

"...la curiosa estructura significativa de ciertos sintagmas no figurativos o aicónicos, y que a pesar de tal carencia configuran unidades supragmentales, está referida a unos niveles de pertinencia perceptivo-cognitiva de orden metamimético, o simbólico, cuya intrigante fundamentación reside en analogías subliminales, en asociaciones funcionales de las formas, en convenciones metafóricas o metanímicas, o en la simbología subconsciente proyectada."(188)

De conjuntar los elementos iconográficos, se obtuvo un conjunto de fuerzas compositivas, cuya estabilidad radicaría en la base, formada por el libro y la zona horizontal inferior; siendo que esta última necesitaba de un tratamiento gráfico que le confiriera mayor peso. *"...Se admite, en general, que la parte inferior de una figura*

183) Ib, p.76.

184) Ib, p.83.

185) Ob. Cit. DONDIS A., Dondis: *La sintaxis de la imagen*, p.143.

186) Ob. Cit. FABRIS, Germani: *Fundamentos del proyecto gráfico*, p.34.

187) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p.98.

188) Ib, p.102.

requiere más peso que la parte superior: en efecto, el sentido común confirma que la pesadez de la parte baja de los objetos es una garantía de estabilidad.”(189). Posterior a esto, se analizó la posibilidad de continuar el mismo tratamiento en su contraparte simétrica; con la finalidad de destinar a esta zona la frase principal, así como para conformar un marco que funcionara como aislante de las interrupciones exteriores.

Después de esto, se consideró un juego de tensiones entre la zona horizontal superior, en su extremo izquierdo, y la inferior, en su extremo derecho; al contener, respectivamente, al escudo de la UNAM, y al logotipo de la Dirección General de Fomento Editorial; *“...los dos puntos luchan en su interacción por atraer la atención, creando declaraciones comparativamente individuales a causa de su distanciamiento...”(190)*

Ambos símbolos habrían de contenerse en formas triangulares que servirían para ser asociadas; *“...el ojo pone las conexiones que faltan y relaciona automáticamente las unidades semejantes con mayor fuerza.”(191);* así como para continuar la misma tendencia que había resultado de las fuerzas compositivas. *“La dirección diagonal (...) es la fuerza direccional más inestable y en consecuencia la formulación visual más provocadora.”(192)*

La misma dirección diagonal de los triángulos, se pensó, serviría para guiar la visión del espectador al principio y fin del cartel. *“El triángulo (...) su dirección y dinamismo son evidentes y seguros y convergen en el punto ideal representado por el vértice.”(193)*

Más allá, existe un mayor aguzamiento que domina la totalidad del formato, y que consiste en un triángulo isósceles, descrito por la figura del águila; *“... por su acentuada verticalidad, sugiere movimiento, voluntad y elevación.”(194)*

La dirección en que se dirige el águila, y la inclinación izquierda del eje sentido (casualmente derivadas de la composición), prevén la zona primera en que el espectador dirigirá su mirada; *“...existe un esquema primario de escudriñamiento del campo que responde a los referentes verticales horizontales (...) y un esquema de escudriñamiento secundario que responde al impulso perceptivo inferior izquierdo...”(195)*

La suma de todo lo expuesto con respecto a la composición de este cartel, lo ubica en la modalidad dinámica; *“inclinada a expresar la sensación del momento con todas las técnicas y medios de que dispone (...) debe someterse, forzosamente, a ciertas exigencias que son fundamentales para la composición...”(196)*

189) Ob. Cit. FABRIS, Germani: *Fundamentos del proyecto gráfico*, p.131.

190) Ob. Cit. DONDIS A., Dondis: *La sintaxis de la imagen*, p.46.

191) Ib, p.48.

192) Ib, p.60.

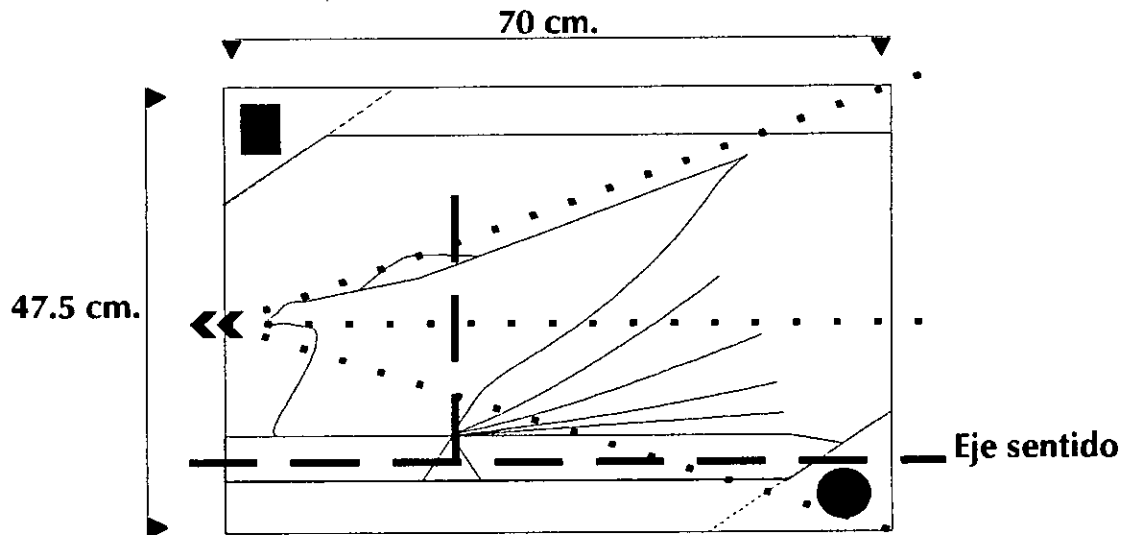
193) Ob. Cit.. FABRIS, Germani: *Fundamentos del proyecto gráfico*, p.89.

194) Id.

195) Ob. Cit. DONDIS A., Dondis: *La sintaxis de la imagen*, p.42.

196) Ob. Cit. FABRIS, Germani: *Fundamentos del proyecto gráfico*, p.20.

RESULTADO GRÁFICO - COMPOSITIVO



e) SEMÁNTICA DEL CROMATISMO
Y ELABORACIÓN TÉCNICA:

El color del águila se modificó un poco en cuanto al original, para asemejarla más al “águila dorada”, que se infiere, es la que aparece en el escudo universitario, pues esta especie es la que habita en el territorio de la República, y es la representada en el Escudo Nacional. Para unir su imagen a la del libro se empleó el aerógrafo; instrumento que permitió producir desde las más pronunciadas hasta las más sutiles gradaciones tonales que eran necesarias (alternando su uso con lápices de colores, para contornos y detalles).

El cromatismo del libro sería “desbordado” a propósito, por la funcionalidad de su forma no figurativa (inclinaciones diagonales y gradaciones que refieren a lo etéreo). Su color amarillo, tendría la intención semántica de asociarse al contexto universitario; “...el color, como dato sensible, es metabolizado e interpretado por su observador no sólo a partir de sus valores físicos, sino mediatizados profundamente por cuatro variables decisivas: la del macrocontexto y del microcontexto sociocultural en que tal color se enmarca, la de sus contrastes en la estructura policroma dispuesta sobre su soporte, y las características concretas de la subjetividad de su observador.”(197)

Es decir, el amarillo (o alguna de sus variables cromáticas), puede asociarse fácilmente a la UNAM, siempre y cuando aparezca al lado de un matiz cian de alta saturación y baja luminosidad, presente en algún producto cultural cuya imagen se vincule al de la Máxima Casa de Estudios. Cabe mencionar que el tan necesario cian se integró al cartel por medio de las zonas destinadas a texto.

f) SELECCIÓN DE FRASE Y TIPOGRAFÍA:

A pesar de que el boceto guía ya presentaba algunas propuestas de frase (LAS ALAS DE LA CULTURA y LAS ALAS DE TU CULTURA), el patrocinador solicitó al diseñador una sugerencia, basada en sus propias ideas. De lo mismo se consideró que era necesario centrar su contenido a la contundencia de la imagen; procediendo así a descartar ciertos elementos textuales; quedando, a fin de cuentas, de la siguiente manera: "ALAS DE CULTURA".

El exaltante y preciso sentido, tanto de la frase como de la imagen, motivó a sugerir letras capitales para su representación; así como el uso de una familia tipográfica acorde a las previas intenciones compositivas; "...en algunos casos, a efectos de una comunicación visual de mayor impacto, es más importante que el alfabeto tenga particulares características decorativas, aun en desmedro de su legibilidad."(198); por ello es

que se propuso, de entre las opciones de computadora, al tipo denominado Colonna; caracter fantasía, del cual no se consideró que perjudicaría la legibilidad de la frase, pues se circunscribe a los principios de estructuras clásicas; "...resultan (...) más legibles los caracteres que presentan gracias tales que no disturben la forma canónica de las letras..."(199). El mismo caracter, fue seleccionado por sus fragmentaciones y pronunciados trazos terminales (sobre todo por los de la letra "A"), que refieren y acentúan las direcciones descritas por los elementos icónicos. "Todos los contornos básicos expresan tres direcciones visuales básicas y significativas: el cuadrado, la horizontal y la vertical (...) el triángulo la diagonal... el círculo, la curva..."(200)

En un principio se consideró que a la frase le vendría bien una tonalidad amarilla, tanto por contraste como por semántica; siendo que "dificultades técnicas" obligaron a la imprenta a modificar el matiz, inclinándolo hacia el naranja; lo que se supuso no iría en detrimento de lo visual, pues se sabe que no es necesaria su legibilidad a una distancia de 21.3 metros (lo que se hubiera dado en las mejores condiciones de contraste); ni de lo referencial, pues el color naranja tenía en su favor la semejanza con algunos matices de la zona icónica, así como un simbolismo acorde con las intenciones compositivas del cartel. "Según Goethe, los colores (...) (amarillo, naranja y rojo) hacen al hombre "vivaz, activo y dinámico"..."(201)

198) Ob. Cit. TUBARO, Antonio: *Tipografía*, p.59.

199) Id.

200) Ob. Cit. DONDIS A., Dondis: *La sintaxis de la imagen*, p.60.

201) Ob. Cit. GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, p.104.





CONCLUSIONES

PRIMERA:

El proyecto contribuyó a que los destinatarios considerasen los beneficios de la lectura; esto se confirma después de llevarse a cabo una encuesta que arroja los siguientes datos:

1-A

Hubo preferencia del público hacia los carteles, según aseveraciones de los titulares de las dependencias, librerías y bibliotecas del sistema universitario; quienes dieron fe sobre la atención, el agrado e interés manifestado por un sinnúmero de personas que preguntaban sobre el costo que habrían de tener y/o el sitio, en la Ciudad Universitaria, donde podrían adquirirse dichos carteles. De dicha preferencia se infiere que la integración entre la imagen y el slogan del cartel, en la intención y manejo de su significado, hizo o hará mella en la mente de su espectador.

1-B

Su consecuencia fue una creciente demanda de ejemplares, reportada a la Dirección General de Fomento Editorial, por parte de los mismos lugares en que fueron distribuidos, así como por otros fuera de la Máxima Casa de Estudios.

SEGUNDA:

Se incrementó la difusión de la imagen institucional de la Universidad Nacional Autónoma de México, así como de la Dirección General de Fomento Editorial, pues sus respectivas insignias estuvieron siempre presentes en cada ejemplar, mientras que un progresivo aumento en su reproducción (de 250 a 700 impresos por cartel), permitió que se distribuyeran en los siguientes lugares:

2-A Las catorce librerías universitarias.

2-B Las ciento sesenta y cuatro unidades de información, reconocidas como bibliotecas, centros de documentación o hemerotecas universitarias.

2-C Las múltiples dependencias de la Universidad Nacional Autónoma de México.

2-D La X Feria Internacional del Libro en Guadalajara.

2-E La XVIII Feria Internacional del Libro en el Palacio de Minería.

A esto habrá de sumarse, que la Dirección de Gaceta UNAM, por iniciativa, seleccionó algunos de los carteles para incluirlos en la publicación periódica del mismo órgano informativo, cuyo tiraje es de veinte mil ejemplares en cada edición.

TERCERA:

El soporte comunicacional denominado cartel permitió alcanzar la amplitud de difusión antes descrita, mientras que la ilustración de cada ejemplar impactó de tal manera al destinatario que éste respondió muy positivamente; en consecuencia, la interacción ilustración-cartel, se confirmó como una eficaz estrategia que contribuyó a que la Dirección General de Fomento Editorial cumpliera con algunos de sus objetivos y funciones:

3-A Propiciar una permanente actividad de vinculación entre los lectores y la producción editorial.

3-B Promover y proyectar la imagen institucional de las ediciones universitarias en los ámbitos nacional e internacional.

3-C Coadyuvar a la apreciación de la diversidad temática y editorial.

3-D Fomentar la riqueza gráfica en el proceso editorial.

3-E Dar a conocer al público en general, y a la comunidad universitaria en particular, la producción editorial universitaria.

3-F Promover y difundir con mayor amplitud y eficiencia al libro universitario, así como fomentar el hábito de la lectura.

BIBLIOGRAFÍA

- ACHA, Juan: *Arte y sociedad latinoamericana: El producto artístico y su estructura*, 1ª ed., México, Ed. Galache, 1981.
- ASCUY, René: *Entrevista para el boletín QUORUM N° 2*, México, s/ed., 1994.
- BACHRACH, A. J.: *Cómo investigar en psicología*, Madrid, Ed. Morata, 1981.
- BIERGE, J.: *Medicina para todos*, Barcelona, Ed. Ramón Sopena, 1960.
- COLYER, Martin: *Cómo encargar ilustraciones*, 1ª ed. En español, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1994.
- COMISIÓN DE SECRETARIOS DE ASUNTOS ESCOLARES: *Guía para el estudiante de la UNAM*, México, Ed. Jiorma, 1992.
- CONACULTA: *Convocatorias 97*, México, s/ed., 1997.
- COROMINAS, Joan: *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*, 3ª ed., Madrid, Ed. Gredos, 1987.
- COSTA, Joan: *Imagen global*, 2ª ed., Barcelona, Ed. CEAC, 1989.
- DALLEY, Terence: *Guía completa de ilustración y diseño*, 1ª ed. Española, Madrid, Ed. Blume, 1992.
- DE LEÓN PENAGOS, Jorge E.: *El libro*, 3ª reimpresión, México, Ed. Trillas, 1995.
- DONDIS A., Dondis: *La sintaxis de la imagen*, 8ª ed., Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1990.
- FABRIS, Germani: *Fundamentos del proyecto gráfico*, España, Ed. Don Bosco, 1973.
- GACETA UNAM, N° 3023, México, 1996.
- GAY, Peter: *La edad de las luces*, México, Ed. Ediciones Culturales Internacionales, 1989.
- GUBERN, Roman: *La mirada opulenta*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1987.
- JUVENTUD: *Diccionario de términos de arte*, Barcelona, Ed. Juventud, 1992.
- LAROUSSE: *Diccionario Pequeño Larousse Ilustrado*, Francia, Ed. Larousse, 1976.

-
- LÓPEZ CASTRO, Rafael: *Entrevista para el boletín QUORUM N° 2*, México, s/ed., 1994.
- LÓPEZ G., María del Refugio y otros: *Introducción al proceso de investigación*, México, ENEP Iztacala, Psicología, artículo inédito, s/f.
- LÓPEZ RODRIGUEZ, Juan Manuel: *Semiótica de la comunicación gráfica*, México, Ed. INBA, 1993.
- LOZANO FUENTES, José Manuel: *Historia del arte*, 13ª reimpresión, México, Ed. Compañía Editorial Continental, 1991.
- MILLARES CARLO, Agustín: *Historia universal de la literatura*, México, Ed. Esfinge, 1964.
- MORRIS, Charles: *Psicología*, Trad. de la 5ª ed. en inglés, México, Ed. Prentice-Hall, 1987.
- NATURART: *Biblioteca del diseño gráfico, Ilustración I*, 1ª ed. Española, Barcelona, Ed. Naturart, 1994.
- PAGE, Michael: *Enciclopedia de las cosas que nunca existieron*, 10ª ed., Madrid, Ed. Anaya, 1996.
- RENAU, Josep: *Función social del cartel*, Valencia, Ed. Fernando Torres, 1976.
- ROJAS SORIANO, Raúl: *Guía para realizar investigaciones sociales*, 3ª ed., México, Ed. Libros de México, 1979.
- SANTILLANA: *Enciclopedia visual ALTEA, Castillos*, Madrid, Ed. Santillana, 1994.
- SOUTO MANTECÓN, Arturo: *La actividad editoria universitaria*, México, Ed. Libros de México, 1988.
- STERMER DUGALD y SONTANG, Susan: *El arte de la revolución*, México, Ed. MC Graw Hill, 1970.
- TAPIA, Alejandro: *De la retórica a la imagen*, México, Ed. UAM, 1991.
- TUBARO, Antonio: *Tipografía*, Italia, Ed. Universidad de Palermo, 1994.
- W. M. JACKSON: *Enciclopedia El tesoro de la juventud, t.. I, VII, XII y XVII*, México, Ed. W. M. Jackson, 1955.
-