

B 78
2e



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

**"DISEÑO DE CARTEL. UNA PROPUESTA
DEL USO DE MATERIALES"**

**TESIS QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO**

**PRESENTA:
ERNESTO SÁNCHEZ VÁZQUEZ**

**DIRECTOR DE TESIS:
LIC. JORGE A. CHUEY SALAZAR**

MÉXICO, D.F. 1998.



**DEPTO. DE ASESORIA
PARA LA TITULACION
ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLÁSTICAS
XOCHIMILCO D.F.**

263 9 15

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

Indice

Introducción	2
CAPÍTULO 1	
EL CARTEL	3
Antecedentes	3
Tipos de carteles	12
CAPÍTULO 2	
MATERIALES, EQUIPO Y PROCEDIMIENTOS DE REPRESENTACIÓN GRÁFICA	16
Acuarela	16
Gouche	22
Pastel	25
Carbón	29
Lápiz	32
Pluma y Tinta	36
CAPÍTULO 3	
ELEMENTOS COMPOSITIVOS DEL CARTEL	41
Elementos Básicos del Diseño	41
Estrategias de Comunicación Visual	54
El Texto en el Cartel	58
La Función Significativa del Cartel	61
PROYECTO	
PROPUESTA PARA REALIZAR EL DISEÑO DE UN CARTEL	65
Conclusiones	99
Bibliografía	104

Introducción

Los materiales y los procedimientos de representación gráfica han sido utilizados por el hombre en siglos pasados para pintar en cuevas, madera o papel. Ahora todas las pinturas que contemplamos son parte de la historia que expresa la evolución visual y que de no existir probablemente no habría manera de saber lo que fuimos y comprender lo que somos.

El avance de la tecnología en los últimos años ha tenido como consecuencia la disminución gradual en el empleo de los materiales de representación gráfica, y esto a su vez repercute también de manera directa en el diseño gráfico.

Por consiguiente el presente trabajo se dirige a mantener en práctica los materiales de representación, utilizándolos en un medio de comunicación que se encuentra dentro del campo de diseño, el cartel.

Para mostrar la eficacia obtenida al vincular los materiales con el cartel integro una propuesta de diseño elaborada con base al contenido de cada uno de los capítulos que muestran tres perfiles diferentes y singulares por separar las etapas que conllevan a entender, a desarrollar y a la realizar el diseño gráfico de cartel.

Así el capítulo uno contiene el origen del cartel, varios de los movimientos artísticos y conflictivos que encontraron en éste medio de comunicación también un medio de expresión. Posteriormente una clasificación de los carteles con base a la función comunicativa que desempeñan dentro de la sociedad.

El capítulo dos describe en los siguientes aspectos a los materiales de representación gráfica para ser empleados en el diseño de cartel: características, presentaciones, soportes, equipo de trabajo y los procedimientos de aplicación.

Y por último, el capítulo tres muestra los fundamentos que debe considerar un autor para elaborar el diseño de un cartel. Como son los elementos básicos del diseño, las estrategias de comunicación visual, el texto y la función significativa del cartel.

Capítulo 1

EL CARTEL

ANTECEDENTES DEL CARTEL

El cartel surge cuando se agrega por primera vez un texto publicitario a una pintura, a partir de entonces comienza a desarrollarse aceleradamente y ser empleado con mayor frecuencia por creadores que conjugarán su capacidad psicomotriz, afectiva y cognositiva para generar "diseño", aunque no tuvieran plena consciencia de ello.

Así, en algunas ocasiones la composición o el diseño como "totalidad" pasan a segundo término, sobre todo si se trataba de darle mayor importancia al mensaje, tal como ocurría en los conflictos armados.

En los último cien años este medio se confirma como uno de los más importantes en la comunicación, pues sufre una compleja evolución visual que se distingue al observar las diferentes maneras que empleaban para estructurar un plano, crear composiciones, plasmar imágenes y una serie de aspectos que hoy pueden retomarse para crear formas de comunicación más originales.

A continuación se presentan algunos de los movimientos artísticos que encontraron en el cartel otra forma de expresión y comunicación.

■ EL CARTEL FRANCÉS

Las posibilidades ofrecidas por la técnica de la litografía y la afirmación de la publicidad comercial hicieron posible, en las últimas décadas del siglo XIX, la gran difusión de los carteles murales.

En Francia, incluso pintores reconocidos como Gavarni y Daumier trabajaron en este nuevo medio. Más tarde, también incursionó Toulouse-Lautrec quien sólo hizo 31 carteles durante su corta vida de 37 años (1864-1901). Elementos caricaturescos, irónicos y satíricos, las formas sencillas, lisas y la línea decorativa eran artificios que Lautrec podía emplear en su obra. Dramatizó su propia experiencia personal y utilizó el cartel

como medio para expresarla.

Manet, al realizar el cartel "Champfleury-Les Chats", logra una composición que la memoria retiene con facilidad, pues consta exclusivamente de formas planas, consiguiendo un diseño nuevo y sobrio que será después la característica esencial del cartel.

Sin embargo, Jules Chéret, con más de mil carteles dibujados a lo largo de su carrera, puede ser llamado el "padre del cartel". En 1866, Chéret empezó a producir en París carteles de color, obtenidos mediante el dibujo directo de sus diseños sobre la piedra litográfica. Hasta entonces, la litografía se había utilizado en general como un procedimiento para reproducir otras formas de expresión artística. La obra de Chéret tiende constantemente a una extrema síntesis de la imagen, a fin de permitir una lectura inmediata de la ilustración y del texto, el cual, dibujado, se convierte en parte integral de la misma ilustración.

Esta tendencia se observa también en otros ilustradores, activos en el período inmediatamente sucesivo, y tales connotaciones, al asumir un valor general, contribuyeron a crear una auténtica escuela cuyos principios se difundirían en todos los países de Europa.

En España, por ejemplo, entre los pintores ilustradores que más asimilaron estos principios se cuentan Ramón Casas, que elaboró el famoso cartel para el Anís del Mono y otro llamado "Putxinellis 4 Gats" que influyeron en las obras de Picasso.

Otros artistas del cartel español que se unieron a Casas fueron Alexandre de Fiquer y Josep Triadó, que realizaron, sobre todo en el campo publicitario, carteles que llegarían a hacerse famosos, como los de "Codorniu".

■ EL CARTEL DEL ART NOUVEAU

El Art Nouveau fue el estilo que marcó el paso del siglo XIX al XX. Se caracteriza por el valor decorativo y ornamental, y sus configuraciones lineales que con frecuencia derivaban de formas orgánicas. El término Art Nouveau se aplicó a este movimiento en Gran Bretaña y los Estados Unidos; en Alemania se llamó Jugendstil, en Francia Le Style Moderne; en Austria Secesión; en Italia Style Liberty; en España Modernista. Pero en todos los casos, su interpretación estaba unida a lo nuevo, de integrar el arte con la sociedad y a romper con la tradición académica y construir asociaciones secesionistas. Las formas inspiradas en los grabados japoneses son los elementos significativos del Art Nouveau, incluso es considerado la

las novedades consistieron en acentuar y dar tensión al ritmo de la composición mediante la diferencia del diseño y de la estructura del carácter tipográfico. Integradas por collages y por dibujos, las palabras concretan su significado ocupando el espacio de un modo expresivo, que se vale sobre todo de los contrastes dinámicos.

Las obras gráficas más representativas de este período son de Fortunato Depero, las cuales se alejan del carácter neurótico y expresivo como el que empleaban otros exponentes, como Ardengo Soffici y Marinetti.

■ EL CARTEL CUBISTA

La pintura cubista desarrolló un lenguaje pictórico que tendía a la abstracción. Sin embargo, por mucho que se alejaran de la realidad, los cubistas siempre volvían a ella, pues el cubismo era básicamente un arte preocupado por lo real.

Los artistas de esta corriente aplicaban una doble aproximación intelectual-sensual a la realidad. Ya no tenían por qué registrar la visión de un objeto desde un ángulo determinado, como prescribía la tradición pictórica. En lugar de ello, el cubista analizaba lo que sabía del objeto que observaba y, lo representaba simultáneamente desde todos los ángulos, lo cual obligaba a descomponer la realidad en piezas para recomponer luego estos fragmentos en una nueva forma estructural. En consecuencia, la pintura se manifestó más claramente como un producto del intelecto del artista, una pintura tendría vida propia.

Los cubistas persiguieron una estructura que fuese captada por la mente y los sentidos como una experiencia nunca antes vista. Para dar esta impresión, incorporaron a su obra trozos del material deseado, como mármol, madera o arena, logrando una nueva invención técnica llamada "collage".

Es importante señalar que los iniciadores y maestros de esta corriente fueron Braque y Picasso. En el cartel la obra de Fernan Léger tuvo gran importancia, al igual que la de Cassandre (seudónimo de Jean-Marie Moreau), éste último hizo del cartel un medio más directo de anunciar, que de objeto de exposición tal como lo muestran sus carteles "Etoile du Nord" y "Dudo-Dubon-Dubonnet".

▪ EL CARTEL DEL DADAÍSMO

El dadaísmo nace en Zurich en 1916, como protesta contra el absurdo universal y con la voluntad de contestar el valor y la existencia de todas las formas artísticas. Este movimiento se caracterizaba por suprimir la relación entre el pensamiento y la expresión. París, New York y Alemania fueron los lugares donde principalmente se desarrolló el dadaísmo.

Entre los artistas de mayor prestigio se encuentran Francis Picabia, Max Ernst, Marcel Duchamp, Hans Arp y Raoul Hausman.

La tipografía Dadá se diferencia de la futurista por el uso abundante de signos y filetes tipográficos, que tienen como función subrayar las divisiones de los espacios.

Las técnicas más empleadas en la producción gráfica fueron el collage y el fotomontaje. Ésta última fue desarrollada principalmente por Man Ray, norteamericano que fue uno de los exponentes más originales del movimiento Dadá guiando con su experimentalismo la fotografía y la ilustración gráfica entre los años de 1915 y 1920.

▪ EL CARTEL DE LA BAUHAUS

El efecto general del nuevo formalismo del siglo XX se consolidó en Alemania con Walter Gropius, uno de los más importantes arquitectos contemporáneos, quien en 1919 funda en Weimar Alemania, el movimiento de la Bauhaus.

El movimiento trataba de conseguir una participación universal en la experiencia artística, una participación basada en la antigua fórmula medieval de relación gremial entre aprendiz y maestro, traducida a términos del siglo XX, y la reproducción en serie.

La Bauhaus se apropió de algunas tendencias del constructivismo soviético: la funcionalidad, la producción industrial a gran escala y la teorización de la forma seriada.

Dentro del personal de la Bauhaus hay que distinguir a Vassili Kandinski, Paul Klee, Hebert Bayer, Josef Albers, Lyonel Feininger y Lászlo Moholy-Nagy. Éste último hizo de todas las técnicas del cine (montajes, trucos fotográficos o ángulos de cámara) un elemento creativo en los carteles, además, de ser el creador de la nueva tipografía de la Bauhaus.

En el campo de la impresión se empleó a la tipografía y a la fotografía, y la utilización de estos dos medios, dispuestos según una

versión europea de lo japonés.

A partir, de 1900, la decoración floral deja paso, como motivo - dominante característico de este movimiento, a un diseño más abstracto.

Los cartelistas de esta corriente son muchos, destacándose: Leub Putz, quién realizó carteles con diseños que probablemente atraían al público por sus componentes eróticos; Alphonse Mucha, el exponente típico del Art Nouveau en cualquiera de sus vertientes y Georges de Feure, que muestra en su obra mujeres "modernas" de rostros pálidos y melancólicos.

Los artistas austriacos Klimt, Moser, Hoffmann, Olbrich y Roller muestran un orden y equilibrio en sus carteles que los distinguen de la asimetría que presenta generalmente el Art Nouveau. Los diseños de Armand Rassenfosse, Emilie Berchmans, August Donnay y Adolphe Crespin, eran más literales y menos estilizados que otras obras de esta época lo que los hacía directos y sencillos.

Adolpho Hohenstein, en su cartel "Tosca", es un bello ejemplo del arte de fin de siglo con su mezcla de decoración Art Nuoveau y dramatismo teatral. Por último, Aubrey Beardsley que, tuvo un gran éxito entre el público inglés, su fama fue diez veces mayor en América.

■ EL CARTEL DEL SIMBOLISMO

El cartel simbolista reintrodujo en el diseño la iconografía como elemento pictórico. Los artistas simbolistas utilizaban la línea quebradiza en sus figuras y los contornos amorfos del Art Nouveau para describir tanto lo sagrado como lo profano.

Los carteles y cuadros contenían una información visual que no representaban necesariamente formas naturalistas. Rostros agrandados, casi expresionistas, festones decorativos compuestos de ojos, signos y símbolos antiguos que se mezclaban sin excesivo cuidado por representar las tradicionales reglas de la composición pictórica.

La mayoría de los pintores simbolistas destacados realizaron también cartel, los cuales se caracterizaban por: encontrar alguna silueta expresiva, un símbolo que, sólo por su forma y colorido, fuera capaz de atraer la atención de la multitud y de dominar al transeúnte. El cartel era por consecuencia una bandera, un emblema, un signo.

El ejemplo más impresionante del simbolismo comercial es seguramente el cartel "Delftsche Slaolie" del artista holandés Jan Tootop. Félicien Rops, uno de sus contemporáneos, creó tres carteles titulados: "Les

Legendes Flammandes" donde muestra el elemento melodramático de la vertiente macabra de su obra.

El artista que más contribuyó al desarrollo del cartel a principios del siglo XX y que demostró hasta qué punto puede contribuir éste al progreso del diseño fue, Van de Velde.

■ EL CARTEL EXPRESIONISTA

Una de las corrientes artísticas que a fines del siglo XIX comenzó a tomar ímpetu fue, el expresionismo, cuyas características pueden ya vislumbrarse en las pinturas de Van Gogh y Edvard Munch; un ejemplo particularmente significativo es "El Grito", diseño realizado por Munch en 1895.

El expresionismo, con sus formas acusadamente emocionales y sus brillantes colores, influyó significativamente en el diseño de cartel. Los temas realistas fueron una solución para la publicidad.

El drama personal de cada individuo convierte al cartel en algo mucho más dinámico que todo lo que pudiera inspirar la decoración del Art Nouveau.

Las técnicas expresionistas, como el gesto distorsionado o el empaste, y la pincelada gruesa, dejaron huella en el cartel. Un ejemplo es el diseño de Jefim Cwik titulado "Primero de mayo", donde, se muestra el encuadre de un puño dibujado con trazo grueso y color oscuro para darle mayor peso, el cual tipifica la fuerza expresiva de que es capaz el expresionismo.

El auge de esta corriente del expresionismo, coincidió con el desarrollo del cine, por lo que hubo una estrecha relación entre estas artes, como es patente en el cartel de Stahl-Arpke, "El gabinete del Dr. Caligari".

■ EL CARTEL DEL FUTURISMO

El Manifiesto del Futurismo redactado por Filippo Tommaso Marinetti, y publicado en París el 20 de febrero de 1910, exalta la vida moderna, la velocidad, la guerra y la revolución. El movimiento futurista fue dirigido contra el estancamiento reinante en el campo artístico, entre los artistas más destacados están Boccioni, Carrá, Balla, Severini y Russolo.

En 1914 se realizaron los primeros experimentos libres de tipografía,

división precisa del espacio, dió un carácter dinámico y extremadamente realista a la comunicación.

La Bauhaus fue suprimida en 1933, volvió a reanudar sus actividades bajo la dirección de Moholy-Nagy en 1937 y desapareció definitivamente en 1946.

▪ EL CARTEL DEL SUPREMATISMO Y CONSTRUCTIVISMO

Las corrientes suprematista y constructivista fueron características del arte soviético de los años veinte. Se vieron estimuladas por el movimiento de vanguardia ideológico y revolucionario guiado por el poeta Vladimir Maiakovsky.

El suprematismo, orientado por Kazimir Malevitch, se proponía la síntesis de la idea y de la percepción mediante la combinación de los símbolos geométricos hasta llegar a la abstracción total.

El constructivismo basó su programa artístico en la eliminación del concepto de representación, para sustituirlo por el de construcción: el creador debía expresar y visualizar la función del propio arte. La acción artística era por tanto educativa y se manifestaba en la arquitectura, el diseño industrial y en modelos impresos. Aleksandre Rodchenko y El Lissitzky fueron los artistas más representativos.

▪ EL CARTEL DE LA GUERRA CIVIL ESPAÑOLA (1936 - 1939)

El diseño español atravesaba un periodo de brillantez que se vió bruscamente alterado en 1936 a raíz del estallido de la Guerra Civil.

Todos los recursos de comunicación, entre ellos el cartel, sirven para apoyar la causa bélica y suministrar consignas a la población. La visión deviene el sentido de mayor eficacia como receptor de mensajes elementales, los nombres de jóvenes desconocidos fluyen por todas partes y los sentimientos primarios se desencadenan por medio del cartel.

Razonablemente, en esta participación ideológica se echa de menos, en ocasiones, una mayor capacidad técnica. Es importante señalar que algunos cartelistas se enrolaron en comités y sindicatos de artistas,

logrando una cualidad inédita que dota a sus obras de una emoción especial. Algunos dieron lo mejor de su carrera durante este corto, intenso y trágico trienio: Renau, Ballester, Monleón, Parilla, Melendredas, Goñi, Martí; otros, más consagrados, como Clavé y Morell, tienen más calidad formal y menos voltaje emocional. Los artistas de recursos menos convincentes, y que parecen fríos y distantes son: Sáenz de Tejada, Caballero, Delgado y Rivera.

▪ EL CARTEL DE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL

La búsqueda de las vanguardias artísticas se rompe en la década de 1940. En todos los países implicados en el conflicto mundial, la publicidad comercial fue ampliamente potenciada y se utilizaron todos los recursos con fines bélicos. Se estableció un estilo realista y agresivo, la retórica adquirió primacía al servicio de los gobiernos, los cuales controlaban la información y todos los sectores de la propaganda mediante la censura y la fijación de consignas.

Épica y humanidad caracterizaban la comunicación aliada, frente a la irracionalidad y la exaltación de sentimientos, incluso negativos, en la nazi y la fascista.

Salvo algunas excepciones, en las que resulta claro que la labor del artista coincidía con sus convicciones, el nivel artístico tendió a descender, a consecuencia de la necesidad de expresar un lenguaje sencillo, capaz de llegar al público menos provisto de instrumentos críticos.

Los carteles, fueron en gran parte anónimos, aunque en algunos casos se conoce el nombre de los autores como: Ben Shahn, Kukriniksi y Gino Boccasile.

▪ EL CARTEL SUIZO

Suiza se vio cercada por la Segunda Guerra Mundial, no había una salida real para la publicidad y se tenían que cultivar las actividades artísticas para que pudiera sobrevivir el diseño.

Se funda entonces la llamada "Escuela Suiza", que se propuso adoptar una estructura basada en módulos equidistantes que sirvan para organizar los elementos gráficos dentro del plano, esta estructura, llamada

retícula, ha sido tan práctica que hasta nuestros días se sigue utilizando.

El cartel suizo deja a un lado el fotomontaje y la ilustración para dar paso a la fotografía realista, además, los caracteres tipográficos empleados son generalmente sobrios, dispuestos en alineaciones precisas pero dinámicas; la diferencia en dimensiones entre los títulos y los textos descriptivos es notable. El uso de los colores es discreto y los contrastes son poco acusados, con preferencia por los tonos no primarios.

En general el cartel suizo puede parecer frío, con su orden muy marcado, en contraste con lo producido en los periodos precedentes.

Entre los numerosos diseñadores suizos de rango internacional están Grasset, Steinlen, Amiet, Matter y Josef Müller-Brockmann.

■ EL CARTEL DE LA REVOLUCIÓN CUBANA Y EL MAYO FRANCÉS

A partir de la posguerra la comunicación ya no está dominada exclusivamente por artistas individuales, al contrario, se forman grupos y tendencias que expresan gráficamente un lenguaje sumamente identificable, como es patente en la Revolución Cubana y el Mayo Francés.

En el primer caso la caracterización se produce a través del uso de colores primarios que dan una gran fuerza expresiva. El carácter tipográfico, sin bases, y las imágenes fotográficas quemadas contribuyen a conferir al conjunto la idea de fuerza y de incisividad.

En la segunda se observa un rechazo a las técnicas de reproducción para dar libre curso a la espontaneidad y a la imaginación. El dibujo, monocromado y generalmente rojo, sustituye a la fotografía. El texto se articula en sólo cinco o seis palabras, está escrito a mano y se convierte en parte integrante de la ilustración. Realizado con técnicas "pobres", la comunicación del Mayo Francés es un ejemplo extraordinario de diseño espontáneo, y si no se conocieran sus orígenes cabría confundirla con la sofisticada producción de unos talleres gráficos bien equipados.

TIPOS DE CARTEL

Existen tantos tipos de carteles, como las actividades que se practican dentro de una sociedad, cada uno tiene como objeto abarcar una necesidad y ésta define las características que debe tener para ser diseñado.

Por ejemplo, si la necesidad es adornar, el cartel se define como decorativo y su carácter no será estrictamente informativo, sino transmitir una sensación agradable al espectador, tal vez por medio de un paisaje o un bodegón. Caso contrario sucede cuando un cartel es preventivo, donde el mensaje escrito o visual es lo más importante, ya que se pretende en primera instancia informar.

Puesto que es esencial conocer la función del cartel a diseñar, a continuación se presentan algunos tipos que surgen como respuesta a las necesidades que exige una sociedad.

• EL CARTEL COMERCIAL

Este se encuentra sujeto a las exigencias de una empresa comercial que lo patrocina, y no persigue otro fin que vender mediante mensajes subliminales, que son determinados a partir de un estudio basado en las motivaciones del individuo, de acuerdo a sus frustraciones, aspiraciones y deseos relacionados siempre con estereotipos que operan tanto en los niveles económicos como culturales.

Los mensajes subliminales son captados por el inconsciente del lector, él no se da cuenta de eso porque su conciencia recibe otro tipo de información, es decir, el individuo tiene dos tipos de percepción: cognoscitivo o consciente e inconsciente. En el primero tenemos la capacidad de analizar y racionalizar el mensaje que observamos; y en el segundo, al mismo tiempo que pasa lo anterior, no nos damos cuenta de los otros datos subliminales que llegan al cerebro; el inconsciente no recibe las cosas simplemente, capta el significado de las cosas.

Por ejemplo, imaginemos un jugador determinado, reconocido por la juventud como el mejor en su deporte y al cual trata de imitar; él está en un cartel, se observa de perfil, sentado en la cancha después de entrenar y con sus tenis colgados de su hombro. El consciente de los lectores jóvenes observa a su jugador favorito cansado, y el inconsciente al

par de tenis que cuelgan de su hombro y que de alguna manera quisieran comprar.

Se menciona con certeza que en realidad los mensajes subliminales venden los productos.

▪ EL CARTEL DECORATIVO

Este cartel ha sido convertido por la sociedad de consumo en una mercancía. El propósito de su fabricación es venderlo por sí mismo, ya que no es informativo sino meramente contemplativo.

La función que cumple es producir solamente una sensación de agrado ante el observador.

▪ EL CARTEL CULTURAL

La información ofrecida por el cartel cultural se refiere a las actividades intelectuales y artísticas, tales como conferencias, cursos, exposiciones, muestras y otras.

En cuanto a elementos formales, el diseño de este tipo de cartel ofrece una mayor libertad de expresión gráfica, por ésta razón la mayoría adquiere un carácter surrealista.

Existe una diferencia entre el cartel cultural y otros de carácter mercantil, en el sentido de que el primero tan sólo pretende informar estéticamente sin perseguir otro fin, y el segundo aunque informa, estará enfocado, a vender.

▪ EL CARTEL POLÍTICO

La política es la ciencia referente al gobierno o asuntos que interesen al Estado. De aquí que el objetivo del cartel político sea provocar en los individuos una reacción que interese o convenga a algún personaje o partido político.

Cuando se trata de un personaje, la imagen de él toma vida en el cartel, en busca de despertar simpatía y agrado. Es representado como benefactor o protector, es el candidato mismo que habla a las multitudes.

Por otro lado cuando el cartel, hace alusión a un partido, se encuentra diseñado con de frases motivadoras que se conjugan con el mensaje político del partido.

En los dos casos el cartel pasa a formar parte del lenguaje común del hombre, incitándolo a votar por su causa.

El cartel político es usado de igual manera por otros grupos que persiguen fines humanitarios o de protesta. En este último caso si el cartel llega a tener tal fuerza subversiva no se permite su circulación, o muy escasamente.

Este tipo de cartel es un arma de dos filos, ya que puede ser empleado en un sentido positivo de concientización, que apele a la razón y al sentimiento de justicia, o por lo contrario, tomar un sentido negativo, de manipulación de los aspectos irracionales del hombre, como son la vanidad, el apetito desordenado o el afán de venganza.

■ EL CARTEL CINEMATOGRAFICO

El cine conjuga el espacio y el tiempo mediante el uso de imágenes y sonidos para crear emociones y significados diversos.

Como sistema de expresión y comunicación, satisface la necesidad de millones de espectadores y como industria requiere de una gran difusión. Es precisamente ahí, en la difusión donde entra el cartel por su poder de motivación y persuasión.

Como instrumento de venta, el cartel es el elemento principal en la campaña de publicidad de un filme, ya que en él se crea la visualización y sintetización del producto cinematográfico.

Sin duda, el cartel es un enlace directo entre el cine y el espectador, ya que incita a contemplar el filme resumiendo en sus imágenes la esencia de la trama de éste.

■ EL CARTEL PREVENTIVO

Como su nombre lo indica, este cartel tiene la función de advertir, informar o crear conciencia sobre determinadas situaciones morales o de salud dentro de una sociedad. El aspecto que toma este cartel es muy variado, a veces, atrae la atención por su gran impacto visual y en otras por soluciones ingeniosas, que no resultan necesariamente impactantes pero sí

atractivas para el lector.

MATERIALES, EQUIPO Y PROCEDIMIENTOS DE REPRESENTACIÓN GRÁFICA

Tras exponer la evolución del cartel y conocer algunos tipos clasificados según las necesidades que deben cubrir en una sociedad, nos enfocaremos a los materiales, equipo y procedimientos de representación gráfica.

Cualquier plano bidimensional tiene que estar impregnado de algún material para ser percibido como un mensaje visual, obviamente sucede lo mismo con el cartel, pero los materiales difieren en todos los sentidos: composición, soporte, aplicación o equipo de trabajo; más aún pasa con las características visuales, por eso un cartel en su proceso de planeación debe haber la similitud con su material de representación visual, por ejemplo, en la elaboración de un cartel con tema acuático probablemente su mejor material sea la acuarela.

Como apoyo a los materiales se encuentran los soporte, el equipo y los procedimientos que sin lugar a dudas aportan calidad de presentación, apoyo técnico de aplicación y personalidad al cartel.

Basado en las teorías de Stan Smith y H.F. Ten Holt propongo como medios los siguientes materiales, equipo y procedimientos de representación gráfica, caracterizados por la manipulación directa y, el fluir de los colores en el soporte al mismo tiempo de la aplicación, lo que permite un mayor y más inmediato enfrentamiento físico con ellos.

ACUARELA

■ CARACTERÍSTICAS

La transparencia y la suave armonía de los lavados con color, donde los brillos y las zonas claras son obtenidas dejando el papel sin cubrir, son las características de la acuarela.

El color no se puede trabajar igual que en un óleo, pues en este los errores se pueden corregir pintando encima. Por lo tanto, se necesita un cierto dominio sobre los procedimientos de aplicación a fin de obtener efectos satisfactorios; la frescura y el brillo de una acuarela es el resultado de una aplicación segura.

En la acuarela pura nunca se usa pigmento blanco para aclarar, pues si este se añade se transforma en un medio diferente: el gouache. La acuarela está hecha de pigmento y goma arábiga como aglutinante.

■ PRESENTACIONES

Al comprar acuarelas, la calidad se ve reflejada en el precio. Los colores que reúnen la transparencia, el brillo y la permanencia son los ideales para un trabajo de muy buena calidad.

Entre los colores sólidos y de tubo, las mejores marcas son Winsor & Newton, Rowney, Reeves y Grumbacher.

Para aplicar lavados grandes, como puede ser el caso del cartel, lo recomendable es hacerlo con acuarela de tubo semilíquida o con acuarela líquida que viene en frascos y esta provista de un cuentagotas. Dos buenas marcas de ésta última son Luma y Dr. Martin's.

Algunos pigmentos de base química tiñen el papel, en lugar de crear un lavado transparente sobre la superficie. Para identificarlos se aplican los colores sobre el papel, se dejan secar y a continuación se deja caer un chorro de agua sobre ellos para ver cuáles pigmentos permanecen.

■ SOPORTES

El principal soporte para la acuarela es el papel, que se fabrica en gran variedad de pesos y texturas. Existen tres categorías principales:

- El papel prensado en caliente o HP, adecuado para la línea y el lavado, ya que es muy liso.

- El papel prensado en frío o CP, tiene una superficie semiáspera, acepta muy bien los lavados y permite obtener efectos lisos o granulados según se use el pincel; sirve para trabajos de detalle.

- El papel de grano, rugoso o áspero, es de grano muy marcado y por tal motivo produce un efecto moteado, ya que el pigmento se

deposita en las depresiones del papel, dejando el resto en blanco. Es ideal, para resaltar el reflejo del sol en el agua, pero, el aspecto general tiende a ser monótono si la aplicación en los lavados no es profunda y uniforme.

Los papeles hechos a mano son los de mejor calidad y también los más caros, generalmente son de lino blanqueado sin agentes químicos y están encolados sólo por una cara. El lado correcto del papel se distingue mirando a trasluz la marca de agua del fabricante.

Los papeles japoneses de arroz son frágiles y absorbentes; se emplean para trabajos delicados con buenos resultados. Las principales marcas son Koso, Mitsumata y Gambi.

Si se usan papeles de color a veces su tinte básico no puede ser tan permanente como el color de la acuarela aplicado sobre él y si cambia con el tiempo puede afectar al final el cartel. Por eso es preferible colorear el papel con un lavado y una esponja.

Los papeles más ligeros hay que tensarlos para evitar que se ondulen y, los más pesados simplemente se pueden fijar en un tablero con unas tachuelas o unos clavos pequeños.

Las marcas de papel de mejor calidad son Saunders, R.W.S. (Royal Watercolour Society), Bockingford, Crisbrook, d'Arches, Arnold, Green, Fabriano, Michallet, Canson, Kent e Ingres. Entre los hechos a mano están el R.W.S., Saunders, Fabriano coloreado y Pergamino; éste último debe ser desengrasado con una solución diluida de amoníaco. El Saunders hecho a máquina y prensado en frío es bueno para principiantes, soporta bien los borrados, es fuerte y se tensa bien.

Los papeles para acuarela deben guardarse en lugares secos. La humedad puede activar impurezas químicas, produciéndose puntos que no retienen el color. Los buenos papeles tienen una marca de agua claramente visible, que permite distinguir el anverso y el reverso del papel.

Preparación del soporte

Los papeles más ligeros se ondulan al aplicar lavados, y hay que tensarlos antes de usarlos. Existen varios métodos. El más sencillo es mojar bien el papel sumergiéndolo en una cubeta con agua. Luego se toma de los bordes, se escurre el exceso de agua y se coloca sobre un tablero más grande que el papel, que deje márgenes de unos cinco centímetros; se pegan los bordes con tiras de papel engomado y se clava una tachuela en cada esquina. Al secarse, el papel queda perfectamente tensado.

▪ EQUIPO DE TRABAJO

Pinceles

Los pinceles de mayor calidad son los de pelo de cola de marta roja siberiana, le siguen los de ardilla (que a veces se venden como de "camello") y por último los de buey. Algunas marcas de pincel son Proarte, LP y Winsor & Newton.

El tamaño de los pinceles se indica mediante números, del 1 al 12, y lo más finos con 000, 00 y 0.

Las formas del pincel son diferentes: hay redondos con punta fina, en forma de abanico, y mezclador, que es redondo en forma de foco invertido. La elección del pincel es personal y depende de las necesidades del autor.

Agua

De todo el equipo de trabajo, el agua es el más importante. Si es posible conviene usar agua destilada o hervida. A veces se pueden obtener tonalidades muy delicadas usando el agua donde se lavan los pinceles.

Trapos, esponja y paletas

Como el rasgo característico de la acuarela es su calidad líquida, los trapos y las esponjas resultan muy útiles tanto para pintar como para controlar el flujo del color. Es muy importante mencionar que el agua y la acuarela deben mezclarse en una paleta de plástico, porcelana o metal; nunca en madera porque es un material absorbente.

▪ PROCEDIMIENTOS DE APLICACIÓN

El procedimiento para utilizar la acuarela consiste en trazar un dibujo muy preciso con lápiz suave; debe evitarse en lo más mínimo borrar,

pues el dibujo y papel perdería calidad.

El dibujo se rellena con lavados, dejando partes del papel al descubierto para los toques de luz.

La acuarela se trabaja de los colores claros a los oscuros. Los lavados superpuestos no deben ser mayores de tres, o se puede tener un efecto general sucio. Se puede aclarar un tono humedeciendo la zona con una esponja y usando papel absorbente.

Lavados

La principal característica de la acuarela es el lavado. Existe el lavado plano, con gradaciones del mismo tono, y variado, cambiando simultáneamente de un tono a otro.

Para hacer un lavado plano se humedece primeramente la zona, se usa un pincel grande cargado de color y se aplica con rapidez para que las pinceladas se fundan unas con otras.

Conviene inclinar el tablero para que se fundan las pinceladas hacia abajo. Es muy importante que toda la aplicación del color se haga horizontalmente.

Un lavado gradual se obtiene intensificando progresivamente el color según se van aplicando pinceladas. Conviene empezar por el borde más oscuro, y recordar que los colores quedan más claros al secarse.

Para los lavados variegados, conviene que no haya más de tres colores, se aplica un color cada que se seca el anterior, cuando secan todos se funden con el pincel o una esponja.

Punteado

Consiste en aplicar los colores por medio de puntos, a fin de que la vista los mezcle creando diferentes tonalidades.

Puede emplearse sobre un lavado, y trabajar el punteado de los bordes hacia adentro.

Restregado

Se aplica el color moviendo el pincel en todas direcciones, de manera que entre en contacto con el papel. El resultado es una superficie texturada. Si se abusa de este método se puede obtener un efecto monótono.

Pincel seco

Es eficaz para obtener detalles. Se aplica con un mínimo de color en la punta del pincel. Otra manera de pintar en seco es apretar las cerdas del pincel con el pulgar y el índice, para separarlas, y así poder hacer líneas finas y separadas.

■ PROCEDIMIENTOS AUXILIARES DE APLICACIÓN

El lavado puede utilizarse para colorear un dibujo a pluma, o al revés, usar el lavado de fondo y dibujar encima de él.

Para aclarar tonos se humedece el color y se frota suavemente con una esponja, se deja unos minutos y se quita el exceso de agua con papel absorbente. Para obtener el efecto deseado se repite la operación cuantas veces sea necesario, pero sin llegar a maltratar el papel.

Si se desea reducir la intensidad de un lavado es importante dejar secarlo, para frotarlo con una goma de borrar teniendo cuidado de no dañar el soporte. Este procedimiento hace resaltar la textura del papel.

Otra manera de aplicar la acuarela es el pulverizado: se carga un cepillo de dientes con bastante color para pasarlo sobre el papel al mismo tiempo que una cuchilla hace presión y se desliza sobre las cerdas. Enmascarando sucesivamente diferentes partes del papel, se puede pintar por completo.

Una aplicación más es obtener impresiones de objetos naturales, como flores, hojas o plumas. Esto resulta a veces tan eficaz que no se necesita retocar.

Se pueden usar enmascarados bloqueando partes del papel mientras se aplican lavados rápidos. A veces se usa la cera de una vela, pero ésta no se puede quitar y forma parte del cartel.

GOUACHE

■ CARACTERÍSTICAS

Las definiciones difieren mucho, pero sólo hay una mundialmente aceptada: el gouache es simplemente acuarela opaca. La opacidad y su poder cobertor lo convierten en un medio totalmente diferente a la acuarela transparente.

Esta técnica es ideal para estilos rápidos de pintura por el secado inmediato del color. A diferencia de la acuarela, que tiene la característica de brillar gracias a la base clara, el gouache sólo brilla por el poder de reflexión de los pigmentos de que está elaborado.

■ PRESENTACIONES

Los colores se venden en tubos, en frascos o en cápsulas semejantes a la acuarela. Existe una gran variedad, pero conviene guiarse por las marcas de mayor prestigio para no correr el riesgo de que los pigmentos cambien o se decoloren. Entre las principales están las ya mencionadas en la acuarela, como Rowney, Winsor & Newton y Pelikan.

■ SOPORTES

El gouache puede aplicarse sobre cualquier base o soporte libre de grasa o aceite. Se puede usar papel, cartón, madera e incluso tela bien tensada y encolada. Algunos consideran que la superficie granulosa es más satisfactoria, otros artistas prefieren las superficies lisas y muy poco absorbentes, el que tiene la última palabra es el diseñador.

Cualquier papel para acuarela y el mismo método de tensado sirven para trabajar con el gouache.

▪ EQUIPO DE TRABAJO

Pinceles

El gouache no se comporta de la misma manera que la acuarela, por lo que es importante experimentar para decidir qué tamaño y tipos de pinceles son los más apropiados.

Algunos otros materiales como los trapos, las paletas y las esponjas, o el agua mencionada en el equipo de trabajo de la acuarela, son también de utilidad al emplear el gouache.

▪ PROCEDIMIENTOS DE APLICACIÓN

Para empezar se traza un dibujo con lápiz suave, al igual que la acuarela, a diferencia de ésta, el gouache permite trabajar de los colores oscuros a los claros; para aclarar los colores se añade el blanco.

La adición del negro, además de oscurecer puede provocar extraños resultados, como alterar el color al que se añade. El gouache rebajado con agua puede emplearse para lavados graduales o variegados, aunque no se obtiene la misma brillantez que con la acuarela, es más conveniente explotar el efecto plano y sólido del gouache.

Una buena paleta de colores puede ser limitada, con lo que se obtiene una mayor armonía. Una selección recomendable sería el negro marfil, azul cobalto, siena tostada, rojo cadmio, verde esmeralda, amarillo ocre y blanco de zinc.

Cuando la pintura del gouache está muy espesa se puede aplicar a un lavado húmedo, ya que al secarse la pintura, el color se funde con el lavado. Cuando es al contrario y está muy rebajado conviene trabajarlo sobre una superficie horizontal.

Los colores del gouache cambian al secarse, dejando algunas zonas claras y otras oscuras, sin embargo, es mejor no corregir esto, ya que la pintura tendrá un aspecto más fresco, aunque el color no sea perfecto.

▪ PROCEDIMIENTOS AUXILIARES DE APLICACIÓN

Otros procedimientos son: el impasto, que consiste en cargar un pincel de color espeso y pintar un trazo ancho que resalte sobre la superficie; el fundido de colores, que se obtiene cuando al pintar dos franjas anchas de color espeso se añade agua a otro pincel y se mezclan las franjas desde la zona fronteriza. El enmascaramiento de papel es hacer el recorte de una forma deseada, colocarla sobre el papel y pintar desde los bordes hacia adentro; si la pintura no es líquida, los bordes quedarán bien definidos.

Algunas técnicas usadas en la acuarela pueden servir en el gouache: el punteado, el pulverizado y el pincel seco.

PASTEL

■ CARACTERÍSTICAS

Uno de los medios más atractivos por el aspecto aterciopelado, la suavidad y el brillo de sus colores, es el pastel, su efecto es inmediato, desde el momento en que se aplica sobre el papel.

Los colores se presentan en barras de pigmento aglutinado con goma de tragacanto o resina y agua destilada.

El pastel es el menos duradero de todos los medios, pero químicamente es el más puro. Además, su gama tonal es limitada. Los errores son difíciles de corregir, aunque se puede cepillar el color o borrarlo con goma, esto puede dañar el soporte, por tanto hay que trabajar a partir de dibujos planificados.

No se debe confundir al pastel con los crayones, que mezclan el pigmento con cera o aceite.

■ PRESENTACIONES

El pastel no debe mezclarse en la paleta para formar otros colores y tonos; cada tono está fabricado por separado; en total existen unos 600 a la venta. Entre las marcas recomendables están Sennelier, Rowney, Grumbacher, Winsor & Newton y Rembrandt. Carb, Othello y Conté fabrican pastel en forma de lápiz.

La selección del color depende del diseñador, puede comprar una gama básica e ir la ampliando según lo haga necesario su trabajo.

Se fabrican pasteles en tres grados: blando, medio y duro. Los pasteles blandos tienen los colores más brillantes y son más fáciles de manejar. Conviene comprar pasteles con el mismo nombre de los pigmentos tradicionales, por ejemplo, azul ultramar o amarillo ocre.

Para indicar la intensidad del tono, los fabricantes designan a sus colores empleando una escala del 0 al 8 o cifras decimales, sin embargo, no hay un criterio uniforme. Al elegir los colores conviene adquirir uno claro, uno medio y uno oscuro de cada color.

Es importante saber que los muestrarios de colores que imprime el fabricante están en papel blanco, de manera que el efecto puede variar

sobre un papel de color.

■ SOPORTES

Los efectos logrados en el cartel dependen en gran medida del color y textura del soporte. El papel debe tener el suficiente grano para que raspes al pastel cuando recorra la superficie. El color del papel es importante, ya que parte de su fondo puede quedar visible al finalizar el cartel, para aportar sombras o luces.

Existen diferentes tipos de papel como los utilizados en acuarela que sirven de igual manera para el pastel; algunos de lija muy finos, y otros muy blandos, de textura aterciopelada.

Los papeles Ingres de color son los más aconsejables. El Fabriano Ingres se vende en 90 y 160 gramos. Los mejores tonos son piedra, gris medio y pardo.

También son buenos los Tumba Ingres (en 15 colores con textura especial) y el Canson Ingres (en 21 colores).

Para evitar que el papel pierda color, es recomendable colorearlo con un trapo húmedo, impregnado en polvo de pastel. Al secarse éste, se sacude el exceso de polvo.

■ EQUIPO DE TRABAJO

Para trabajar el pastel es necesario una plancha de vidrio, espátula y difuminos (lápices enrollados de papel), los cuales sirven para frotar, mezclar colores y obtener efectos especiales. Algunos difuminos en el mercado son de madera con punta de gamuza.

Otros artículos necesarios son: goma de borrar, una cuchilla afilada, un atomizador de boca, fijativo y lija para afilar las barras. Para resaltar los contornos se puede usar carbón.

Protección y duración del cartel

Si se desea que el cartel dure debe estar hecho con pasteles y papel de buena calidad, también se tiene que aislar del polvo y la suciedad.

Otra opción es fijar el pigmento al grano del papel. Esto se hace poniendo al cartel bajo un papel aislante, de seda o celofán, y encima de estos dos una madera que haga presión.

Fijativos

Los fijativos tienen varios inconvenientes; el principal es que los colores pierden brillo y pueden oscurecerse, el blanco tiende a desaparecer a menos que esté fabricado con mucho blanco de titanio. Además, el cartel se puede volver pesado y pegajoso, pues el fijativo desplaza partículas de polvo.

Los fijativos de goma laca pueden provocar manchas, por eso lo más recomendable es disolver 2 partes de barniz Damar por 98 partes de bencina, aplicandolos con un atomizador de boca o un pulverizador con pera de goma.

El fijador se puede aplicar en cada capa, y dejar la última sin fijar, o fijar sólo el diseño inicial; o simplemente aplicarlo en la obra terminada. El rociado por el frente se hace manteniendo el pulverizador a la misma distancia durante todo el proceso.

Conviene empezar rociando al aire, antes de apuntar al cartel, y terminar del mismo modo. Se puede rociar también por el reverso.

■ PROCEDIMIENTOS DE APLICACIÓN

Antes de dibujar con pastel se elabora un boceto al carbón, después, hay que planear bien los colores y trazos, ya que es difícil (y a veces imposible) hacer correcciones. Para que el cartel no parezca "apagado" los trazos deben hacerse con decisión y bien definidos.

Para empezar a pintar se colocan los pasteles sobre un trozo de tela o cartón ondulado, ordenándolos cuidadosamente de acuerdo con el color y tono.

Conviene practicar distintos trazos, efectos y colores en un papel igual o parecido al que se usará.

El pastel puede manejarse de manera que produzca líneas finas o gruesas y distintas texturas. Por ejemplo, el borde de una barra cortada, pasada suavemente sobre el papel, producirá una línea fina. Pintando con el canto de la barra se consigue una mancha de color plano y uniforme.

Si se hace presión sobre el pastel, la pasta penetrará el grano del papel; con menos presión parte del papel se seguirá viendo a través del color. Aplicando el pastel con algodón se obtienen manchas aterciopeladas y contrastes delicados, no debe frotarse mucho para que la superficie no se alise y pierda textura.

Los sombreados se obtienen mediante líneas, tramados o trazos alternantes en diferentes ángulos. Si se desea mezclar se hace el sombreado con diferentes colores o con un moteado de puntos, para luego fundirlos con los dedos o difumino.

Una forma de dar toques de luz es borrar pequeñas zonas del pastel con una goma, o pintar pequeñas líneas con cuidado de no recargar mucho la superficie para que los colores no se mezclen.

Es importante mantener inclinado el papel a fin de que el exceso de polvo caiga, así mismo, de vez en cuando hay que sacudirlo o soplar la superficie.

CARBÓN

■ CARACTERÍSTICAS

El carbón es el más antiguo de los medios de dibujo. El hombre prehistórico utilizó tizones de hoguera para dibujar figuras de animales en las paredes de sus cavernas. El carbón que se utiliza hoy en día difiere poco de aquél, y se fabrica con ramas de vid y de sauce, en hornos especiales a prueba de aire.

Las partículas de carbón son inertes y no se fijan a la superficie del papel, por lo que es fácil borrarlas y difuminarlas.

El carbón se usa también para apuntes al aire libre o bocetos preparatorios para pintar.

■ PRESENTACIONES

Carboncillo

Son varillas de carbón de vid o sauce de unos 15 cm de longitud, se venden en cajas y tienen diferente dureza y grosor. Las varillas finas se afilan con lija y las gruesas (miden unos 6 mm de diámetro) con una cuchilla.

Carbón comprimido

Se elaboran con carbón de polvo y aglutinante. Son más fuertes que el carboncillo y resulta difícil corregir sus errores. Se venden en longitudes de 7.5 y 10 cm, su diámetro es de 6 mm.

Lápices de carbón

Es carbón comprimido cubierto de madera o papel enrollado. Es ideal para trabajos finos y de detalle. El grado de dureza es variable: HB duro, 2B intermedio y 6B blando.

Carbón en polvo

Se usa con difuminos o con los dedos, para extenderlo sobre el papel y obtener diferentes efectos tonales.

▪ SOPORTES

El papel para dibujar el cartel con carbón debe tener un grano bastante marcado y ser suficientemente fuerte para resistir frotos y borrados. Si el papel es de color acentúa el negro intenso del carbón.

Para el carbón comprimido es conveniente utilizar papel liso, el cual también llega a revelar su grano.

▪ EQUIPO DE TRABAJO

Los borradores de goma son muy importantes para trabajar con el carbón. Además de poderse afilar en punta para corregir errores minúsculos, sirven para borrar líneas no deseadas. Sin embargo, la característica del carbón es el dibujo libre y suelto, por eso a consideración del autor puede dejar el error y dibujar una línea nueva.

Otros materiales son, una cuchilla afilada, un difumino, una lija y fijador en spray.

▪ PROCEDIMIENTOS DE APLICACIÓN

Para construir zonas de tono gradual se usan tramados de líneas

finas, hechas en la misma dirección y variando la presión. Para elaborar texturas y tonos se hace un tramado cruzado.

Al pintar con el canto del carboncillo se cubren zonas bastante amplias y queda marcada la textura del papel. Se pueden añadir tramados cruzados a éstas zonas.

El carbón en polvo se puede extender con los dedos para variar tonos, suavizar líneas o hacer degradados.

Para crear texturas se hace una línea uniforme con la punta del carbón, procediendo después a frotar suavemente con una goma encima de ella, sin borrar del todo el carbón.

Algunos procedimientos de aplicación utilizados en el pastel pueden servir para trabajar con el carbón, se recomienda leerlos.

Al terminar el cartel, éste puede mancharse fácilmente con el propio carbón, por lo cual es indispensable fijarlo de inmediato.

LÁPIZ

■ CARACTERÍSTICAS

Los lápices de grafito son un medio relativamente reciente en la larga historia del arte gráfico, ya que el primero se fabricó en 1662.

En la actualidad existen minas metálicas que se pueden insertar en un portaminas o en el surco de un lápiz ordinario al que se le desmonta la mina.

La principal característica del lápiz es la línea en diferentes tonalidades y colores.

■ PRESENTACIONES

Lápices de grafito

Los lápices de grafito están graduados según su dureza. La escala normal empieza en el más blando 8B, le sigue el 7B, 6B, 5B, 4B, 3B, 2B, B, F, HB, H, 2H, 3H, 4H, 5H, 6H, 7H, hasta llegar al más duro 8H. Otro sistema es del 1 al 4, siendo el 1 el más blando.

Lápices de carbón

Estos lápices producen líneas muy negras, se fabrican en varios grados de dureza. Algunas de las mejores marcas son Wolff's, Royal Sovereign, General 557 y Blaisdell.

Portaminas

El portaminas se puede cargar con una gran variedad de minas, además, existen modelos especiales que trazan líneas finas de grosor

constante. Las minas se venden de diferente grosor, color y tienen una dureza relativa. Una buena marca de mina y portaminas es Staedtler y Pentel.

Lápices de colores

Los lápices de colores están hechos de aparejo, aglutinante, lubricante y pigmento. Son minas blandas cuyos trazos se pueden eliminar sólo con una cuchilla. Una excepción son los lápices Venus, que se pueden borrar con goma.

Las marcas recomendables para lápiz de color son Conté, Derwent, Fagle, Faber, Staedtler y Berol.

▪ SOPORTES

El papel liso, la cartulina Bristol y el papel marfil son los mejores soportes para lápices blandos. Las minas duras dan mejor resultado sobre papeles de textura granulosa, como Cartridge, el papel para acuarela, y el Ingres, blanco o de color.

Si se desea un papel de color que no figure entre los catálogos, se puede aplicar un lavado de acuarela a un papel blanco (los resultados son muy vistosos).

▪ EQUIPO DE TRABAJO

Sacapuntas y cuchillas

Existen diferentes sacapuntas que se pueden utilizar, uno es especial para afilar las minas de los portaminas y otro para lápiz de color o grafito.

Un lápiz afilado con una cuchilla, tendrá una punta más aguda y duradera que si se afila con sacapuntas. El lápiz debe ser lo bastante largo para que se vea la mina al dibujar, aunque a veces resulta más fácil manejar lápices pequeños, todo depende de como sea más fácil para el autor. Existen portálápices o alargadores que permiten usar los lápices hasta el

final.

Borradores

Hay diferentes gomas para los lápices, algunas duras que dañan el papel, corrientes que tienden a ensuciarse y tiznar el cartel o se desmenuzan tanto que hay que limpiar constantemente con riesgo de dañar la superficie.

La mejor goma es la de moldear o plástica, es limpia, puede adoptar cualquier forma y se usa para arrancar toques de luz.

Protección y duración del cartel

Para conservar el cartel se puede adquirir una lata de fijativo en aerosol, o en botella para vaciar en un atomizador de boca y aplicarse.

También se puede añadir 2 o 3 partes de alcohol a una parte de goma-laca brillante.

▪ PROCEDIMIENTOS DE APLICACIÓN

Lo importante para dibujar es tener el lápiz bien afilado, sobre todo cuando es blando o de carbón. Si no es así se pueden producir líneas defectuosas que estropearían el cartel. Los lápices blandos son excelentes para trazos rápidos y los duros exigen un control más preciso.

El efecto de sombreado se puede hacer con líneas paralelas fuertes y oscuras; para zonas más claras, con líneas finas. Si se quiere tener un tono, basta con frotar el polvo de grafito o de un lápiz de color con los dedos o un algodón. También, hacer una línea con lápiz suave de grafito y pasar de manera zigzagueante una goma sin recargarla mucho.

Para obtener textura se usa un papel con grano marcado, o se dibuja sobre una superficie texturada, como madera, piedra o cemento (una aplicación llamada Frotage).

Cuando se trabaja con papel de color los resultados suelen ser muy vistosos y el color blanco es muy efectivo para dar toques de luz.

El cartel debe ser hecho con limpieza y cuidado, por eso, de ser

necesario se debe sujetar el papel en una base o con la mano contraria a la que trabaja.

PLUMA Y TINTA

■ CARACTERÍSTICAS

El florecimiento de la pluma se debió a los monjes medievales, pero fue hasta el siglo XV que se perfeccionó en calidad y técnica.

Este medio tiene la ventaja de necesitar poco material: papel, pluma y tinta. Además, permite una enorme variedad en la expresión individual; sus posibilidades de aplicación son inagotables.

■ PRESENTACIONES

Plumas de mojar

Son las más versátiles y baratas, resultan idóneas para el principiante. Conviene tener varias plumillas para seleccionar las más adecuadas, éstas se encajan en un mango llamado palillero.

La plumilla puede cargarse con mucha o poca tinta, no se atasca a menos que el papel tenga una superficie defectuosa.

Después de usar la plumilla se debe limpiar, para que al usarla de nueva cuenta la tinta no se atasque.

Plumas-Fuente

Todas ellas se cargan con tinta de escribir excepto la Osmiroid, que se carga con tinta impermeable de dibujo. El depósito de la tinta se llena por succión a través de la plumilla; los tipos de plumilla casi no varían.

Plumas-Depósito

Se fabrican tintas especiales y de colores para estas plumas. La tinta

se carga directamente en el depósito sin succionar a través de la plumilla; es resistente al agua y fluye más suavemente.

En la marca Rotring Graphos existen casi 70 plumillas, en 8 formas básicas, y el flujo de tinta se puede controlar.

Estilógrafos

Son plumas de depósito con plumillas tubulares intercambiables que producen una línea uniforme. Las plumillas tienen diferentes medidas, se obtiene con ellas una calidad de línea fina, gruesa o extragruesa.

El depósito se debe vaciar y limpiar periódicamente con agua caliente. Si se deja la tinta hay que tapar el estilógrafo para que no se seque en el depósito. Las marcas más comerciales son Rotring o Staedtler.

Plumillas

Cada plumilla produce una línea diferente. La Slip hace líneas fluidas; la plumilla cartográfica una línea de anchura variable, según la presión aplicada. La línea de Crow Quill es de anchura constante, porque la plumilla es menos flexible. La Itálica hace trazos alternados finos y gruesos, la Inglesa hace líneas finas al ascender la mano y gruesas al descender. La plumilla de Cinco Líneas es idónea para tramados. Y la Copperplate se acopla a los trazos verticales y horizontales.

Rotuladores

Los rotuladores de punta de fieltro o de fibra se usan cada vez más en el diseño gráfico y en cualquier etapa del proceso, desde el boceto inicial hasta el diseño final.

Los rotuladores se fabrican en varios tamaños y colores, como el plumín (línea fina y delgada) y el marcador (línea ancha).

Entre los rotuladores de línea ancha, con punta de fieltro y que duran menos están el Magic Marker, Pantone, Stabilo y Pentel. El Stabilo serie 68 se fabrica en varios colores y tiene una punta mediana. Los Pentel ultrafino y Sign tienen punta acrílica y tinta de secado instantáneo. Los

rotuladores Edding, Pantone Fine Line y Pentel 67 hacen líneas finas y son buenos para detalle. Y por último, el Stabilo proyectable seca instantáneamente, no se corre, resiste el calor y no se decolora.

Tinta brillante

Repele al agua y al secarse obtiene un acabado brillante, sobre ella se puede seguir trabajando. Grumbacher fabrica 17 colores, Pelikan 18, y Winsor & Newton 22. Hay tintas especiales para plumas-depósito.

La más usada es la tinta china.

Tintas no resistentes al agua

Varias de ellas se fabrican en diversos colores. Dan el efecto de acuarela diluida, se secan con acabado mate y penetran más el papel.

Si se deja la tinta sin usar el pigmento se acumula en el fondo del frasco, de manera que debe agitarse antes de usar.

Si se evapora por tener el frasco abierto, la tinta se hace oscura y espesa; añadiendo agua destilada volverá a fluir bien.

Al escoger las tintas, hay que tener en cuenta sus cualidades: la tinta marrón y sepia se decoloran con el tiempo, las carbónicas se funden con facilidad y se diluyen fácilmente en agua.

La variedad de marcas es enorme. En tinta de color esta Faber Castell, Rotring, Winsor & Newton, y FW. Entre las tinta china y de en barra Higgins, Grumbacher y Winsor & Newton.

Tintas para pluma fuente: Quink, Faber Castell y Pelikan. Rotring fabrica cargadores para plumas Graphos y estilógrafos.

▪ SOPORTES

Los papeles más finos no tienen bastante apresto y la tinta se corre o se "hunde". El soporte recomendable para dibujar a tinta es el papel Catridge de 27.2 kg, que acepta lavados y correcciones.

Los papeles porosos no son recomendables, ya que la tinta los empapa y acaban por volverse amarillentos y quebradizos, además se

desgarran pegándose trozos de papel a la plumilla.

▪ EQUIPO DE TRABAJO

Pinceles

Una opción es el pincel y la tinta china en barra para hacer lavados muy finos y transparentes. La barra de tinta se frota con agua destilada hasta obtener el tono deseado.

Los pinceles son de las mismas características que se utilizan en la acuarela.

▪ PROCEDIMIENTOS DE APLICACIÓN

La práctica

El procedimiento más confiable se adquiere experimentado hasta descubrir varias maneras de aplicación que se adapten al estilo personal, y que cumplan con las necesidades que exige el cartel.

Es importante practicar movimientos y líneas con pluma y pincel antes de dibujar. Para ello conviene usar un pincel liso y un mínimo de presión, para que el flujo de tinta sea uniforme; hay que tratar de emplear la misma cantidad de tinta y aprender a calcular cuando se agotará, de modo que no nos suceda en un trazo largo.

Para obtener dibujos precisos y bien estructurados es conveniente hacerlos primero a lápiz y luego con tinta. Una vez familiarizado con el medio se puede hacer directamente a tinta ya que, la espontaneidad da interés al dibujo.

Si se dibuja con pincel se debe practicar, a fin de conocer la flexibilidad de su punta. La práctica se hace con movimientos amplios de todo el antebrazo, no sólo de la muñeca.

El tono

Para lograr el tono se ocupan los lavados de tinta, como en la acuarela. Los procedimientos para hacer sombras, volúmenes y variaciones tonales son: el punteado con estilógrafo, plumilla o rotuladores, preferentemente; los tramados y rayados hechos a mano suelta o con regla, y los rociados con cepillo de dientes, de igual forma que la acuarela.

La textura

Se logra empleando a manera de sellos esponjas, tejidos de lana o encaje y los dedos.

Otra forma de dibujar es tratando el papel con una vela, para a continuación aplicar un lavado de tinta y obtener una imagen en negativo. Mezclar la tinta con aguarrás o usar fluido enmascarador, soplar gotas de tinta y doblar el papel para obtener diseños simétricos. Pero lo más importante será la calidad de línea.

El borrado

Para borrar líneas preliminares de lápiz se debe secar completamente el dibujo. El tiempo mínimo de secado es de 12 horas, y según el papel puede prolongarse hasta 18 ó 24 horas.

Si se desean quitar los borrones provocados por la goma se aplica agua limpia con un pincel y luego se absorbe con papel secante.

ELEMENTOS COMPOSITIVOS DEL CARTEL

ELEMENTOS BÁSICOS DEL DISEÑO

Los elementos básicos del diseño son las partes que integran el cartel; a veces no se perciben visualmente, pero no hay duda que siempre estarán presentes. Por ejemplo, al descomponer un cartel en sus diferentes elementos visuales se obtendrá una línea, una textura, un color o una estructura, y si se vuelven a conjugar dichos elementos se presentará un mensaje con letras o imágenes. Los elementos básicos del diseño hacen del cartel un medio de comunicación percibido totalmente por la vista del lector.

▪ PUNTO

El punto es la unidad más simple e irreductiblemente mínima; es el elemento formal primario de la pintura y en especial de la obra gráfica.

Cualquier punto (no necesariamente redondo) tiene una fuerza visual grande de atracción sobre el ojo. Cuando más complicadas sean las mediciones en un plano visual, más puntos se emplearán. Si existen dos o más puntos el ojo del espectador tiende a conectarlos, por lo tanto son capaces de dirigir la mirada; entre más próximos estén los puntos, más se intensificará la comunicación para guiar al ojo.

El punto no es estático, tiene movimiento. Multiplicándolo mediante yuxtaposición crea la ilusión de tono o color y textura, si crece crea un plano.

▪ LÍNEA Y DIRECCIÓN

La línea se crea a partir de un punto en movimiento. Cuando los puntos están tan próximos entre sí no se pueden reconocer individualmente; la sensación de direccionalidad entre uno y otro aumenta y la cadena de puntos se convierte en línea. Esencialmente, la línea se descompone en tres tipos:

Recta. Tiene tres ángulos: 90 grados, mayor de 90 grados y menor de 90 grados. Es continua y sólo existe choque de fuerzas cuando se encuentran dos o más de ellas unidas, como en la línea quebrada.

Curva. Es continua y no existe un choque de fuerzas en ella.

Mixta. Es cualquier combinación de las dos anteriores.

Las tres direcciones de la línea recta son:

Vertical. Es significado de elevación, firmeza, dinamismo y dominación.

Horizontal. Es pasiva, de reposo e inanimación.

Diagonal. Puede ser estable o inestable dependiendo de su inclinación, aparenta agresividad y fuerza cuando chocan varias de ellas (línea quebrada).

Curva. Tiene significados asociados al encuadramiento, la repetición y el calor.

La línea puede ser objetual y no representar necesariamente una forma, tiene valor por sí misma.

Siempre que se emplea, la línea es el instrumento fundamental de la previsualización, el medio de representar en forma palpable aquello que todavía existe en la imaginación. Por ello es enormemente útil para el proceso visual.

Se considera que una línea con mayor presencia sobre las demás tiene énfasis o acento.

▪ ESTRUCTURA FIGURATIVA

La estructura es la configuración de fuerzas visuales que determinan el carácter del objeto visual, es el esqueleto resultante de todas las formas.

Es importante porque permitirá resolver con mayor facilidad las proporciones de una forma, por tal motivo cuando se dibuja uno se remite inconscientemente al esqueleto o estructura. Es recomendable dibujar del centro hacia afuera del objeto visual.

■ RITMO

El ritmo crea un movimiento virtual, es una sensación o recurso aparente, logrado por la repetición armónica de los elementos formales (línea, forma, tamaño, textura, dirección y color) e intercalando pausas, acentos, intensidades y direcciones en una sucesión regular u ordenada.

Es una manera de llevar la mirada del espectador hacia algún lugar de la imagen, por consiguiente marca una dirección.

El espacio entre los diferentes elementos debe ser breve, de otra manera éstos parecerán aislados entre sí y por consiguiente el efecto de ritmo no se conseguirá.

El ritmo es como la música, intercalando sonidos graves de mayor peso y agudos de menor. En el dibujo pasa lo mismo: una línea gruesa tiene más peso y una delgada menor peso.

■ MOVIMIENTO

Es una experiencia visual predominante en el hombre. En la obra visual no hay movimiento real, pero existen recursos que dan la impresión, uno de ellos es la distorsión.

El movimiento no se debe al medio, sino al ojo del espectador (a esto se le llama "persistencia visual"), y se crea gracias al efecto que causa en el ojo los elementos formales.

El movimiento virtual es el resultado de tensiones y ritmos compositivos en la obra visual. La mayoría de las veces el ritmo crea el movimiento virtual en el proceso de percepción visual en el ojo, este se mueve obteniendo información según el patrón cultural (se lee de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo), por tal motivo y por la persistencia visual el ojo percibe movimiento sin que exista realmente, tan sólo es un componente visual dinámico.

■ TEXTURA

La textura se define como diferentes características de la superficie de una figura. Esas puede ser lisa o rugosa, blanda o dura, ligera o pesada, decorada o no.

La textura se clasifica en: **visual**, que puede ser vista. Y **táctil**, que además de verse puede sentirse con la mano, como sucede con un relieve.

En el cartel se pueden emplear las siguientes clases de textura tanto visual como táctil:

Decorativa. Es sólo un agregado que puede quitarse sin afectar a la ilustración y a las interrelaciones del diseño.

Espontánea. Su función no es decorativa. Se crea al mismo tiempo que la ilustración y por tal motivo no puede existir sin ésta.

Natural asequible. Se mantiene la textura natural de los materiales como es el caso del papel, carbón, pastel, etc. No hay intención de ocultar el carácter del material.

Natural modificada. El material es transformado para darle otro aspecto, pero sigue siendo reconocible. Por ejemplo, cuando se arruga el papel o se aplica un lavado completo de acuarela antes de dibujar en él.

■ ESPACIO

El plano gráfico y el cartel tienen cierta similitud. Se caracterizan por ser bidimensionales y estar limitados, por una línea en el caso del plano, y por el soporte en el cartel.

El espacio en el plano funciona de dos maneras, una es lisa y la otra ilusoria. La primera sucede cuando las formas parecen reposar y ser paralelas al plano. No existe un efecto de profundidad y todas las formas son equidistantes al ojo. La segunda se manifiesta cuando las formas lisas aparecen algunas más cerca y otras más lejos, se percibe entonces un efecto de profundidad que rompe con el paralelismo del plano.

Algunas maneras de representar el espacio ilusorio son las siguientes:

Superposición. Cuando una forma se superpone a la otra, es vista como si una estuviera adelante.

Cambio de tamaño. El aumento en el tamaño de una forma sugiere proximidad, y la disminución alejamiento.

Cambio de color. Los colores cálidos o claros se acercan y los fríos u oscuros se alejan.

Cambio de textura. La textura gruesa se percibe más cerca del ojo que la fina.

Cambio en el punto de vista. Si una forma con volumen gira gradualmente se cambiará el punto de vista y se hará un espacio ilusorio.

Agregado de sombra. El agregado de sombra enfatiza la existencia física de la forma.

Volumen. Las formas lisas se pueden convertir en formas tridimensionales en el espacio ilusorio, agregando a la parte frontal perspectivas suplementarias. Una forma tridimensional nunca es vista en frontalidad total. Un ejemplo de volumen es el cubo.

▪ ESTRUCTURA COMPOSITIVA

La estructura compositiva es aquella que permite organizar y ordenar los diversos elementos de una obra gráfica. Se considera que una estructura puede ser creada con base en el número de oro o la retícula.

Número de oro

Es un medio empleado en las artes plásticas para estructurar un plano y obtener las medidas a lo largo y ancho de él. Con él se puede crear un equilibrio armónico de proporciones o de relación entre dos medidas diferentes.

El número de oro crea un ritmo dinámico, recíproco y continuo, hace que las partes divididas guarden una relación constante, es indistintamente la proporción áurea.

Un ejemplo para obtener con base en el número de oro, el ancho del cartel cuando sólo se conoce el largo es el siguiente:

1) Se considera el largo del cartel como una línea A-B de 1000 mm. (por mencionar una cifra, que posteriormente nos servirá para explicar otro método para calcular la proporción áurea). El inicio de la línea es el punto A y el final el punto B.

2) A continuación se traza una línea perpendicular hacia arriba desde el punto B. Esta línea se llamará C.

3) Con la ayuda de un compás y trazando previamente la mitad de A-B, con apoyo en B y teniendo como radio la mitad de A-B se dibuja un arco que corte a C. El punto de unión será llamado D.

4) Se une el punto A y D, con lo que resulta una línea llamaremos E.

5) Con apoyo en D y radio D-B se traza un arco que corte a E. El punto de unión entre el arco y E será considerado como F.

6) Con apoyo en A y radio A-F se traza otro arco que se unirá con la línea A-B. Este último punto de unión es lo que se considera como número de oro.

La división de la línea anterior ha creado dos nuevas medidas: A-B es la línea original o largo del cartel y mide 1000 mm, del punto A al número de oro es el segmento mayor y mide 618 mm, y del punto B al número de oro es el segmento menor con medida de 382 mm. El segmento mayor se toma como ancho del cartel.

Otro método, útil cuando sólo se conoce el ancho del cartel y se quiere obtener el largo es:

1) El lado corto tiene una medida A-B. El punto donde se inicia la línea es A y donde termina B.

2) Se divide la línea A-B a la mitad, éste punto será llamado C.

3) De la medida A-B se sacará un cuadrado. A-B es la base del cuadrado.

4) Del punto C a la esquina superior derecha del cuadrado se traza una diagonal. El punto de unión entre la diagonal y la esquina lo llamaremos D.

5) Con apoyo en C y radio C-D se traza un arco hacia la derecha.

6) La línea A-B se prolongará hasta juntarse con el arco anterior para formar el punto E.

7) La medida A-B es el lado corto ya conocido y A-E es el lado largo del cartel.

Cuando se cuenta con las medidas del cartel (largo y ancho) porque se hayan hecho en proporción áurea o porque se tengan predeterminadas (como suele suceder en los concursos de cartel), es conveniente estructurarlo en secciones áureas.

Si se desea seccionar a lo largo se toma la medida del ancho del cartel y se multiplica por 0.618. El resultado obtenido es un punto que se debe marcar a cada lado del ancho del cartel, para después ser unidos por una línea.

Cuando se secciona a lo ancho sólo se toma la medida del largo y se siguen los pasos anteriores, con la diferencia de que los puntos se unen a lo ancho.

Es importante aclarar que se pueden hacer subdivisiones adentro de una sección áurea y crear todas las que sean necesarias, las posibilidades son inagotables.

Retícula

La retícula es una estructura que permite solucionar problemas visuales de forma más rápida y segura. Los resultados que se obtienen con ella son: la disposición objetiva de la argumentación, la organización lógica de la imagen y el texto, así como también su conjunción armónica y rítmica. La retícula como base indudablemente hace al cartel rápido de leer y más fácil de retener.

Para crear una retícula se debe dividir en campos o espacios más reducidos al cartel. Partiendo de la amplitud y naturaleza de la información tanto de imagen como de texto. Así se determina posteriormente el tamaño de la mancha o plano, que se hará dentro del cartel, y que tendrá a cada costado un margen preestablecido con relación a la orilla del cartel.

El siguiente paso consiste en hacer dentro de la mancha divisiones horizontales, verticales o diagonales de espacio más reducido a manera de una reja. Los espacios pueden ser del mismo tamaño o no, si es éste el último caso es recomendable que lleven siempre un orden uniforme. La separación debe ser equidistante entre uno y otro campo, con el objeto de que si existen varias palabras o imágenes estas no se toquen al ser colocadas en cada campo y conserven su legibilidad.

■ COLOR

El color es un tema extenso, por lo que para su estudio se adoptan diferentes enfoques o aspectos:

El físico. Estudia la energía de ondas electromagnéticas o la naturaleza de los corpúsculos (partículas pequeñas como la célula, la molécula, el electrón, etc.) que originan la luz y por ende el color. También analiza las posibilidades de producir un fenómeno de color; particularmente la descomposición de la luz blanca en colores tras su paso por un prisma y el problema de la luz en los cuerpos.

El químico. Se basa en un estudio de la constitución molecular de la materia colorante o pigmento y los problemas de su conservación ante la luz. Asimismo, de los disolventes que se ocupan para aplicar el color y la preparación de los colores sintéticos.

El fisiológico. Estudia las acciones operativas de la luz y de los colores sobre el sistema visual ojo-cerebro.

El psicológico. Se interesa por los problemas de la acción de los

colores sobre el consciente y subconsciente del hombre. El simbolismo de los colores, su función y sus límites.

En este trabajo sólo desarrollaré los aspectos químico y psicológico, por estar más relacionados con su sentido. En el químico porque aquí se menciona el uso del pigmento ya convertido o transformado a un medio de representación gráfica como el pastel o el gouache. Y en el caso del psicológico, porque el color tiene una función comunicativa en el cartel, tanto objetiva como subjetiva en el receptor.

A continuación se presentan algunas características del color y de su comportamiento:

Dimensiones del color (pigmento)

Valor. Es una cualidad que va de la luz a la oscuridad. Son las gradaciones tonales. Es la mezcla de cualquier color que le permite aclararse u oscurecerse.

Saturación. Se determina por la pureza y la intensidad del matiz respecto al gris. Es una cualidad que da más expresión al color. Cuando se menciona que un color es muy rojo o muy verde es porque está alejado del gris y se encuentra saturado de su propio color.

Matiz. Es el color mismo, lo que permite diferenciar al rojo del azul, al amarillo del verde, etc.

Significado del color

El color tiene una carga significativa amplia y variada; el sólo hecho de poner un color en el cartel ya propone un significado, el cual será otorgado por el espectador y que generalmente relaciona con aspectos tanto naturales como psicológicos. Por eso y con base en los ocho colores elementales cromáticos (rojo, anaranjado, amarillo, verde, azul y violeta) y acromáticos (blanco y negro), se presentan los siguientes significados.

Es importante señalar que los colores se toman de manera autónoma y no en relación con otros o un tema específico. Si fuera así los significados podrían cambiar, aunque no necesariamente .

Rojo. Es el color de la sangre, por lo cual representa el peligro y la seriedad. Es excitante y estimulante. El rojo significa deseo en toda su gama de apetencia y anhelo; incita la fuerza, la lucha, el temperamento

sangriento y la sexualidad. Representa el mayor contraste de calidez y posee un gran poder de atracción. Está asociado con el coraje, la rabia, lo dinámico, la violencia y la autoridad.

Anaranjado. Es una combinación del rojo con el amarillo que puede provocar una sensación de calor, energía, ambición, alegría y triunfo. Representa lo acogedor, íntimo y cálido. Evoca en menor proporción a la luz, el fuego y el sol.

Amarillo. Es el color de la luz solar y representa la claridad y dispersión. Es muy llamativo, posee una condición grata, confortable y alegre. Simboliza la santidad, lo glorioso y lo divino -cuando es usado en las aureolas-. Con frecuencia se emplea para representar el poder, la riqueza material y el esplendor.

Verde. Es un matiz intermedio entre los colores cálidos y fríos. La mayoría de sus significados se asocian con la naturaleza y la primavera.

Representa la juventud, lealtad y esperanza, así como también la vida y la resurrección. El verde es un color neutro que en algunas ocasiones no tiene sentimiento, no es ni alegre ni triste, es inmóvil y tranquilo.

Azul. Se relaciona generalmente con el firmamento, el horizonte y el agua. El azul significa esperanza, verdad, libertad, aristocracia e inteligencia. La tranquilidad, pasividad, equilibrio y calma son sus características inmediatas. Es el color frío por excelencia. Se considera la mejor manera de representar la sensación de frescura.

Violeta. El violeta tiene una carga significativa que varía considerablemente, porque es la combinación de dos polos distintos: el azul y el rojo. Así, pues, sus significados se relacionan con la muerte, el sacrificio y lo espiritual. Representa la unión íntima y erótica. Es pasivo, serio y frío.

Blanco. Su principal significado es la luz y brillantez. Se ocupa para representar la paz, la inocencia, la verdad, lo puro y lo pasivo. Su doble cualidad está representada, por un lado, como la ausencia de color, de vida y por otro, como la unión de todos los colores del espectro.

Negro. El negro es noche, oscuridad, terror, maldad, muerte y silencio. Indica depresión y temor. Es el polo negativo en comparación al blanco.

Armonía del color

La armonía de color es juzgada con base a la acción simultánea de

dos o más colores que se relacionan con las ideas opuestas de atractivo y no atractivo, agradable y desagradable o simpático y antipático. Para encontrar la armonía en el cartel es necesario conocer los dos tipos de pensamiento que se tienen acerca de ella: El primero es completamente subjetivo y considera a la armonía como aquellos grupos de color que producen un efecto agradable. El segundo cree que la armonía existe cuando hay un equilibrio psico-físico, en el cual disimilación y asimilación del color tienen igual importancia.

El primer pensamiento se justifica en que todas las personas tienen sus propios criterios y que a algunas les puede parecer agradable el color en el cartel, independiente de que haya o no una composición cromática previa.

La otra creencia se basa en una composición preestablecida de color con base al círculo cromático, que dará como resultado una armonía de color en el cartel.

El círculo cromático es un método para obtener, como ya se mencionó, una armonía y funciona de la siguiente manera:

La circunferencia consta de 12 partes iguales y a cada una de ellas le corresponde un color. Empezando de la parte superior y hacia la derecha está el amarillo, amarillo-anaranjado, anaranjado, rojo-anaranjado, rojo, rojo-violeta, violeta, azul-violeta, azul, azul-verde, verde, amarillo-verde para llegar otra vez al amarillo.

En este círculo existen tres colores básicos o primarios (amarillo, rojo y azul) de los cuales se desprenden todos los demás, entre los que se encuentran sus complementarios o secundarios (verde, anaranjado y violeta). Se afirma que existe armonía cuando:

1) Hay dos o más colores complementarios. Por ejemplo el contraste de los complementarios que surgen de la siguiente manera.

Al cerrar los ojos después de contemplar un cuadro rojo por tiempo considerable, se verá como imagen residual su color complementario, el verde. Así pasa con el amarillo, que da violeta y el azul que produce el anaranjado. A este fenómeno se le llama contraste sucesivo.

O también, colocar alrededor de un color puro un cuadro gris de igual valor tonal. Al observarlos, si el color es rojo el gris dará un aspecto verdoso y si es amarillo el resultado será un gris violeta. A éste fenómeno se le llama contraste simultáneo. Un color siempre exige su complementario como muestra de equilibrio.

2) Si hay un mismo valor tonal y los colores se encuentran relacionados en el interior de un círculo por los vértices de un cuadrado, un rectángulo, un triángulo equilátero o isósceles. Por ejemplo, la unión del amarillo, rojo y azul en el triángulo isósceles. El cuadrado que una al

amarillo, rojo-anaranjado, violeta y azul-verde.

Contraste del color

El contraste es consecuencia de oposiciones completamente diferentes entre dos colores. Es además auxiliar para comprender la acción óptica, expresiva y constructiva del color para obtener las diferentes posibilidades compositivas dentro del cartel.

Contraste del color mismo

Es muy similar a la oposición del blanco y negro. En los colores primarios se encuentra el mayor contraste; conforme se vaya alejando el color de cualquier matiz primario, la fuerza expresiva de contraste disminuye.

Contraste de complementarios

Se llaman complementarios los colores pigmento que al mezclarse producen el gris neutro y que son diametralmente opuestos. Aparecen por la necesidad de equilibrio que reclama la percepción visual para generar un color de otro.

Los colores complementarios se oponen entre sí y exigen su presencia recíproca; su acercamiento aviva su luminosidad y su mezcla los neutraliza; sólo existe un color complementario de otro, como se muestra a continuación:

Amarillo:violeta
Amarillo-anaranjado:azul-violeta
Anaranjado:azul
Rojo-anaranjado:azul-verde
Rojo:verde
Rojo-violeta:amarillo-verde

La mezcla de los dos colores complementarios o de los primarios en proporciones requeridas da el gris. Se afirma que ya que el color gris es neutro, entonces al utilizar los colores complementarios se obtiene un

efecto estático, sólido y de armonía en la composición.

Amarillo:violeta=amarillo:rojo y azul
Azul:anaranjado=azul:rojo y amarillo
Rojo:verde=rojo:amarillo y azul

No obstante su función complementaria, los colores guardan sus propias características entre ellos. El amarillo es claro y el violeta oscuro, el azul es frío y el anaranjado cálido, el rojo y el verde guardan un mismo valor tonal y la misma luminosidad.

Contraste cálido-frío

El contraste cálido-frío es una sensación subjetiva de temperatura que se observa en los colores. Se pueden considerar dos grupos diferentes de color, el cálido y el frío.

El primero está compuesto por el amarillo, amarillo-anaranjado, anaranjado, rojo y rojo-violeta. El frío por amarillo-verde, verde, azul-verde, azul, azul-violeta y violeta.

De los dos grupos anteriores, el color azul y el rojo son los polos de lo frío y cálido. Pero hay que tener en cuenta que los demás colores que se extienden a su alrededor en el círculo cromático pueden variar dependiendo de su saturación, su valor y colocación dentro del cartel; por lo que pueden incluso cambiar de fríos a cálidos o viceversa. El contraste cálido-frío tiene otros criterios como:

Caliente-frío, soleado-sombreado, opaco-transparente, seco-húmedo, excitante-apaciguador, espeso-líquido, terroso-aéreo y lejano-próximo.

Contraste claro-oscuro

El contraste claro-oscuro es totalmente opuesto, representa dos extremos: la luz y la oscuridad.

Entre éstos se extiende toda una gama de tonos de gris y de color, la cual permite aclarar u oscurecer un dibujo: su función se basa en las dos gradaciones siguientes.

La primera se obtiene a partir de un rectángulo dividido en 12 cuadrados. En el primer cuadrado del rectángulo se pone el blanco puro

y se le empieza a agregar poco a poco el negro, hasta obtener diez gradaciones de gris y el negro puro en el cuadro final.

La segunda consiste en mezclar cada uno de los diez tonos anteriores de gris a un color del círculo cromático para obtener sus diferentes valores.

Con el resultado de las dos gradaciones anteriores se puede afirmar que un color es más claro cuando se encuentra próximo al blanco y más oscuro cuando esta cerca del negro. Además, que un color siempre pierde su pureza y luminosidad cuando se le agrega blanco o negro.

Es importante constatar que los colores luminosos saturados tienen valores de claridad diferentes.

El amarillo saturado es muy claro y es imposible obtener un amarillo luminoso oscuro.

El azul profundo es pleno de carácter y muy oscuro; el azul claro es pálido y sin carácter.

El rojo es muy luminoso en la oscuridad y el rojo claro no tiene ningún resplandor y corresponde al grado de amarillo luminoso.

ESTRATEGIAS **DE COMUNICACIÓN VISUAL**

Las estrategias de comunicación visual tienen la función de reforzar el mensaje del cartel y aportar a la composición mayor expresión; según Andrea Dondis se tratan de una serie de oposiciones.

Las estrategias deben ser utilizadas adecuadamente para crear una comunicación eficaz, de lo contrario pueden ocasionar un mensaje visual difícil de codificar o diferente a la que se pretendía transmitir.

▪ EQUILIBRIO E INESTABILIDAD

Es el primer factor compositivo que se puede usar sintácticamente en el cartel. El equilibrio es una estrategia de diseño en la que hay un centro de gravedad a medio camino entre dos polos opuestos, es cuando una, dos o más formas dentro de un plano actúan y se compensan unas a otras.

En el ser humano el equilibrio es una necesidad y por tal motivo ya es parte de él, es nato. No hay un medio tan rápido, exacto y automático como la sensación intuitiva de equilibrio que es inherente a las percepciones del hombre.

Existen dos formas de equilibrio, simétrico y asimétrico. En el simétrico el peso de las figuras es igual a ambos lados del centro de gravedad. Y en el asimétrico, el peso es diferente de los dos lados pero se compensan, son equivalentes.

El peso reúne varias consideraciones que se deben tomar en cuenta:

Ubicación. Si un objeto está más alejado del centro tendrá mayor peso.

Interés intrínseco. Es el conocimiento que se tiene del tema. Por ejemplo, si en un collage existe una imagen que se conozca, ésta será la de mayor peso.

Aislamiento. Mientras más aislada esté una forma con relación a las demás presentará mayor peso.

Tamaño. Entre más grande la forma mayor peso y fuerza.

Color. En general el color oscuro crea mayor peso que el claro.

Forma. Las formas geométricas como el cuadrado o el triángulo

son más pesadas que las orgánicas o irregulares. Las formas verticales u horizontales son más pesadas que las oblicuas, diagonales o inestables.

La inestabilidad es la falta de equilibrio y un factor desorientador; no es ni buena ni mala, todo depende de como se use en la comunicación visual, es decir, si es capaz de reforzar el significado, la intensión y el propósito del cartel, indudablemente se ha utilizado correctamente. Algunas consideraciones de inestabilidad son:

- 1) Lo primero que se observa es la parte inferior de un plano.
- 2) La complejidad, la inestabilidad y la irregularidad en las formas incrementan la tensión visual y, en consecuencia, atraen la mirada.
- 3) El ojo favorece la zona inferior de cualquier campo visual.

▪ RETICENCIA Y EXAGERACIÓN

La reticencia puede parecer muy simple pero a la vez es muy eficaz; su objetivo principal es atraer la atención del espectador por medio de un mínimo de formas visuales.

Por otra parte, y como lo indica su nombre, la exageración amplifica, intensifica y hace a las formas más pesadas. Si se usa de manera correcta puede crear gran impacto visual. La exageración aplicada a una forma que esté junto a varias imágenes creará mayor dominio.

▪ TRANSPARENCIA Y OPACIDAD

La transparencia es una estrategia que se hace por así decirlo con dos planos. El objeto o la forma visual que está en primer plano no es completamente opaca y permite que se distinga, a veces, no del todo bien la figura del segundo plano. Un ejemplo muy claro es el lavado de acuarela, que permite se observe el papel a través del color.

La opacidad no permitara percibir visualmente a la forma en segundo plano. Suele ser muy sugestiva ya que provoca curiosidad saber lo que oculta el primer plano. Esta estrategia se puede lograr con plastas de color.

▪ UNIDAD Y FRAGMENTACIÓN

La unidad es la fusión de todos los elementos visuales dentro del plano o cartel, los cuales se perciben como un conjunto. Es la forma más directa y no presenta mayor dificultad de comunicación. En cambio, la fragmentación es descomponer en cada una de sus partes a una imagen o a un conjunto de imágenes para su mejor comprensión. Cada una de las partes divididas tienen una relación entre sí y al mismo tiempo conservan su carácter individual, pero dificulta la organización del significado.

▪ PREDICTIBILIDAD Y ESPONTANEIDAD

La predictibilidad conlleva un orden o plan muy convencional. La experiencia, la razón y la observación vuelven predecible todo el mensaje visual, y por eso solo se necesita de un mínimo de información. Es el modo más simple de comunicación.

La espontaneidad sucede cuando hay una falta aparente de plan y todo parece estar dispuesto de manera accidental. Es una estrategia que permite una expresión individual más directa y como consecuencia se puede apreciar en la imagen mayor carga emotiva, impulsiva y desbordante.

▪ SINGULARIDAD Y YUXTAPOSICIÓN

La singularidad es transmitir el mensaje de forma directa sin contar con cualquier otro estímulo visual que distraiga o complique el proceso de comunicación con el receptor. Hacer énfasis en un punto específico de la transmisión, es su característica principal.

Como contrapartida la yuxtaposición presenta dos o más estímulos visuales que al ser relacionados por el espectador provocan una comparación de ellos, en consecuencia se produce la comunicación del mensaje.

▪ **REGULARIDAD E IRREGULARIDAD**

La regularidad es el desarrollo que se produce en los elementos a partir de un orden que no permite alguna desviación. Estos deben tener la misma forma.

Como irregularidad se entiende todo desarrollo que se ajusta a un plan poco claro o difícil de entender. En el desarrollo se puede realzar lo inesperado cambiando la escala, la forma, el color, la textura, etc.

EL TEXTO EN EL CARTEL

El texto en el cartel tiene doble connotación, en primera instancia posee un significado por sí mismo, sus letras y palabras son símbolos que perciben los lectores del cartel para interpretarlos de acuerdo con su nivel cultural.

El segundo significado del texto surge a partir de su color, posición en el cartel, relación con la ilustración y la forma en que se presenta visualmente.

Las connotaciones que recibe el lector, no sólo del texto, también del cartel en su totalidad son inmediatas, y tal como las percibe se quedan grabadas en la mente.

• VARIABLES DE VISUALIZACIÓN (JERARQUÍA)

El término de visualización se usa en el sentido de hacer visible en el cartel un conjunto de nociones y elementos gráficos obtenidos por separado y que tenderían a la fragmentación semántica si el diseñador no les impusiera un orden.

Las variables de visualización no se aplican directamente a la imagen o al texto, sino al significado de jerarquización o de principalidad entre estos dos, los cuales determinan la percepción e integración del mensaje por el receptor.

Las combinaciones de jerarquía pueden manejarse por el diseñador de manera que el significado del cartel sea más convincente.

• RELACIÓN TEXTO-IMAGEN

La carga connotativa del texto y la imagen se puede determinar mediante unos puntos de referencia entre fuerte-debil, pesado-ligero, activo-pasivo, etc. Así, después, se puede apreciar el grado de adecuación entre los dos aspectos.

Por ejemplo si los puntos de referencia entre el texto y la imagen coinciden o se encuentran próximos, se podrá afirmar que la relación

texto-imagen está bien adaptada, puesto que evocan el mismo significado.

Cuando sucede al contrario, y un texto es considerado pasivo, y la imagen activa, habrá un rompimiento que incluso puede provocar una independencia de relación significativa entre texto e imagen.

▪ EL MENSAJE EN EL CARTEL Y EL GRAFISMO SEÑALÉTICO

El mensaje es, por así decirlo la traducción de la imagen; se basa en la idea de reforzar el significado del cartel.

El tiempo de exposición del espectador ante el mensaje se encuentra limitado en el cartel, porque sólo permanece visible durante el tiempo que se pase delante de él.

El mensaje debe garantizar al máximo posible la facilidad de aprehensión y retención por parte del receptor. También, debe proponerse optimizar la eficacia de comunicación, es decir, que con un mínimo de medios se debe obtener un mayor impacto sobre el máximo de personas.

Como auxiliar en el mensaje del cartel existe el grafismo señalético, que consiste en hacer más expresivo el texto.

Los signos y los trazos de rasgo espontáneo, como los subrayados vigorosos en color para destacar una palabra o los pictogramas del comic para envolver al mensaje suelen dar muy buenos resultados en el diseño de cartel.

▪ LAS CONNOTACIONES DE LA ESCRITURA COMO ELEMENTO GRÁFICO

La letra no posee más sentido que su propia designación, para formar palabras y texto. Este texto aparte de lo que denota, posee un conjunto de connotaciones que difieren notablemente de una forma gráfica de escritura a otra. Y es ahí, en esas connotaciones, donde el texto adquiere otra función e induce al lector, sin que sea plenamente consciente de ello, a fabricar nuevos significados. Por ejemplo, al diferenciar dos caracteres tipográficos se podrá notar su diferencia connotativa con base a su forma gráfica.

Tipografía gótica: confusa, rica, vieja, complicada, pesada, etc.

Tipografía helvetica: clara, pobre, joven, simple, ligera, etc.

Por otra parte cuando la escritura manual se parece más a la normalizada las connotaciones serán más descifrables, como el ejemplo anterior. Y, entre menos se parezca la escritura manual a la normalizada habra mayor libertad de expresión y de variación gráfica, y por consiguiente una mayor carga connotativa que desea expresar el diseñador gráfico más subjetivamente.

■ LA ESCRITURA MANUAL

Existen dos tipos de escritura, libre (manual) y normalizada (industrial). La primera traza directamente las letras sobre el cartel, en tanto, la segunda opone a esta libertad porque ha sido previamente dibujada y está sujeta a normas de un repertorio estructural fijo y definido; por ejemplo la escritura de mecanografía, transferible o electrónica, (esta última ya se puede modificar) pero el carácter siempre estará establecido desde el principio.

Como la escritura normalizada parte de un medio técnico que por sus características no cumple una función convincente en nuestro campo, la dejo a un lado para dar paso a la escritura libre.

En ésta se puede percibir la libertad del gesto y la espontaneidad como valor estético y creativo. Existen cuatro divisiones de esta escritura y aunque muchas veces no se ven directamente en el cartel desempeñan la misma función en él.

Graffiti. Tiene una falta de normalización, su legibilidad es lenta pero se compensa con máxima expresión del trazo espontáneo.

Rotulación. Intenta tomar del graffiti la espontaneidad porque sus letras son generalmente sueltas, pero a la vez más fieles a las normas de los caracteres.

Caligrafía. Son letras que se hacen conforme a las inflexiones de la mano y se encuentran, a veces, unidas entre sí formando palabras. Su función es combinar la legibilidad y la estética.

Fantasía. Son letras ilustradas en base a figuras animales, vegetales, humanas, arquitectónicas y fantásticas. Es un recurso poco frecuente.

LA FUNCIÓN SIGNIFICATIVA DEL CARTEL

La comunicación es el principal objetivo que debe cumplir el cartel. Crea el mensaje a partir de "signos" que deben ser entendidos y comprendidos por el observador para una óptima y eficaz función.

Para entender el desempeño del signo es necesario enfocarlo desde tres ángulos diferentes:

El primero es en **el signo** mismo. Comprender las diferentes categorías del signo, su manera de llevar significados y de relacionarse con quienes lo usan.

El código. Es el sistema de organización de los signos y varía dependiendo de una sociedad o cultura.

La cultura. Es el lugar donde operan los códigos y los signos.

▪ EL SIGNO

El signo, como un todo conjuga dos elementos el significante y el significado. Las relaciones interpretativas equivalen a un triángulo, el vértice superior es el signo, el derecho el objeto y el izquierdo el interpretante (un modelo en donde no se cambian de posición los elementos, pero sí están en mutua relación). El triángulo o modelo surge por la necesidad de una significación, es decir, de otorgarle un sentido a la realidad exterior, por ejemplo:

Un determinado VINO está a punto de salir a la venta y es necesario dibujarlo en el cartel, para que el público lo conozca antes de su lanzamiento. El signo representa algo diferente a sí mismo, es decir, representa un objeto. En el cartel el dibujo del VINO y el texto son los signos.

El objeto es la existencia física del signo, es la botella de vidrio, con líquido adentro y una etiqueta pegada.

Y el interpretante es el público u observador, quien al saber de que se trata el cartel automáticamente le otorga un significado; probablemente al ver en la etiqueta de la botella la palabra VINO, comparar la botella con un envase de leche o leer el texto del cartel que puede decir: "Próximamente el mejor VINO".

Categorías del signo

Las categorías del signo son tres y consisten en:

Icono. Cuando comparte el carácter del significante y tiene cierto parecido a él. Por ejemplo, el dibujo que interpreta un paisaje o un retrato.

Índice. Es un signo que tiene conexión existencial directa con el significante. Un condón en un cartel de educación sexual es indicio de prevención.

Símbolo. No hay relación como en el icono, pero existe una regla o acuerdo entre un grupo de gente que permite representar algo y por ende comunicar. Las letras y los números son símbolos que comunican.

■ EL CÓDIGO

Los códigos han sido elaborados y aceptados por los miembros de una comunidad. Sirven para la organización de los signos y cumplen con una función social comunicativa.

Entre los diferentes códigos se destacan los de **banda ancha** y **banda estrecha**.

Banda ancha

Estos códigos comparten los miembros una audiencia masiva. El origen de su mensaje se crea de tres maneras:

La primera es en el contenido y sucede cuando el tema a tratar en el cartel es de interés general. Hay una interacción constante entre la audiencia como fuente, la emisión de banda ancha y la audiencia como destinatario. Por decir algo, el cólera es una enfermedad que se origina en la sociedad (fuente), el cartel trata un tema general de prevención contra el cólera (banda ancha) e irá dirigido a donde se originó la enfermedad, a la misma sociedad (destinatario).

La segunda es cómo la audiencia gracias a que las expectativas basadas en su experiencia cultural determinan la forma del mensaje.

Si un partido político cumplió con sus objetivos y mejoró la forma de vida de una comunidad, cuando vuelva a lanzar su campaña, podrá emplear un texto en sus carteles que diga: "Ya lo comprobaste, vota por

nosotros". El significado que da la comunidad al cartel es completamente positivo y volverá a votar por el mismo partido, es claro que la experiencia así lo garantiza.

En la tercera el mensaje es originado en gran parte por el gusto de la sociedad. Pongamos como ejemplo un cartel que anuncie la fiesta anual de un pueblo; éste se realizará con gran colorido, con dibujos de gente bailando y serpentinas por donde quiera, pues, es como a la gente le gustan las fiestas y es un hecho que el diseñador debe acatar.

Banda estrecha

Como contrapartida los códigos de banda estrecha apuntan a una audiencia definida y limitada (generalmente los que han decidido aprender esos códigos). Es importante mencionar que los códigos de banda estrecha pueden ser comprendidos únicamente por la experiencia educativa e intelectual y no con experiencias comunitarias. Si se compara un cartel para una convención de médicos y uno como el de la fiesta anual del pueblo habrá un sinfín de diferencias. Probablemente la más evidente sea que el médico entienda el significado del cartel del pueblo y que la comunidad del pueblo no pueda entender en su totalidad el significado del cartel de la convención, quizá por una serie de palabras que están ahí y que son de uso cotidiano sólo entre médicos, o por una serie de imágenes que representan algún equipo médico.

■ LA CULTURA

La cultura es creada por una sociedad determinada y ésta a su vez por cada uno de sus individuos. Así, posteriormente se entiende que los códigos y los signos del cartel operan en los tres órdenes siguientes:

En el individuo. Este debe ajustarse a las reglas de un grupo viviente o sociedad; pero eso no le impide actuar con independencia, ni tener la capacidad para pensar, sentir o percibir con autonomía. Es sin duda un ente pensante.

La sociedad. Se crea a partir de un grupo organizado de individuos que están en plena actividad dentro de ella. De tal manera que no sólo tienen que contar con miembros, sino también con especialistas capaces de hacer ciertas cosas superlativamente bien, mientras la elaboración de las

otras se dejan a cargo de los demás. Cada sociedad adopta diferentes formas de vivir, así una es distinta de la otra.

La cultura. Es la forma de vida de cualquier sociedad sin distinción de clases sociales. Por dicha razón no hay individuo ni sociedad que carezca de cultura, todo ser humano forma parte y es portador de ella.

Es también entendido que la cultura es el legado que nos heredan los miembros de una sociedad; esa herencia es la conducta y los resultados que van evolucionando de ella, y que a su vez son organizados en un todo llamado modelo. El modelo se comparte y se transmite en cada una de sus partes a los otros miembros de la sociedad para que los aprendan y los pongan en práctica.

En conclusión, se puede decir que la cultura es la práctica en las actividades políticas, deportivas, religiosas, artísticas o de cualquier otra índole dentro de una sociedad.

■ LA SIGNIFICACIÓN (DENOTACIÓN Y CONNOTACIÓN)

La significación es otorgarle un sentido a la realidad exterior, y para lograrlo se aplican dos criterios: la **denotación** que equivale al sentido común y obvio del signo, y la **connotación**, que se refiere a la interacción que ocurre cuando el signo encuentra los sentimientos o emociones del usuario y los valores de su cultura.

Para comprender esto es necesario hacer una comparación entre dos dibujos: El primero es un paisaje, fue realizado con carbón y grafito; su apariencia es nublada y solitaria.

El segundo es el mismo paisaje resuelto con acuarela y gouache; tiene mucho colorido y se percibe un día soleado.

Indudablemente los dos casos denotan un mismo objeto igual, un paisaje. Pero hay connotaciones diferentes, el primero sugiere melancolía y tristeza. Por el contrario, en el segundo, habrá una sensación de bienestar, un ambiente cálido y lleno de alegría.

Para definirlo de la manera más sencilla, puede decirse que la denotación es lo que se dibuja y la connotación es cómo se dibuja.

PROPUESTA PARA REALIZAR EL DISEÑO DE UN CARTEL

La propuesta toma en cuenta distintos aspectos para su realización, en un inicio para justificar gráficamente los resultados obtenidos de esta investigación. Y posteriormente para aportar un desarrollo explícito, es decir, en ocasiones cuando se copia un proceso resulta que es muy superficial, no se comprende en su totalidad y el diseño puede resultar afectado.

Para solucionar este inconveniente la propuesta se presenta con un ejemplo y se explica todo su esquema.

Un muy buen motivo para aquellos diseñadores que no han intentado introducirse un poco más a los materiales y procedimientos de representación gráfica para aplicarlos al diseño de cartel, es la siguiente propuesta integrada por una fase de estudio y otra de proyección:

FASE DE ESTUDIO

Esta fase propone la indagación por parte del diseñador gráfico para que conozca lo que va a comunicar por medio del cartel; así como también de qué manera lo puede hacer sin que el mensaje presente alguna dificultad en ser comprendido.

1. Especificar el tema, propósito y tipo de cartel.

a) El tema es el motivo primario del cartel, la causa que origina una razón para hacerlo.

El tema del cartel (que se utilizará como ejemplo) es: La tortuga marina.

b) El propósito es el problema que se intenta solucionar (con base en el tema) por medio del cartel.

Propósito del cartel: Evitar la extinción de la tortuga marina.

c) El tipo de cartel se determina deduciendo su propósito.

Tipo de cartel: Preventivo (ecológico).

2. Recopilar y comprender la información necesaria sobre el tema, propósito y tipo de cartel.

La información esencial de la cual se puede partir para determinar el tipo de cartel se obtiene en el capítulo 1.

a) Obtener toda la información que se considere necesaria de cualquier fuente como libros, revistas, folletos, videos, etc.

En el caso de la tortuga marina y su extinción se investigó en libros y video.

b) Estudiar y comprender la información recabada para crear una base firme de conocimiento que ayude a plasmar gráficamente y correctamente las ideas en el contenido del cartel.

Estos son los puntos más importantes de la información recabada:

▪ **Evolución:** La tortuga que se conoce en la actualidad tuvo su origen hace 2 millones de años. Pero su real descendencia data de 300 millones de años cuando surgió el reptil de tronco -su nombre se deriva del hecho de que todos los reptiles nacen de él-.

▪ **Clase:** La tortuga es un reptil, vertebrado, que posee escamas, sale a la superficie para respirar y depositar sus huevos y depende de fuerzas exteriores para dar calor a su cuerpo.

▪ **Anatomía:** La tortuga se compone de una parte superior y del vientre, unidas en los costados por un reborde óseo. Toda la estructura forma una fuerte cubierta dentro de la cual gran parte de la tortuga, en algunos casos toda ella, puede esconderse.

▪ **Reproducción:** Las puestas en las cuales la tortuga sale del mar hasta encontrar un lugar seco en la arena para depositar sus huevos se desarrollan por fases escalonadas; cada vez tienen lugar en una playa diferente y en conjunto cada hembra pone en promedio 400 huevos. Mientras esto sucede los machos esperan a las hembras para realizar la cópula en el agua. Así, los huevos que pone una hembra han sido fecundados por los espermatozoides de la temporada pasada.

▪ **Forma de vida:** La tortuga habita lugares cálidos por ser de sangre fría, su vida es totalmente acuática y sólo abandona el agua para ir a poner huevos a la playa o en algunos casos tomar el sol de vez en cuando. Se alimenta de plantas sumergidas, moluscos, crustáceos, algas y peces.

▪ **Tipos de tortuga:** Los dos tipos que existen son marina, que pasa generalmente toda su vida en el agua, y terrestre, que vive sólo en la tierra. De la tortuga marina se desprenden diferentes especies como son la tortuga verde que tiene un peso de 240 a 330 kg y un caparazón promedio de 976 mm de longitud, la tortuga laúd que tiene una longitud total de hasta 2.50 m y un peso de 950 kg y la tortuga carey que llega a poner más de 540 huevos en total.

▪ **Causas de su muerte:** Las causas que provocan la muerte de la tortuga marina son muchas e aquí las más importantes:

Las tortugas recién nacidas deben dirigirse al agua, en ese lapso de tiempo corren el peligro de ser capturadas fácilmente por las aves hambrientas que descienden sobre ellas, así como por los predadores

terrestres como los perros vagabundos y los peces que aguardan en el agua.

De 10,000 tortugas que se incuban en la arena únicamente entre 10 y 100 logran sobrevivir. En la actualidad hay muchas tiendas de animales domésticos. Estos negocios se han convertido en uno de los medios por los que el hombre explota a la tortuga, además, los caparazones de la tortuga son utilizados como objetos de adorno y tocador. El tiempo de incubación de los huevos en la arena es de entre 40 y 72 días, tiempo que aprovecha el hombre para robarlos y venderlos como alimento. Cuando las hembras llegan a la playa para poner sus huevos, el hombre las mata antes de la puesta para consumir su carne y extraer los huevos.

Uno de los principales problemas que enfrenta México es la venta ilícita del huevo de tortuga.

▪ **Importancia de su conservación:** La tortuga es parte de la vida salvaje que existió en la tierra. Apareció y evolucionó antes que lo hiciera el hombre; por tal motivo si desaparece la tortuga no quedara rastro de lo que fue un mundo primitivo.

La tortuga merece vivir no sólo por lo que representa, sino porque también es un ser vivo .

3. Investigar a quién será dirigido el cartel.

a) Conocer qué tipo de individuos haran la lectura del cartel.

El cartel será dirigido al mayor número de individuos (código de banda ancha).

b) Con base en ese tipo de individuos se adaptarán determinados signos (palabras, colores, imagenes, etc.) para comunicar y realizar el diseño del cartel.

Como el cartel se dirigirá al mayor número de individuos, debe tener un grado de significación simple en cuanto al texto e imagen empleados.

FASE DE PROYECCIÓN

En esta fase entra la creatividad del diseñador gráfico, por tal razón los resultados obtenidos dependen totalmente de sus posibilidades para hacer desde el formato y la estructura del cartel, hasta un texto y una imagen adecuada que los acompañe.

Es también una fase importante que el diseñador debe aprovechar para conocer los diferentes aspectos visuales que se pueden lograr con los materiales y procedimientos de representación gráfica para diseñar un cartel.

1. Delimitar el formato original del cartel.

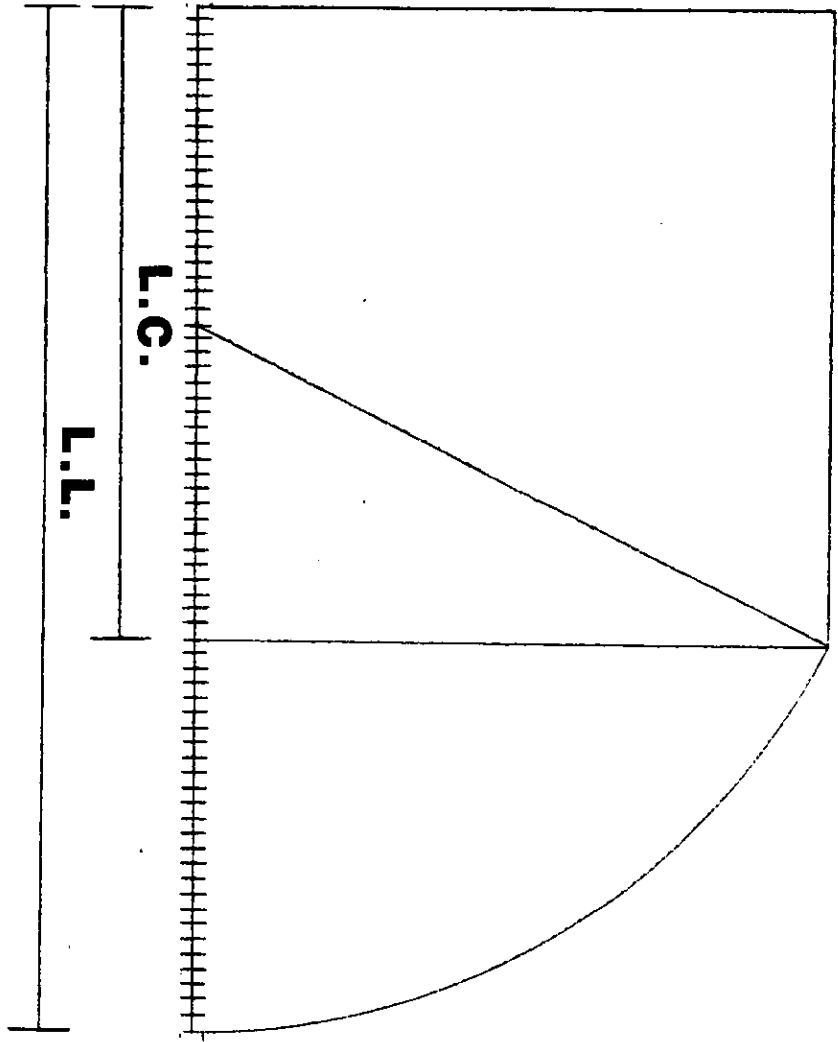
a) Obtener o hacer las dimensiones del cartel.

Se obtienen las dimensiones cuando es un concurso de cartel, sino es así, es necesario hacerlas.

Las dimensiones que presento para el cartel están calculadas en la proporción aurea y miden 42 X 67.9 cms **(1A)**.

b) Los trabajos preliminares pueden ser hechos a proporción del formato original del cartel.

Para los trabajos preliminares propongo reducir el formato original del cartel a una escala de 1:3 **(2A)**.



2. Componer el texto con relación al propósito del cartel.

a) Hacer diferentes textos.

Los textos que escribo a continuación son las ideas primarias para el cartel:

- La nula conciencia anula cada día más a la tortuga.
- La tortuga, especie en extinción.
- Cuidar a la tortuga. Es un motivo más para vivir.
- La falta de conciencia es la extinción de la tortuga.
- Deja vivir a la tortuga en su medio ambiente.
- No consumas huevo de tortuga.
- La conservación de la tortuga depende de ti.
- Consumir un huevo de tortuga es consumir una vida.
- Una meta para la tortuga es su vida, no la destruyas.
- Su espacio de vida es su espacio de conservación.
- Detente y piensa... En verdad vale la pena matar una tortuga.
- Si somos los seres más inteligentes ¿por qué no evitamos la extinción de la tortuga?
- La tortuga, como tú, tiene el mismo derecho a vivir.

b) Seleccionar los más adecuados, y si es necesario, corregirlos.

Estos son los textos que he seleccionado, de los cuales dos presentan alguna modificación.

- La nula conciencia cada día anula a la tortuga*.
- Consumir un huevo de tortuga es consumir una vida.
- Su espacio de vida es su espacio de conservación.
- Detente y piensa... La vida de una tortuga depende de ti*.

c) Seleccionar de nueva cuenta, pero con la diferencia de escoger sólo uno, que desde este momento será considerado parte integral del cartel.

El texto que seleccioné es: **“Consumir un huevo de tortuga es consumir una vida”**.

Los motivos de su elección fueron que no presenta ninguna dificultad para ser leído y entendido, no es demasiado extenso y se puede retener con facilidad en la memoria. Tiene una connotación sencilla y no intenta ser agresivo, aunque sí directo. También porque en México uno de los principales problemas es la venta ilícita y consumo ilegal del huevo de tortuga.

3. Crear varias imágenes inspiradas en el texto para desarrollar diferentes propuestas gráficas y escoger una para el cartel.

a) Plasmar diferentes imágenes.

Las imágenes que relacioné directamente con el texto fueron un huevo de tortuga, una tortuga acabada de nacer, y otra tortuga adulta a la cual se le distingue perfectamente por su principal característica, el caparazón. Se trata de grafismos que no presentan mayor dificultad para ser comprendido por el lector y que tienen similitud con el texto (3A).

b) Con base en una estructura colocar cada una de las imágenes en un boceto diferente.

Lo más importante antes de agregar la imagen es estructurar el plano, para organizar el espacio, como se nota en los trazos lineales de los bocetos (3B).

En algunas ocasiones es válido integrar visualmente desde este momento el texto y la imagen (3C).

c) Agregar el texto a las imágenes.

Al agregar el texto en algunos casos se modificó un poco la estructura, pero sin destruir la idea original (3D).

d) Seleccionar un boceto.

El boceto que seleccione tiene la siguiente justificación (3E):

La tortuga está en sección áurea y colocada en el lado superior izquierdo para distinguirla inmediatamente, pues, ese ángulo es lo primero que se observa al hacer cualquier tipo de lectura, según nuestros patrones culturales.

Los huevos están colocados en zigzag para lograr una composición

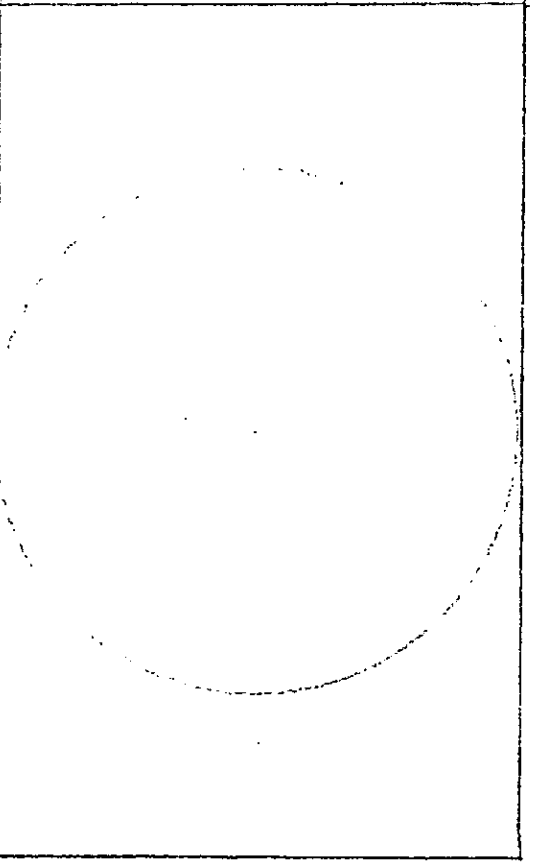
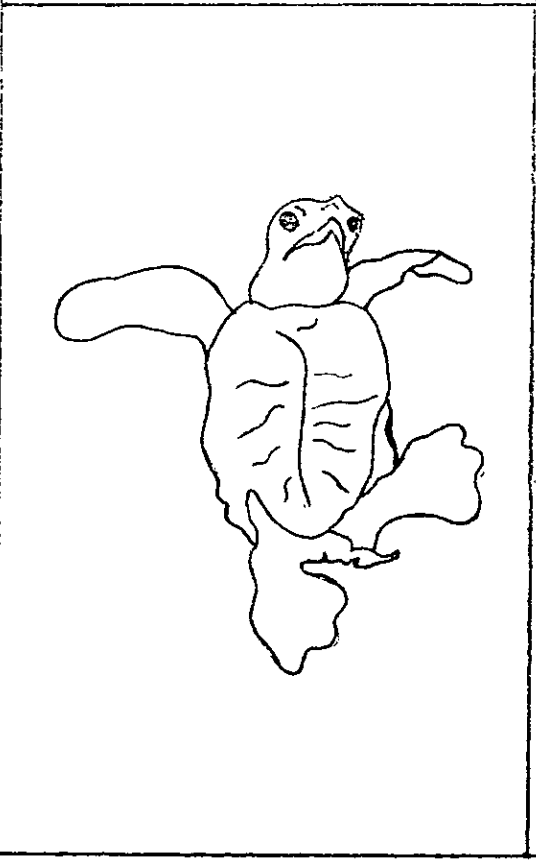
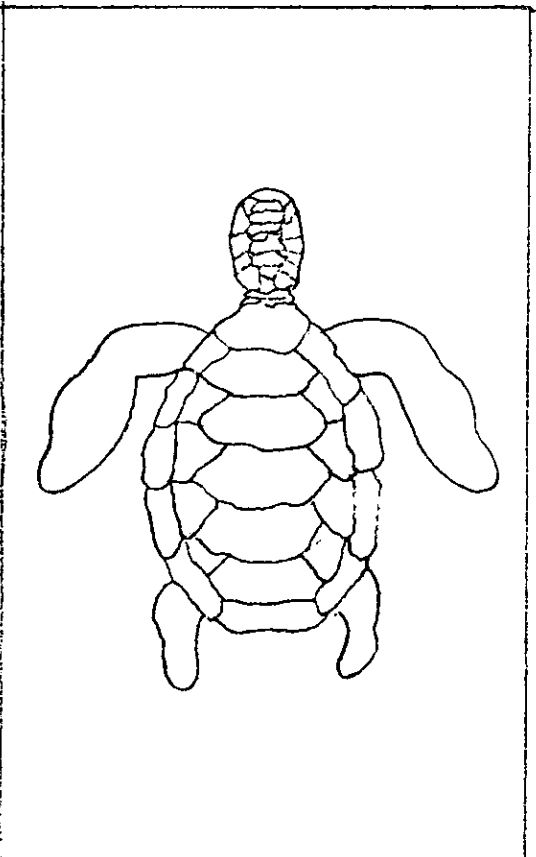
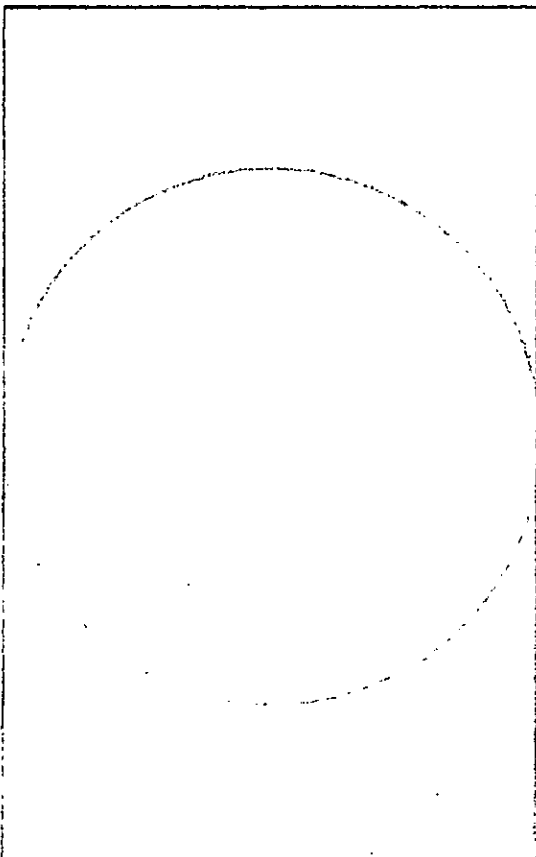
dinámica; representan la vida de más tortugas.

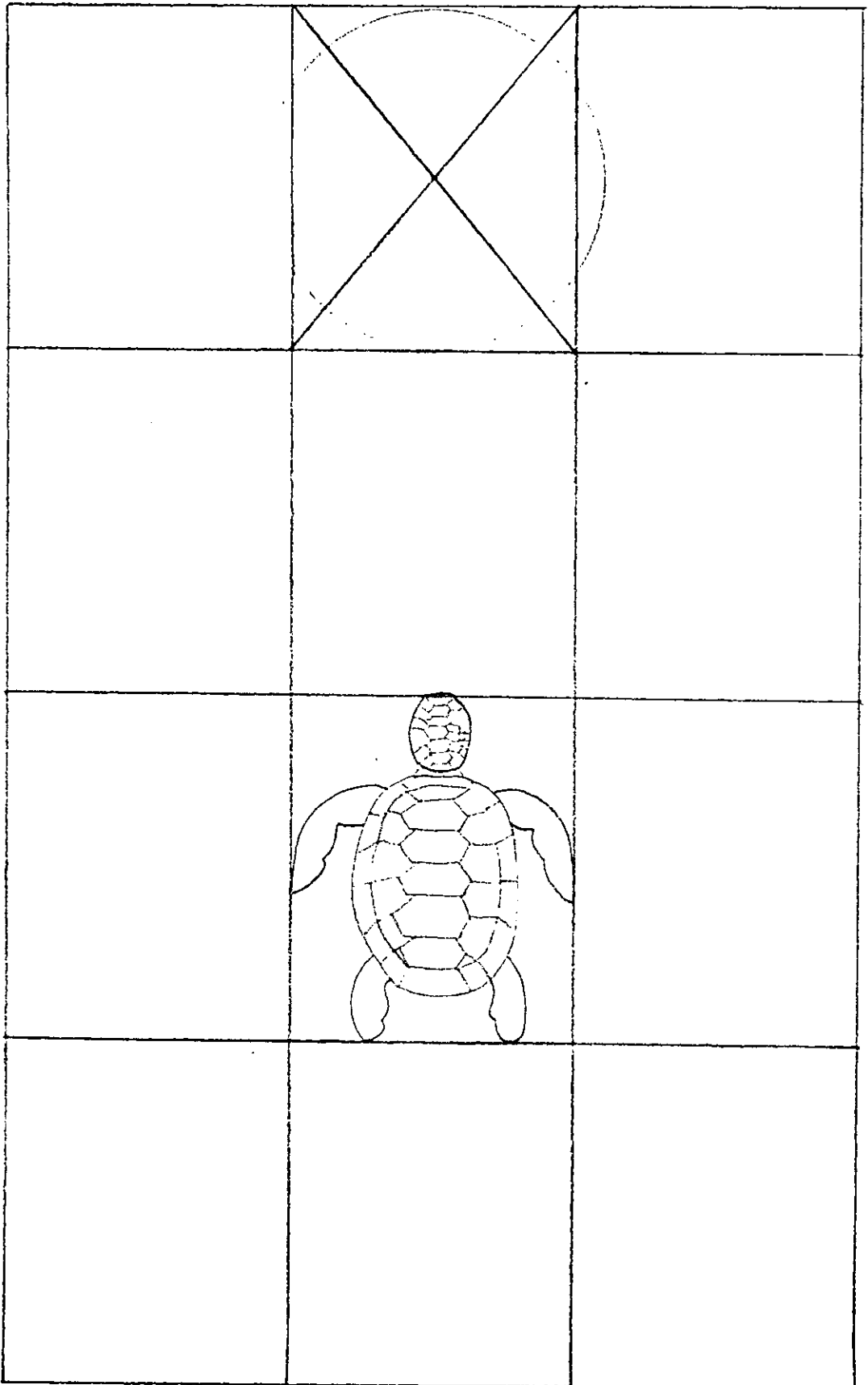
La tortuga se representa en un huevo; con la finalidad de crear una imagen reticente; también para que el lector comprenda que adentro de cada huevo existe una vida.

El texto tiene la función de enmarcar a los huevos e impedir que éstos se dispersen o se caigan visualmente. El texto es flexible como un huevo, y de trazo libre como lo desea la tortuga. El margen de los bordes superior e inferior tienen el doble de espacio que los bordes derecho e izquierdo, con la finalidad de evitar un alargamiento del cartel.

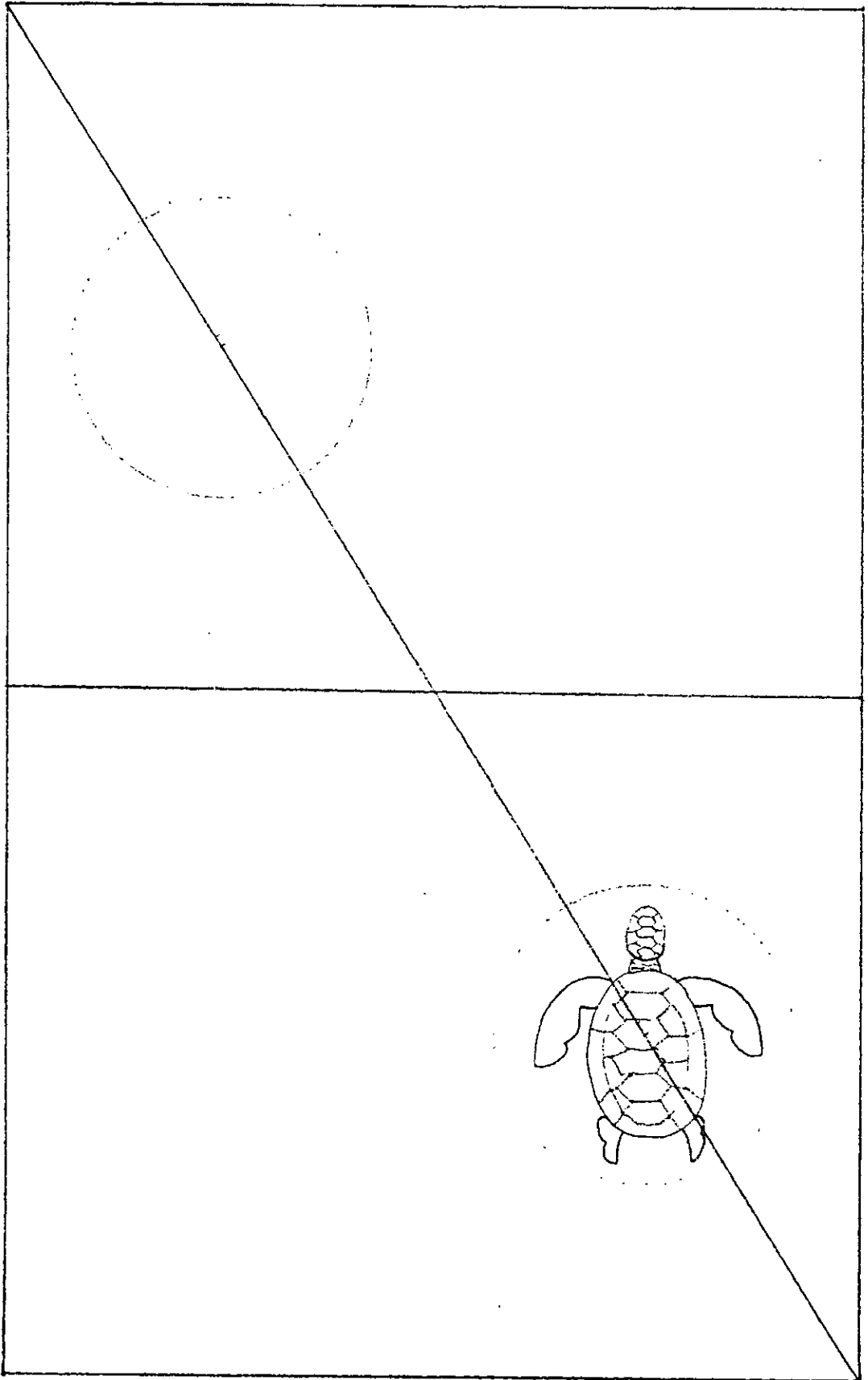
e) Corregir si es necesario.

El único cambio que hubo en el boceto fue separar un poco los huevos del texto para evitar que se juntaran, y abrir el espacio en la tipografía, aunque este último no fue tomado en cuenta, ya que presenta un aspecto monótono **(3F)**.

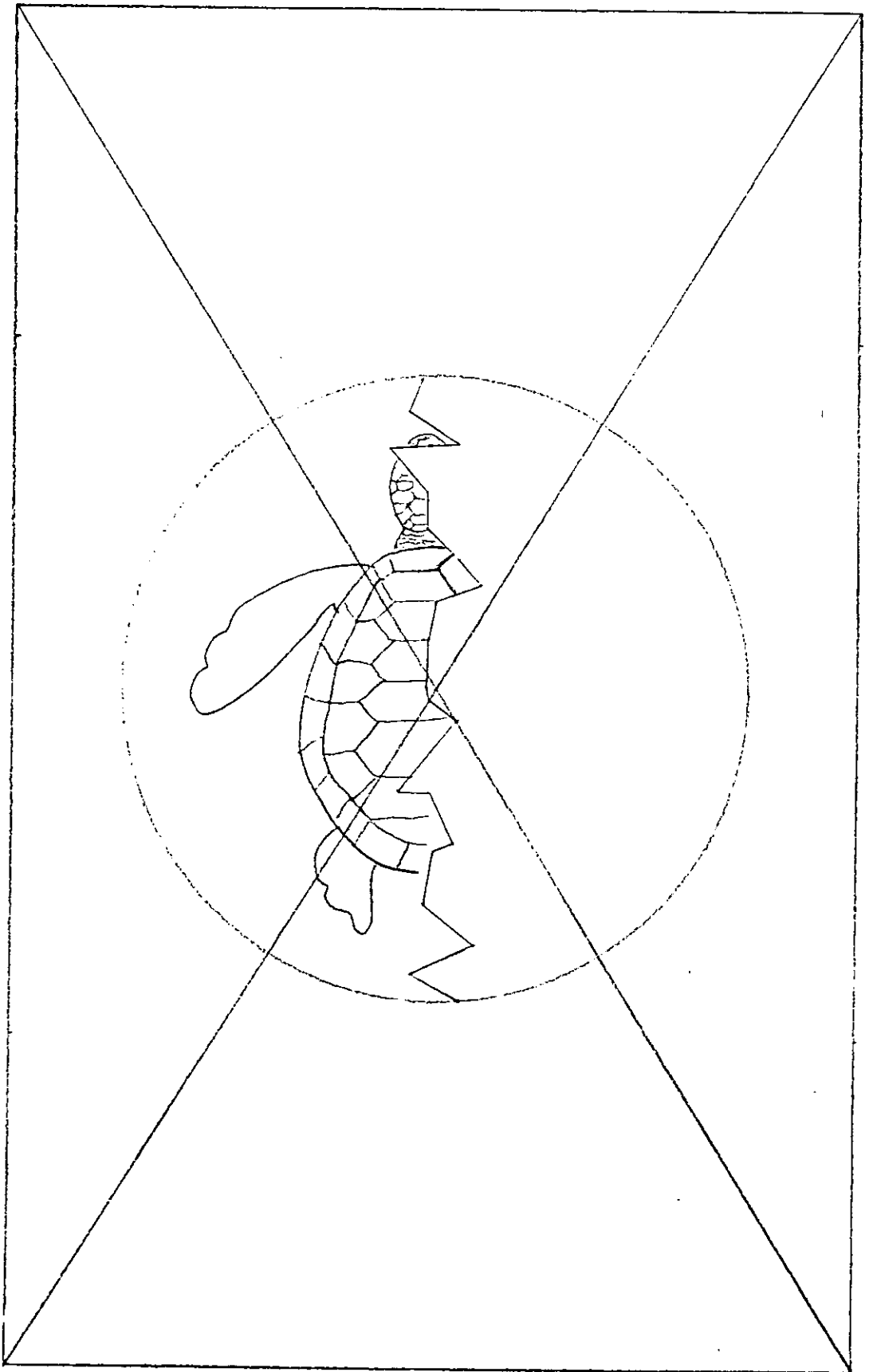




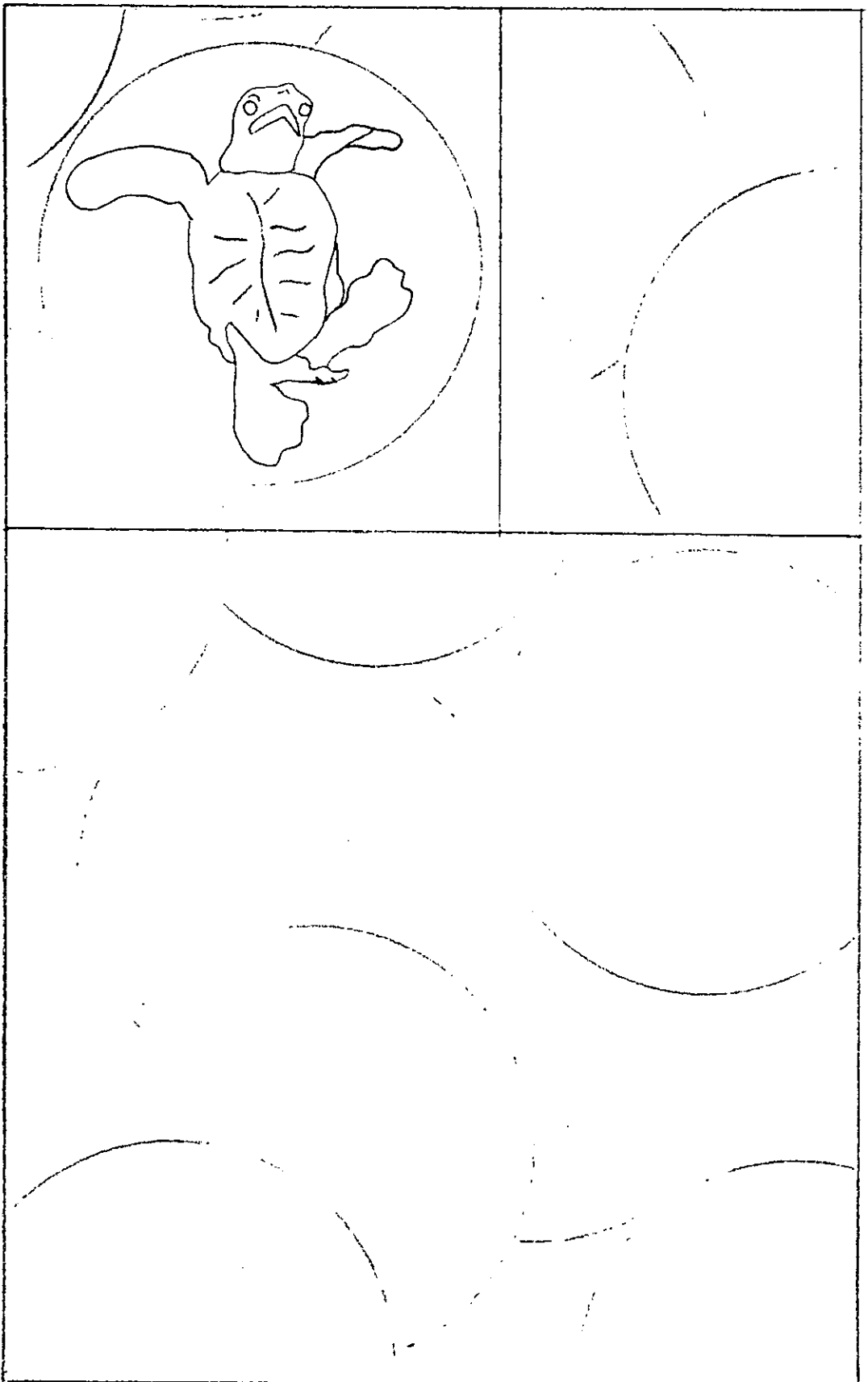
(3-B)



(3-B)

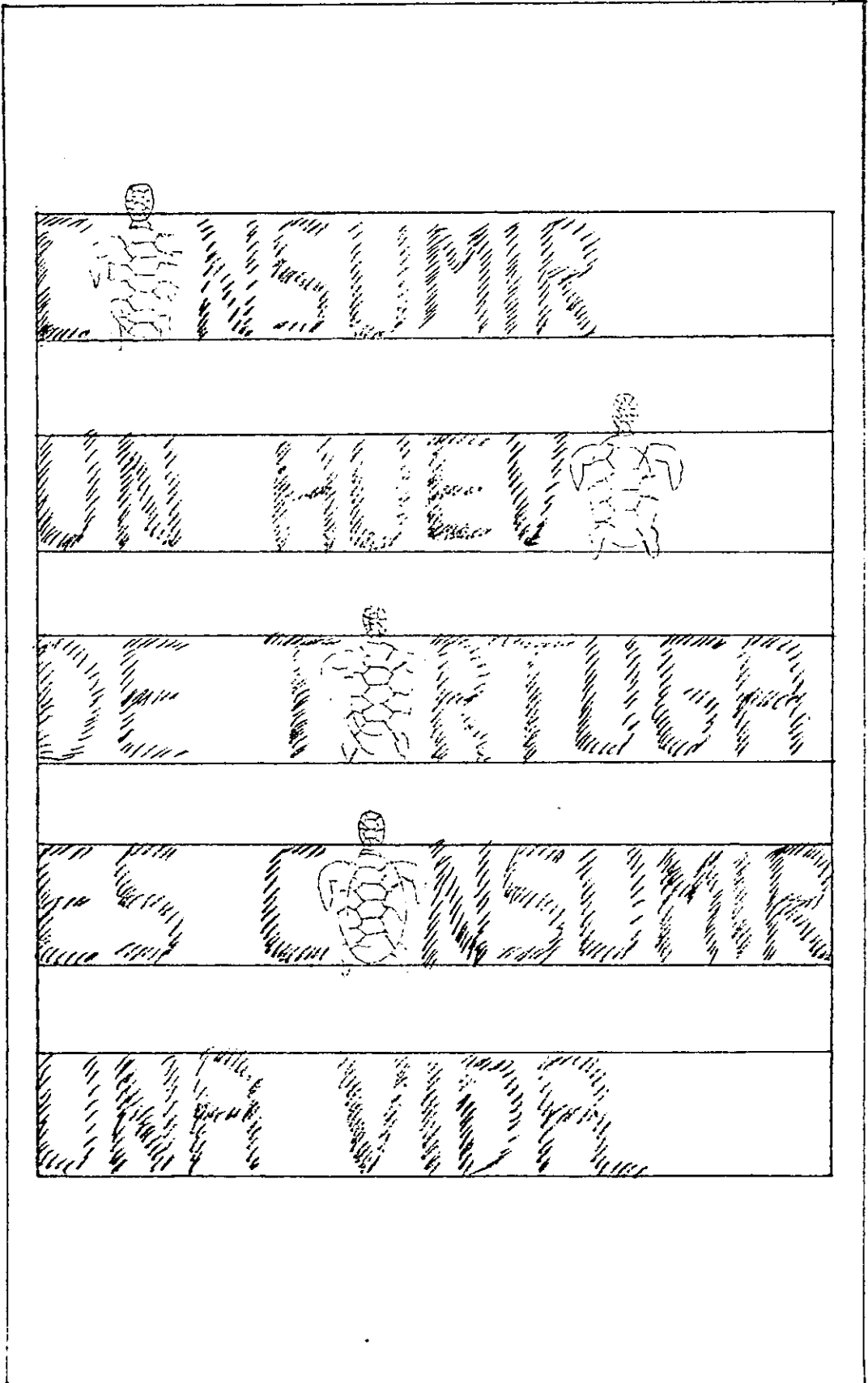


(3-B)

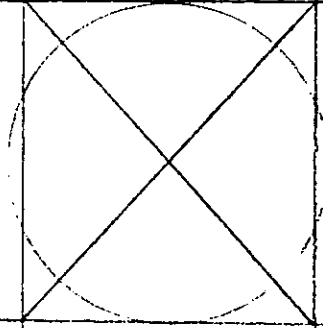


(3-B)

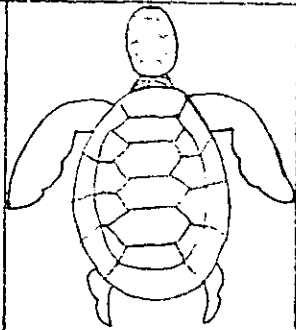
ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA



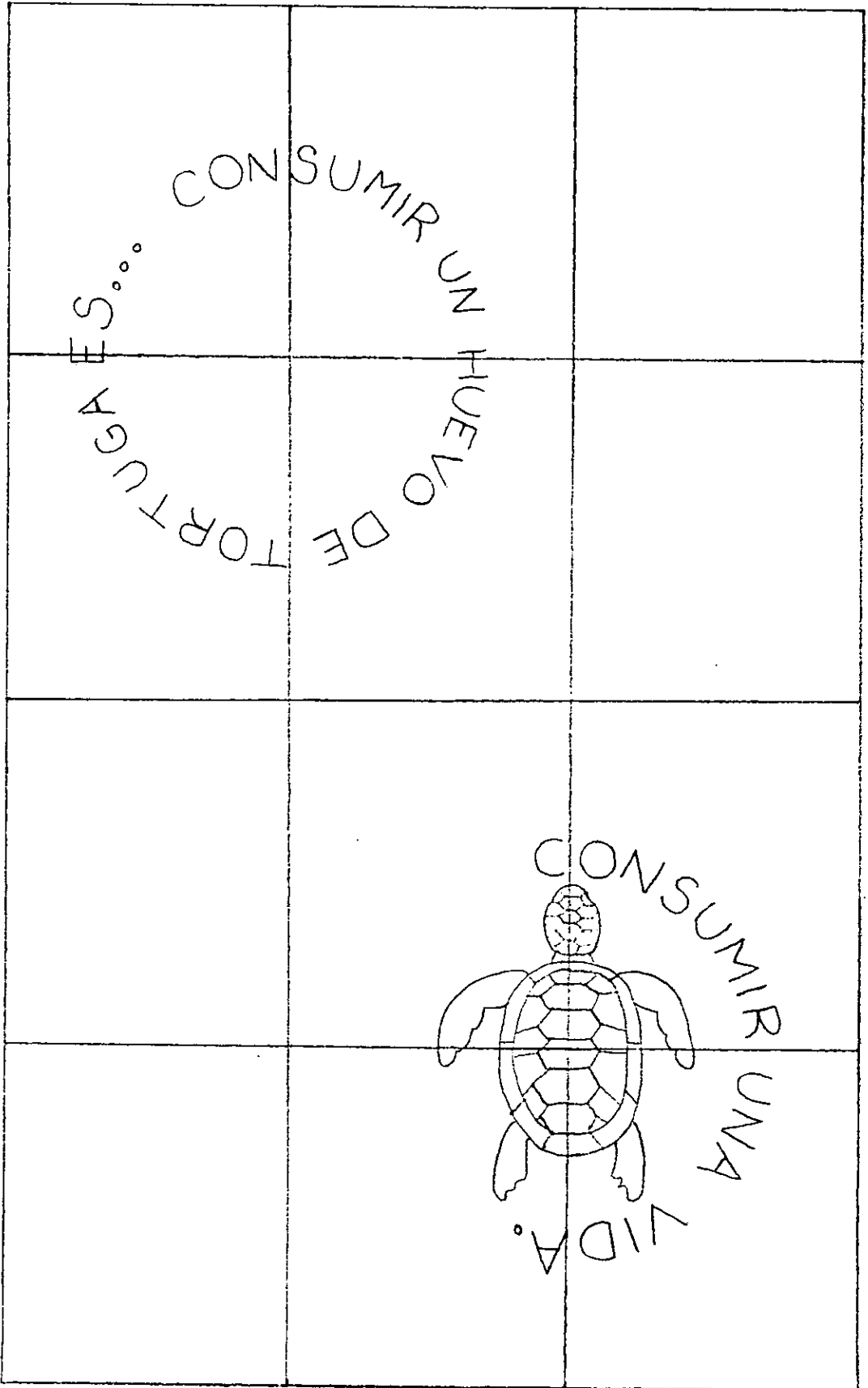
(3-C)

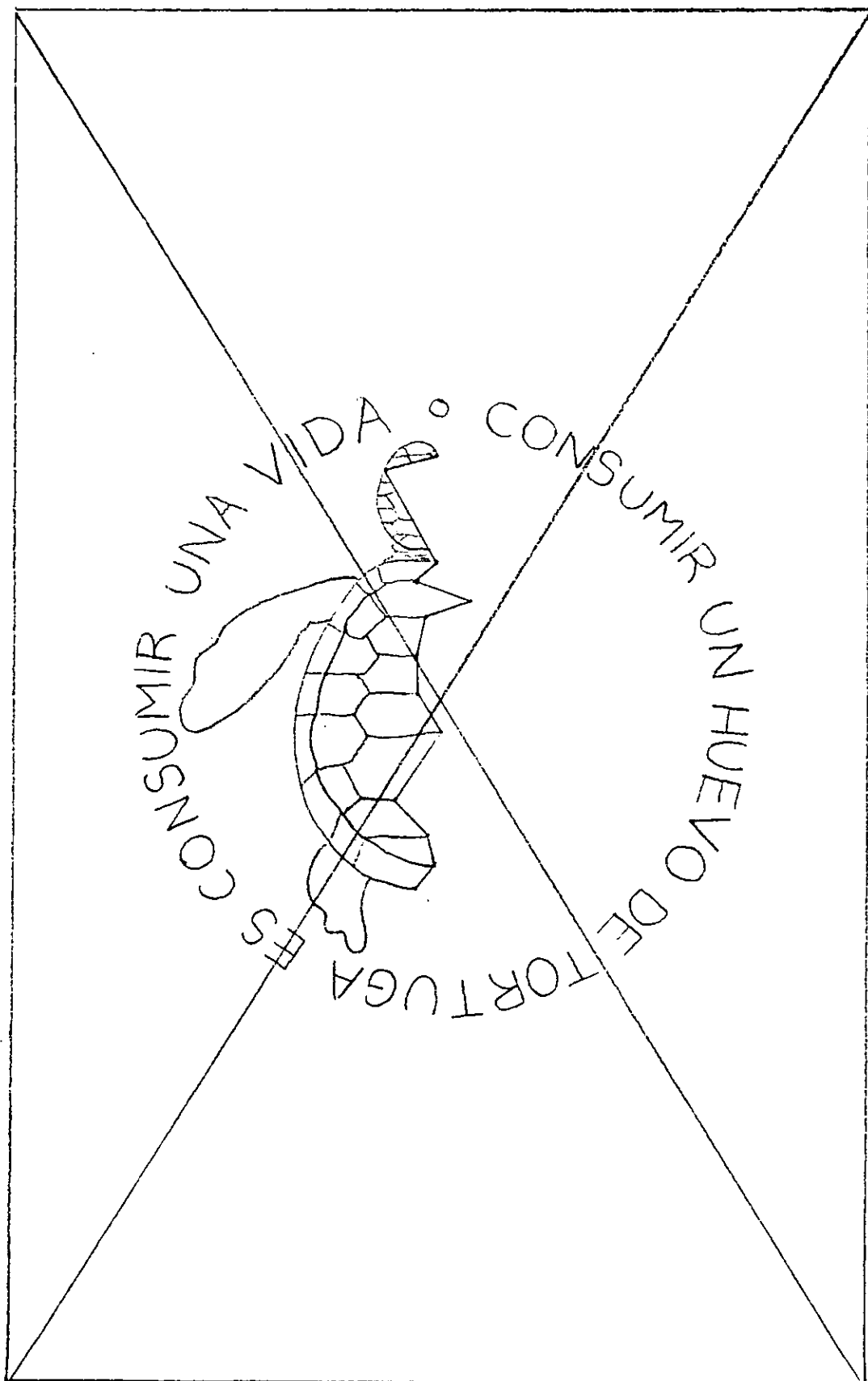


CONSUMIR
UN HUEVO
DE TORTUGA

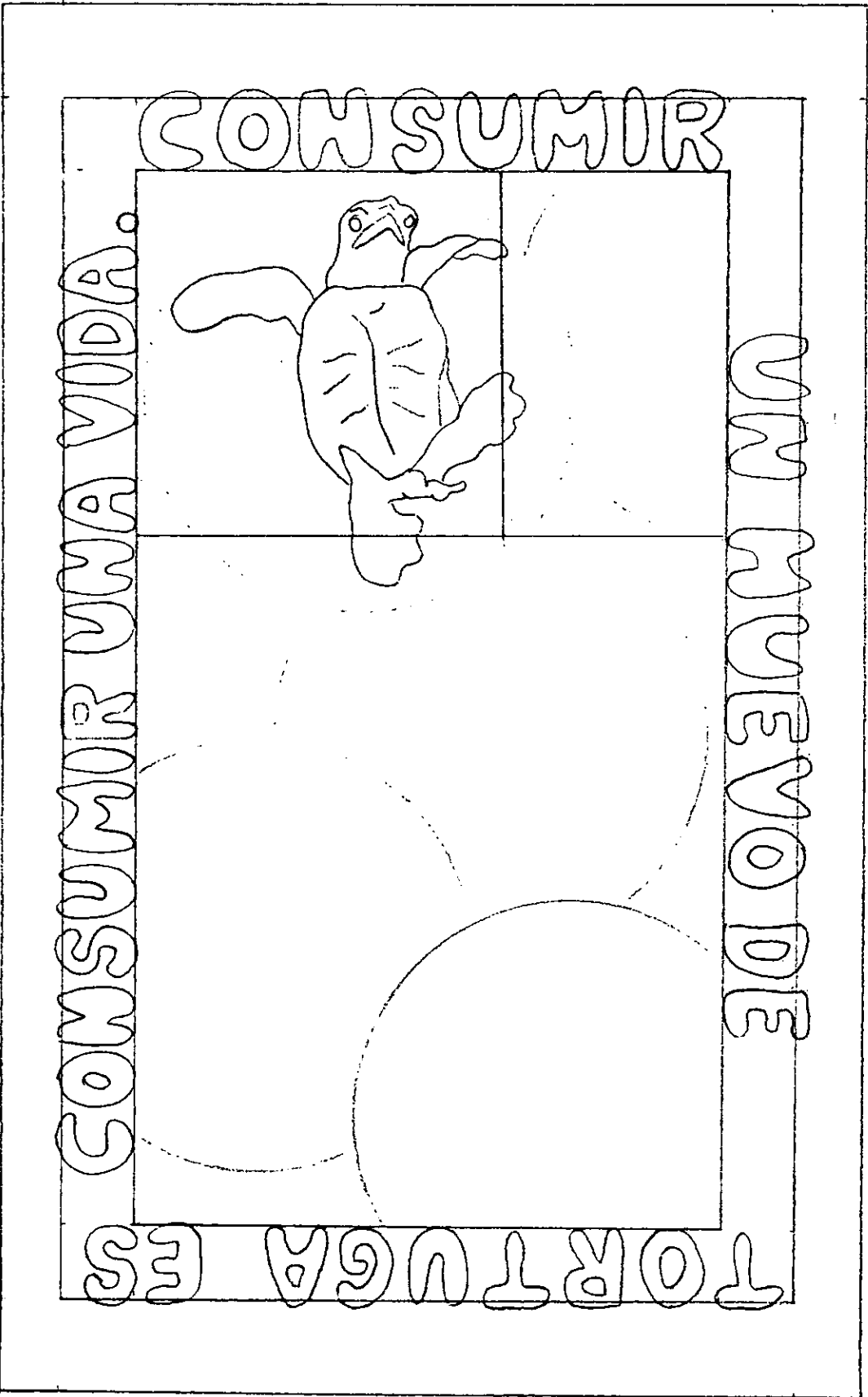


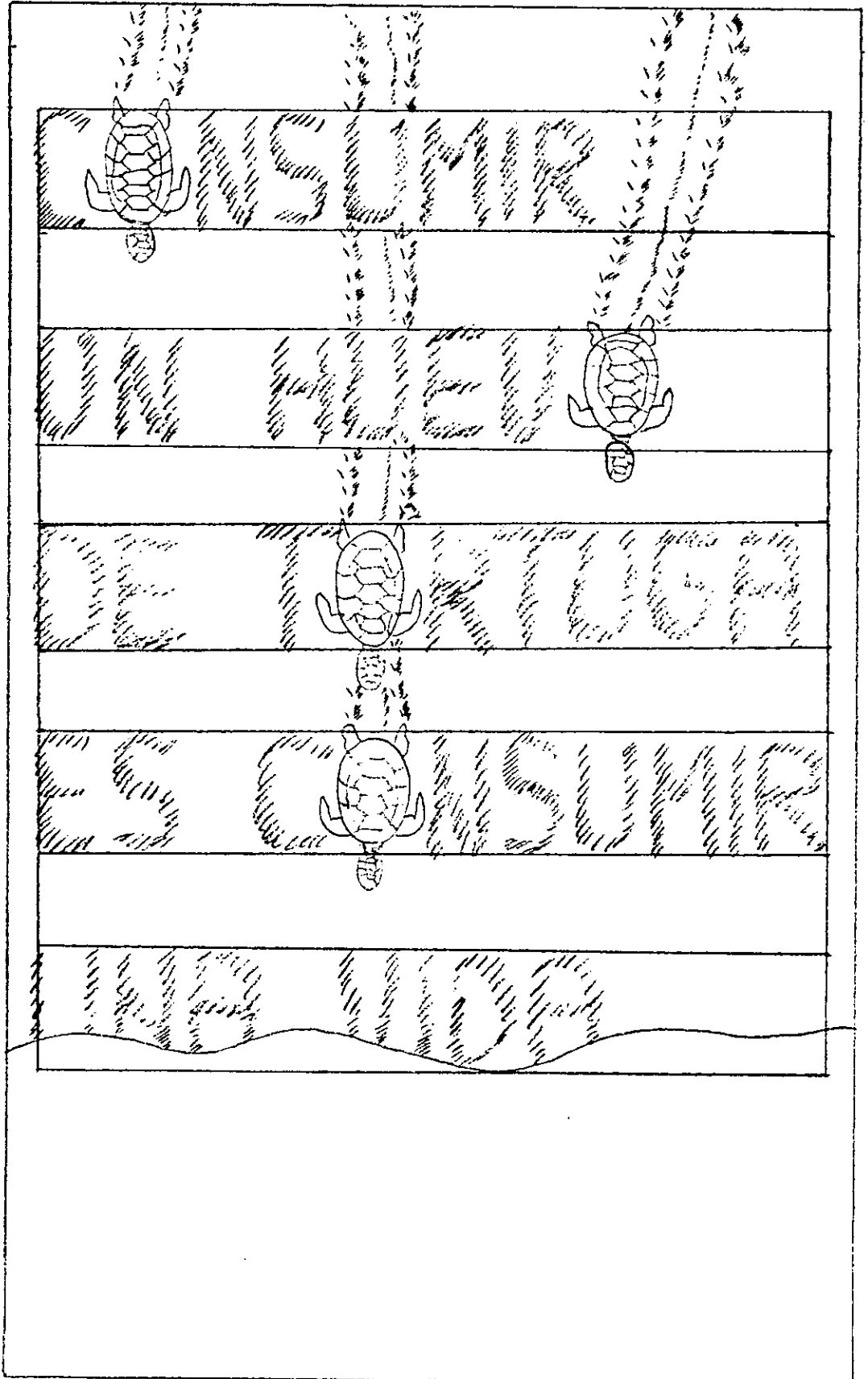
ES CONSUMIR
UNA
VIDA

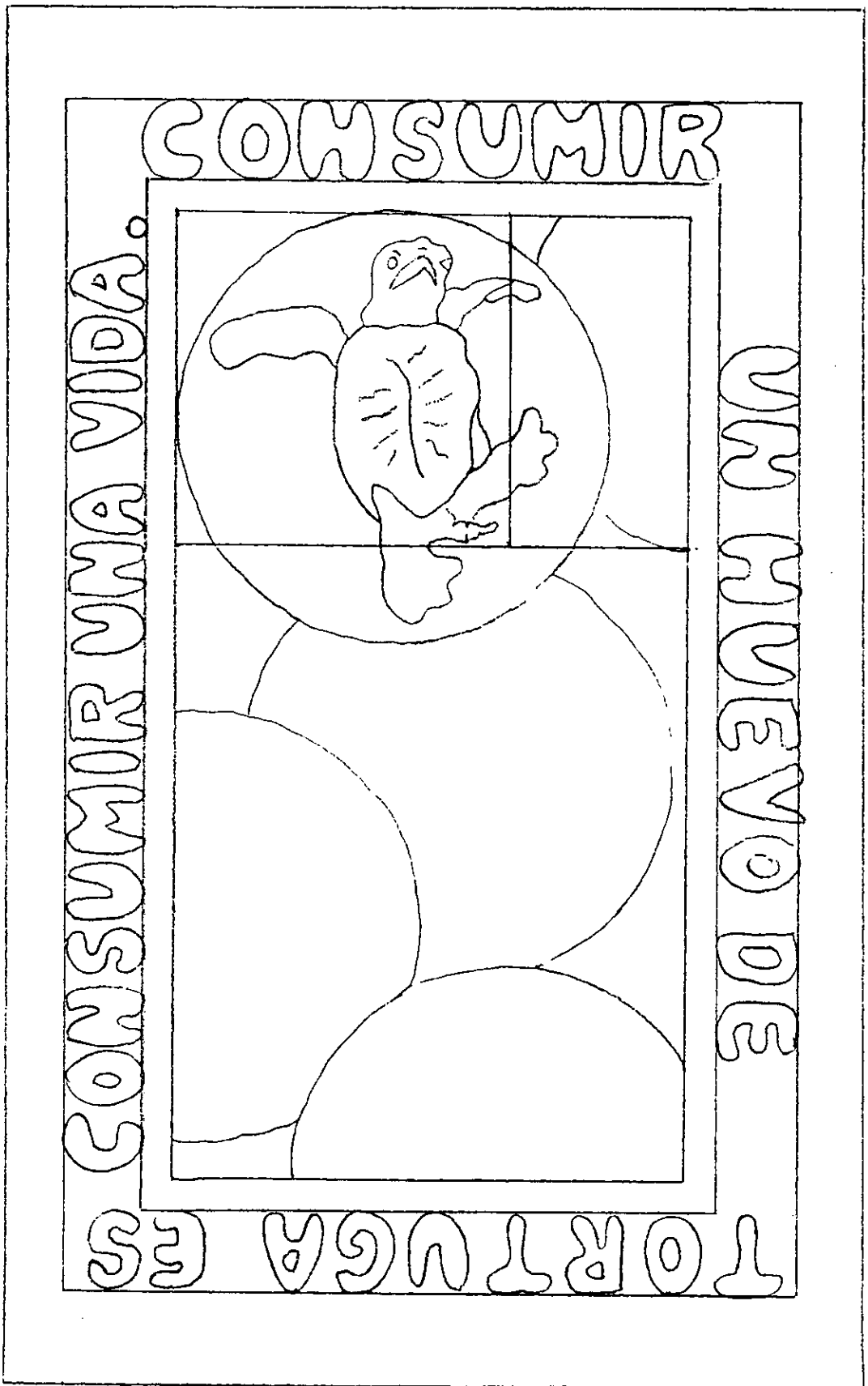


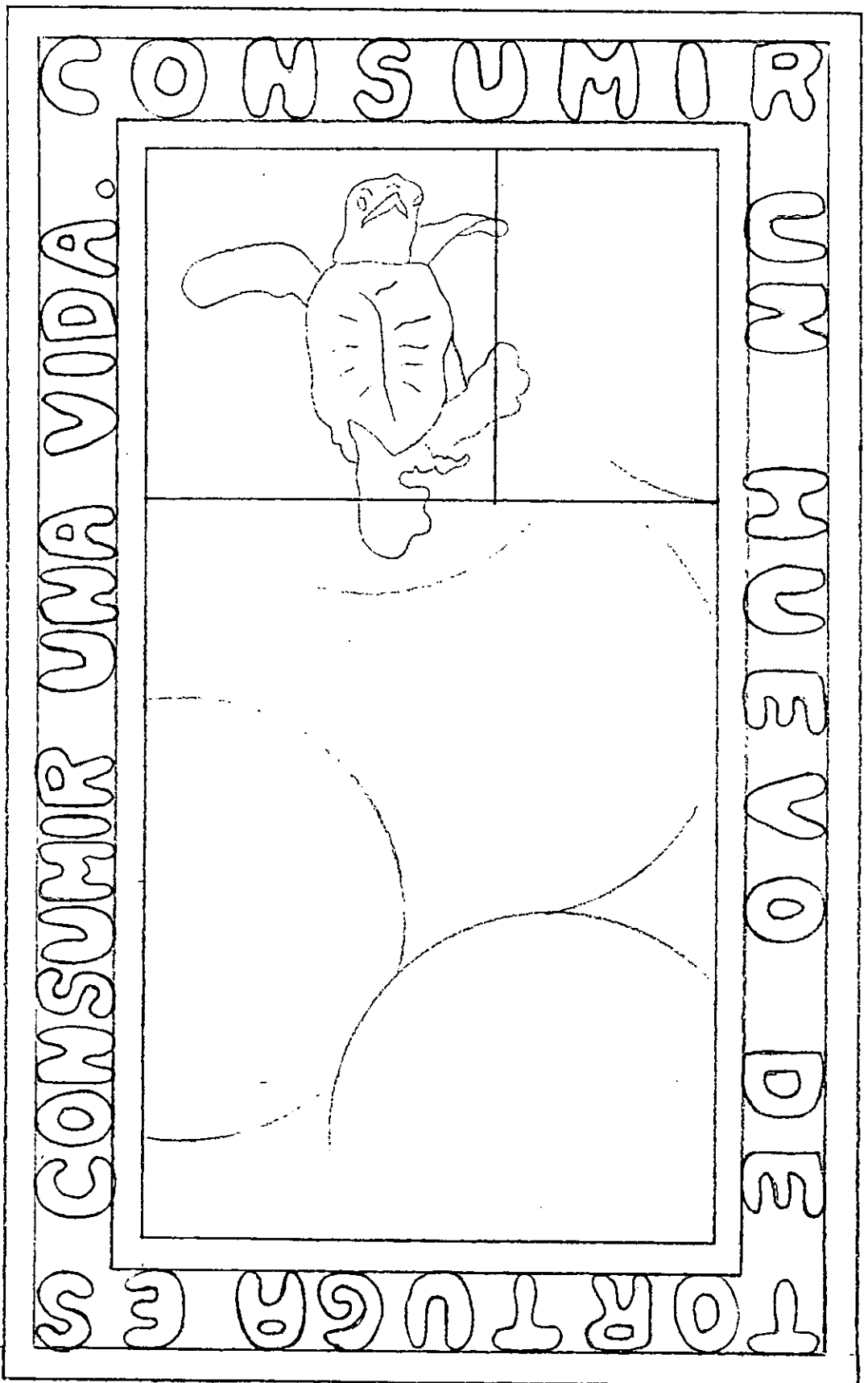


(3-D)









4. Experimentar con diferentes materiales y procedimientos de representación gráfica en el boceto.

a) Hacer diferentes pruebas de visualización con los materiales y los procedimientos de representación gráfica.

En este punto la calidad del material utilizado no tiene tanta importancia, pues lo principal es apreciar los efectos visuales que se logran.

Las pruebas de visualización fueron diferentes, en algunos casos utilicé sólo carbón, tinta y acuarela; en otros combiné la acuarela con el gouache o el pastel con el carbón (4A).

b) Seleccionar un boceto.

El boceto seleccionado se hizo con tinta, acuarela y gouache, tiene las siguientes características (4B):

El color rojo en el texto es muy atractivo, representa la calidez que necesita la tortuga para vivir y el peligro al que se enfrenta. Produce un contraste agradable con el fondo amarillo.

El color amarillo representa la luz, la vida, la dispersión que se intenta lograr con la tortuga y la relación con el contenido de un huevo (la yema).

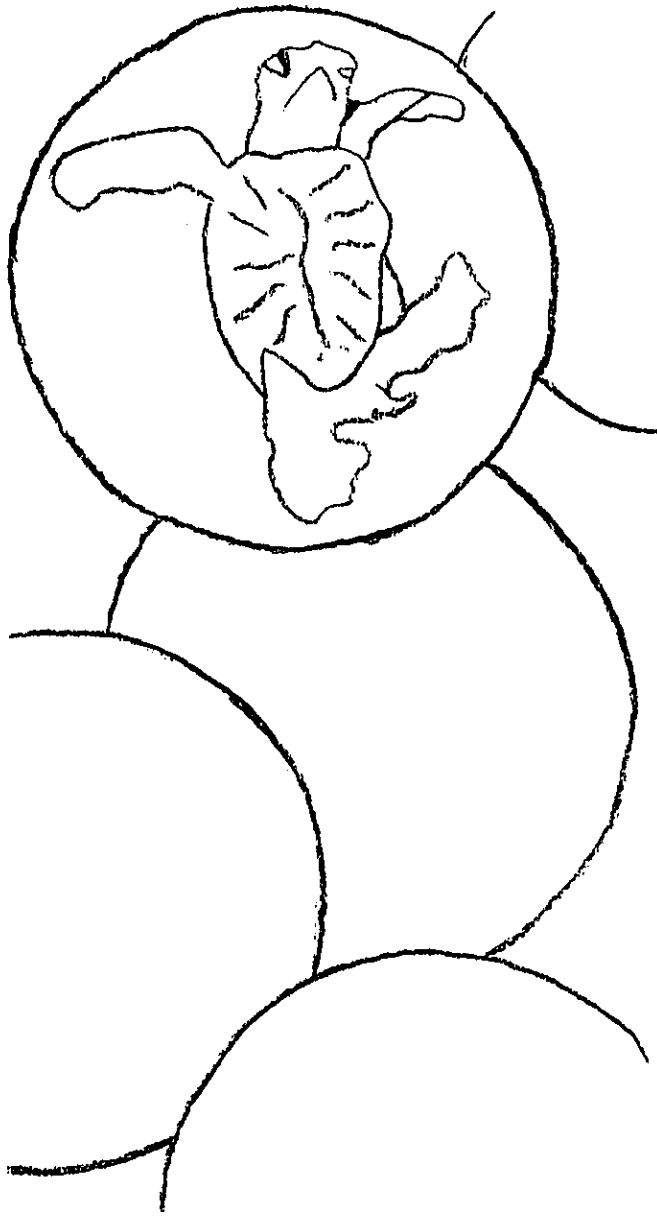
Otro punto importante a mencionar es que la aplicación se hizo con agua, lo cual tiene una relación visual por la vida que lleva la tortuga en ese elemento.

c) Corregirlo si es necesario.

La única corrección fue delinear con acuarela azul el contorno de los huevos, que antes era negro y hecho con tinta. El objetivo de este cambio fue vincular el color azul con el agua, líquido donde pasa por lo general toda su vida la tortuga marina, además, crear una composición armónica de color con el amarillo y rojo (4C).

CONSUMIR

CONSUMIR UNA VIDA.



UN MUEVO DE

TORTUGA ES

(4A)

CONSUMIR

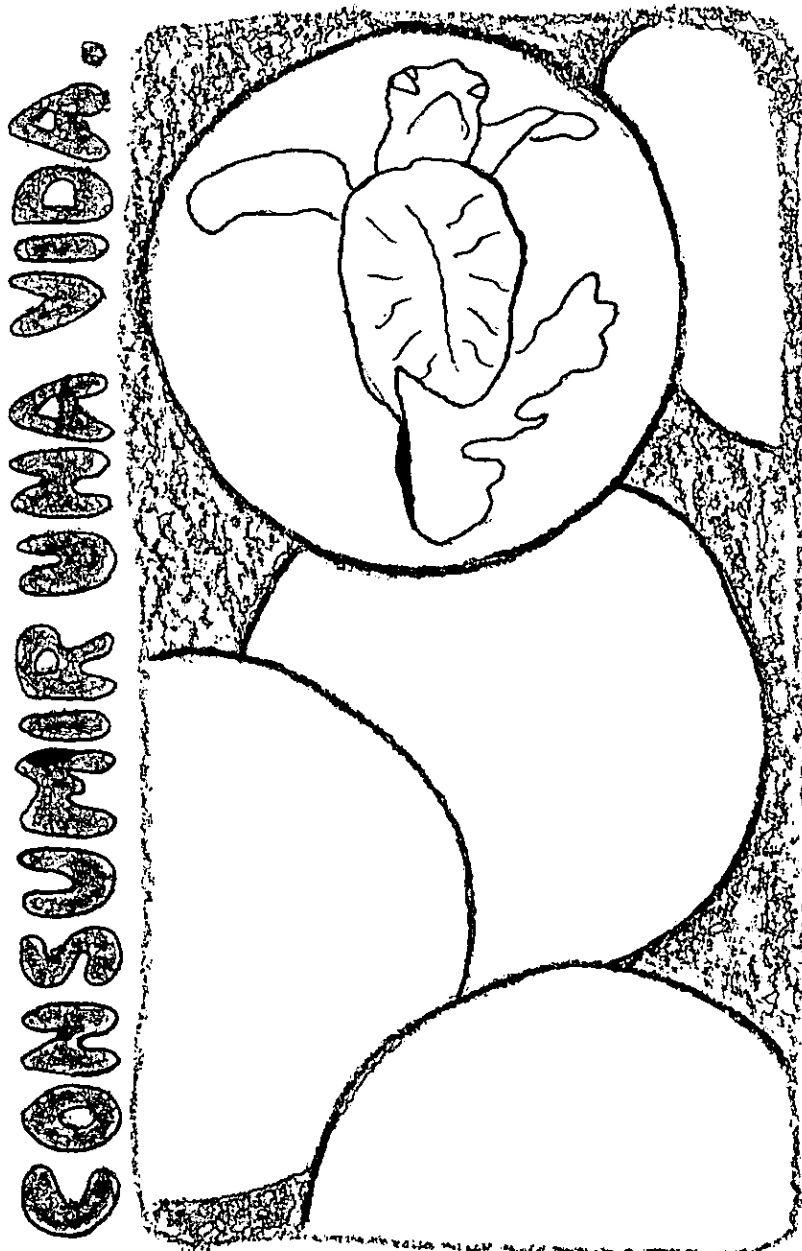
CONSUMIR UNA VIDA.



UN MOMENTO DE

TORTUGA ES

CONSUMIR



CONSUMIR UNA VIDA.

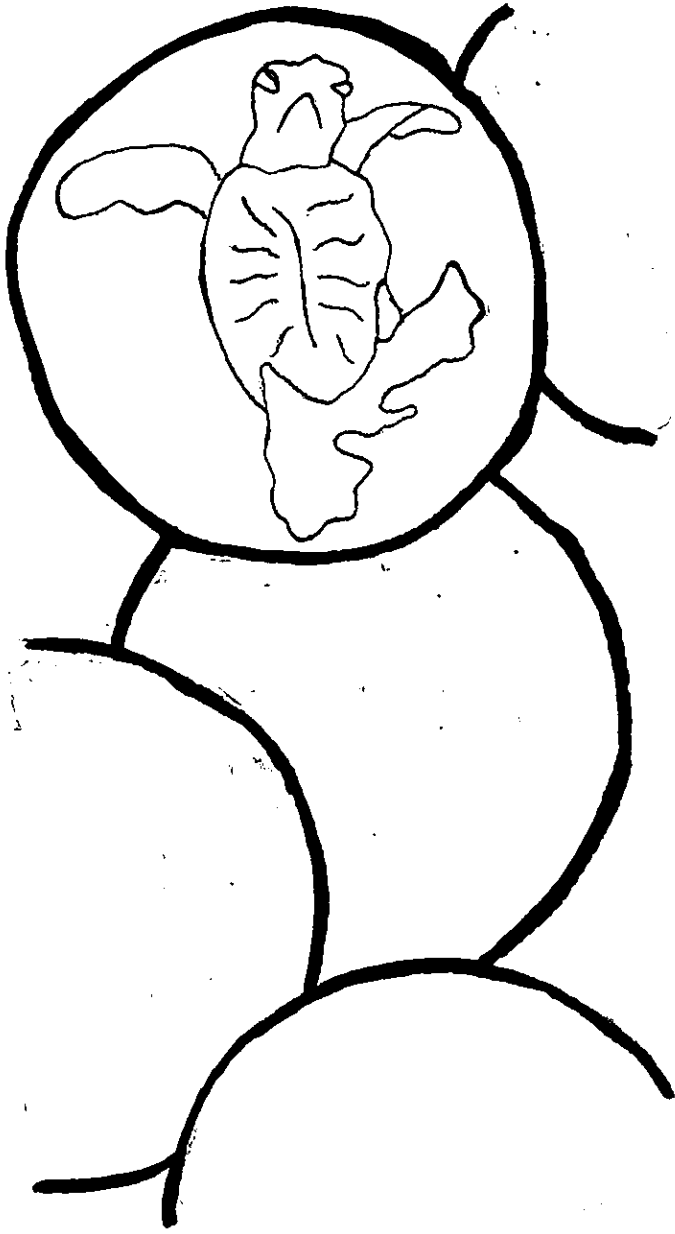
UN RIVERO DE

TORTUGA ES

(4A)

CONSUMIR

CONSUMIR UNA VIDA.



UN HUEVO DE

TORTUGA ES

CONSUMIR

CONSUMIR UNA VIDA.



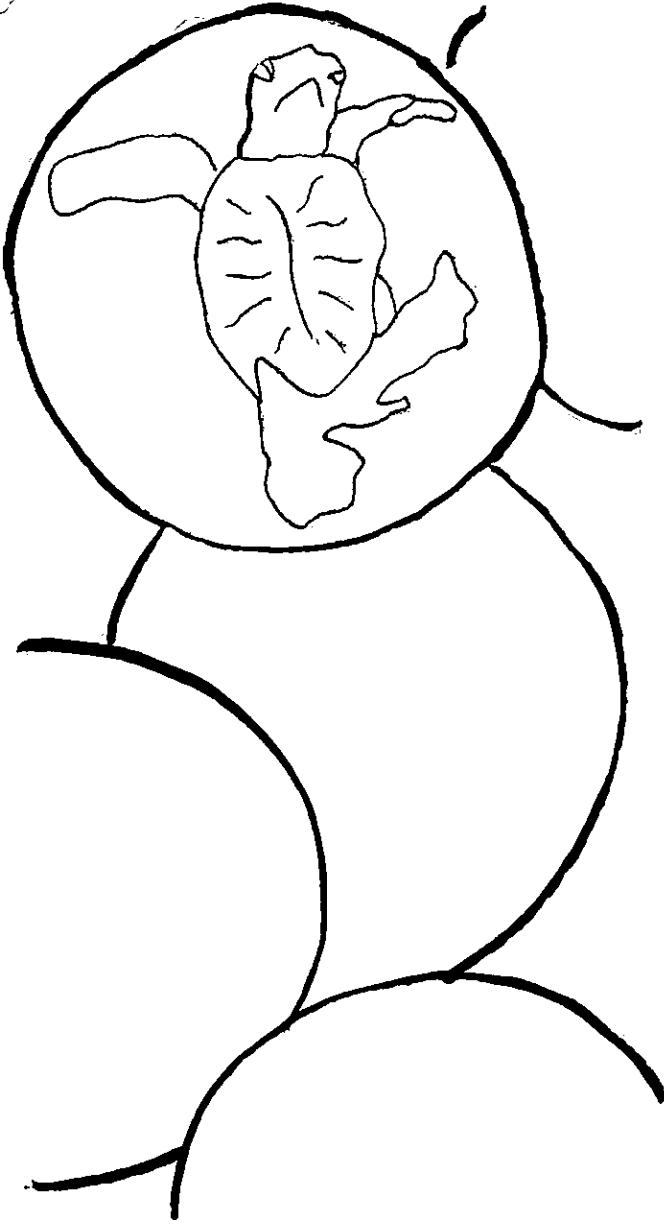
UN HUEVO DE

TORTUGA ES

(4A)-(4B)

CONSUMIR

CONSUMIR UNA VIDA.

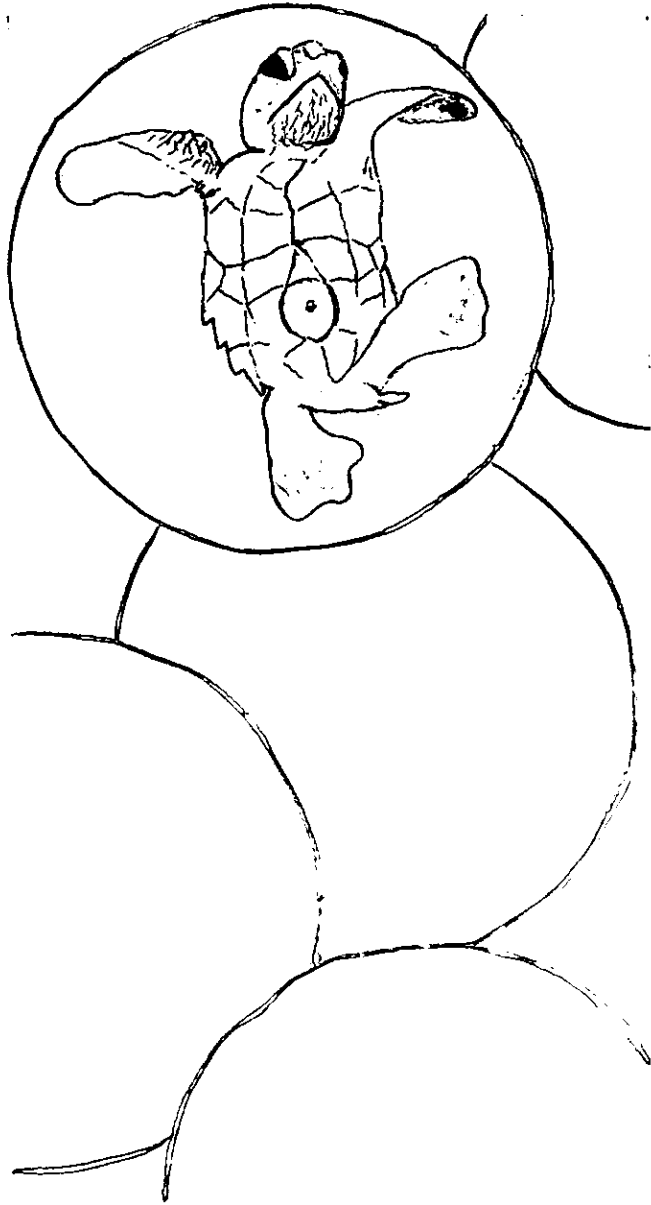


UN HUEVO DE

TORTUGA ES

CONSUMIR

CONSUMIR UNA VIDA.



UN HUEVO DE

TORTUGA ES

5. Realización final del cartel.

a) Adaptar el último boceto hecho al tamaño del cartel original para observar que no existan fallas de visualización, si se presentan es necesario corregirlas.

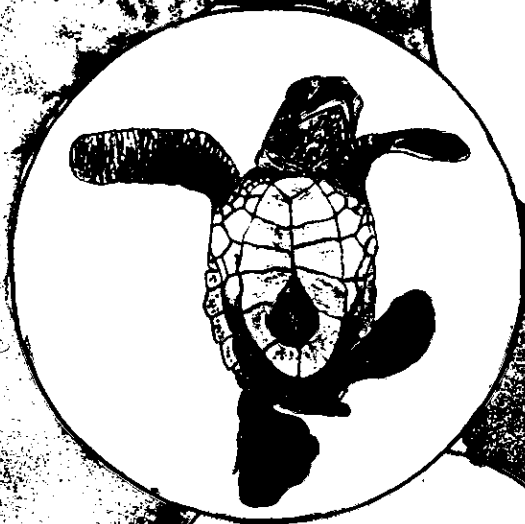
b) Para hacer el cartel original es necesario contar con el material completo y de la mejor calidad posible.

c) Presentación del cartel original.

El cartel presentado es una reducción del cartel original (5A).

CONSUMIR UNA VIDA.

CONSUMIR



UN HUEVO DE

101

Conclusiones

Las conclusiones que a continuación presento se dividen en cuatro partes que explican:

- 1) Los motivos que me impulsaron a desarrollar este trabajo de tesis.
- 2) El contenido y valor de los capítulos.
- 3) La integración de una propuesta de diseño y la importancia de su contenido.
- 4) Los resultados obtenidos.

1) MOTIVOS

La tesis que presento fue realizada una vez terminada mi licenciatura en diseño gráfico. Y la intención de hacer un trabajo con relación a los materiales de representación gráfica aplicados al diseño de cartel, surge porque antes de ingresar a diseño estudié los dos primeros semestres de la licenciatura de Artes Visuales en la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM.

La experiencia que me dejó el campo de las artes fue muy valiosa, en el sentido de aprender a desarrollar mi creatividad con libertad y buscar la satisfacción por el gusto personal de dibujar, teniendo siempre como base los conocimientos adquiridos sobre composición bidimensional y sobre los materiales de representación gráfica.

En la licenciatura de Diseño Gráfico comprendí lo que significa la comunicación visual como fenómeno social, en donde generalmente lo más importante es transmitir un mensaje visual para satisfacer las necesidades de otros individuos que pretenden, en la mayoría de los casos, ofrecer sus servicios o vender sus productos. Esto no quiere decir que sólo exista la comunicación comercial, también hay proyectos de diseño que no lucran y que buscan concientizar a la sociedad sobre su forma de vida.

Tratando de encontrar una dualidad entre diseño-artes, llegué a la conclusión de que una de las mejores opciones para unir estos dos campos se encuentra en el cartel, ya que se combina el conocimiento que adquiere el artista para estructurar el plano y utilizar los materiales de representación gráfica sobre la composición con la manera en que el diseño aplica ese conocimiento a un medio de comunicación visual como lo es el cartel.

Los resultados obtenidos fueron muy satisfactorios; los mencionaré

después de exponer el valor de los capítulos y la importancia de integrar una propuesta.

2) CAPÍTULOS

El capítulo uno contiene los antecedentes y tipos de cartel; su importancia radica en que cualquier diseñador que pretenda realizar un cartel debe conocer de antemano el significado que tiene, la función que cumple y cómo puede influir en una sociedad. Con eso obtendrá sus propios criterios para entender su valor y que su función va más allá de anunciar una película o una exposición, también puede inducir para impulsar un conflicto armado o representar un movimiento artístico.

El capítulo dos trata puntos específicos sobre los materiales, equipo y procedimientos de representación gráfica. Su valor en primer lugar e independientemente de otras cuestiones es que cualquier plano bidimensional debe estar impregnado con algún material para ser percibido como un mensaje visual.

Los materiales de representación se fabrican, en la mayoría de los casos, con pigmentos naturales, lo que ofrece colores vivos y texturas naturales; el material restante puede volverse a ocupar sin que pierda sus propiedades cualitativas; el equipo puede ser empleado cuando el diseñador lo disponga. Los procedimientos de representación influyen en un trabajo de calidad y sobre todo de presentación.

El capítulo tres contiene los puntos básicos para diseñar un cartel y se encuentra dividido en cuatro partes que son:

Los elementos básicos del diseño. Que funcionan como vehículos que permiten plasmar toda la variedad de ideas e imágenes mentales en comunicación visual.

Las estrategias de comunicación visual. Son una serie de reglas que se deben utilizar para comunicar un mensaje visual; al emplearlas correctamente refuerzan y hacen más expresivo y comprensible al diseño de cartel, y obviamente a la comunicación.

El texto en el cartel. Su función es integrar junto con la ilustración el diseño de cartel, aunque haya ocasiones en que no aparezca una u otra (texto e ilustración) las dos tienen la misma importancia. Así, el texto se encarga de complementar, describir o darle un sentido a la ilustración; cuando no es ése el caso y aparece sólo; simplemente con su forma, color y significado debe comunicar.

Por último la función significativa del cartel. Es una norma que debe

seguirse para comunicar un mensaje visual. Si el cartel carece de armonía de color, estrategia de comunicación visual o alguna justificación estética, tiene sin lugar a dudas un problema, pero será más grande si no transmite el mensaje por el cual fue creado. De ahí la importancia de la función significativa.

3) PROPUESTA

Las razones principales de integrar una propuesta a la tesis son:

Mostrar que cada tema tratado en los capítulos de este trabajo cumple una función específica en el diseño de un cartel.

Desarrollar un proceso que permita justificar la composición, integración de cada elemento visual y mensaje que transmitido por el cartel diseñado.

Proponer un esquema particular que se enfocara a resolver únicamente el diseño de cartel. La propuesta se explica con un ejemplo para su mejor comprensión e ilustrar su eficacia.

Integrar los conocimientos adquiridos de otras propuestas de diseño que me fueron impartidas durante mi formación académica.

Por otra parte la propuesta ofrece en cada una de sus fases las siguientes ventajas:

La fase de estudio.

Plantea una serie de objetivos esenciales (tema, propósito y tipo del cartel), para que a partir de ellos se desarrolle un proceso ordenado y se determinen los objetivos que se deben cumplir.

Realizar un estudio referente a los objetivos esenciales para obtener un campo más amplio de conocimiento que ayude a facilitar la proyección gráfica del cartel.

Indagar el funcionamiento de los signos, los códigos y la cultura empleada por los individuos a los cuales vaya a ser dirigido el cartel, para que con base a ello se determine su mensaje visual.

La fase de proyección.

La fase de proyección plantea como inicio, aplicar un método para obtener un equilibrio armónico de medidas proporcionales y que sean consideradas como dimensiones del cartel.

A continuación la propuesta empieza a organizar las ideas del diseñador, pues, las posibilidades que se presentan de éste punto en adelante dependen sólo de la creatividad y el criterio del autor. Entre más crea el diseñador más opciones tiene para escoger un texto y una imagen que definan al cartel.

4) RESULTADOS

Los resultados de la propuesta y de la aplicación de los materiales de representación gráfica en el cartel.

Se consiguió un esquema de trabajo útil para la organización del proceso de diseño, así como para enviar un mensaje visual y crear entre los individuos que hacen la lectura del cartel, una mayor cultura gráfica y social; desarrollar la investigación que se propone en la fase de estudio, ayuda a que el diseñador obtenga un nivel cognositivo más amplio y que aprenda sobre otros aspectos sociales que están aconteciendo a su alrededor; utilizar los materiales de representación gráfica tiene como resultado ampliar su campo de uso y difundir su práctica entre los diseñadores, además de confirmar que el uso de estos no es estrictamente sólo para obras pictóricas, sino también para otros medios gráficos de comunicación; aplicar los colores en el soporte con los dedos o por medio de las herramientas manuales como son los pinceles, es un factor que integra expresión, naturalidad y personalidad al cartel, además, es un proceso manual que no se obtiene con otros medios; mezclar los colores en una paleta, borrar un color no deseado agregando otro encima o integrar los colores espontáneamente es una experiencia que permite disfrutar la libertad personal al ilustrar el cartel; se justifica que la unión de conocimientos propios de las artes visuales y del diseño gráfico hacen práctico el trabajo, que en éste caso se dirige a la composición e ilustración gráfica del cartel, algo importante de la propuesta es que no depende de otros medios que suelen trabajar mediante la electricidad lo que asegura que no se detenga su desarrollo. Aquí sólo se sugieren materiales de representación gráfica que pueden ser empleados en el momento que el

diseñador lo disponga; muy significativamente se demuestra que el autor es un creador por sus conocimientos de diseño y no por operar una computadora, un digitalizador (scanner) u otro medio similar.

Los materiales, equipo y procedimientos de representación gráfica han sido fundamentales para conocer la historia del hombre, no sólo del diseño, por lo tanto, hay que darles el valor que merecen, y la mejor forma de hacerlo es utilizándolos.

Bibliografía

MÉTODO

CAMERO, Francisco.
La investigación como método
de enseñanza-aprendizaje.
Quinto Sol. México. 1989.

CENTENO, Javier.
Metodología y técnicas
en el proceso de la investigación.
Cambio. México. 1980.

KREIMERMAN, Norma.
Métodos de investigación
para tesis y trabajos semestrales.
Trillas. México. 1990.
3a Edición.

MUNARI, Bruno.
Diseño y comunicación visual
(contribución a una metodología didáctica).
Gustavo Gili. Barcelona. 1979.
8a Edición.

TUBAU, Iván.
Dibujando Carteles.
Ceac. España. 1987.
6a Edición.

CAPÍTULO I

BARNICOAT, John.
Los carteles: su historia y su lenguaje.
Gustavo Gili. Barcelona. 1972.
Págs. 7-28, 48, 75 y 135.

BRYAN KEY, Wilson.
Seducción Subliminal.
Diana. México. 1992.
Págs. 39-55 y 66-73.

BOJKO, Szymon.
New Graphic Design
in Revolutionary Russia.
Lun Humphries. Londres. 1972.

DE MICHELI, Mario.
Manifiesto de la Segunda Guerra Mundial.
Fabbri. Milán. 1972.

DUGALD, Stermer.
El Arte de la Revolución.
Mall Press. Londres. 1970.

GIOVANNI, Fanelli.
El Diseño Art Nouveau.
Gustavo Gilli. Barcelona. 1982.

MIRAVITLLES, Jaume.
Carteles de la República
y de la Guerra Civil.
La Gaya Ciencia. Barcelona. 1978.

MÜLLER-BROCKMANN, Josef.
A History of Visual Communication.
Teufen. Suiza. 1971.

UMBRO, Apollonio.
Futurismo.
Mazzotta. Milán. 1970.

WINGLER, Hans.
La Bauhaus.
Gustavo Gilli. Barcelona. 1975.

CAPÍTULO II

COLYER, Martin.
Cómo encargar ilustraciones.
Gustavo Gili. España. 1982.

SMITH, Stan y FRISO, Ten Holt.
Manual del artista.
H. Blume. España. 1982.

CAPÍTULO III

BRUSATIN, Manlio.
Historia de los colores.
Paidós. España. 1987.

CÁRDENAS, Laura.
El Lenguaje pictórico.
Fontana. México. 1990.

DONIS, A. Dondis.
La sintaxis de la imagen.
Gustavo Gili. Barcelona. 1992.
10a Edición.

ECO, Umberto.
Tratado de semiótica general.
Nueva Imagen. México. 1980.
2a Edición.

FISKE, John.
Introducción al estudio
de la comunicación.
Norma. Colombia. 1984.
Págs. 34-77.

ITTEN, Johannes.
El arte del color.
Limusa. México. 1992.
Págs. 13, 19-22 y 33-50.

TOSTO, Pablo.
La composición áurea
en las artes plásticas.
Impresora Argentina. Argentina. 1979.
2a Edición.
Págs. 15-19.

VARLEY, Helen.
El gran libro del color.
Blume. España. 1982.

WONG, Wuicius.
Fundamentos del diseño
bi- y tri-dimensional.
Gustavo Gili. Barcelona. 1985.
4a Edición.
Págs. 83, 93-97.