



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

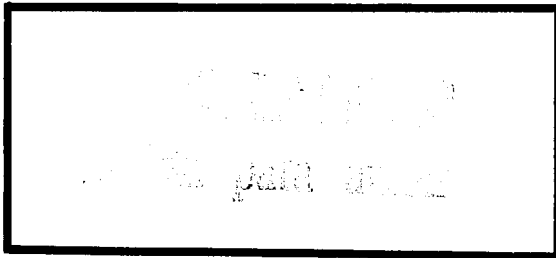
7
25

Que para
titularse en
la carrera de
Comunicación
Gráfica

FALLA DE ORIGEN

Tesis del
alumno
José Antonio
Garci Nieto

Proyecto creación y desarrollo
de la publicación



DIRECCION
ESCUELA NACIONAL DE
ARTES PLASTICAS
Av. Constitución # 600
Xochimilco, D. F.
C. P. 06210



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 está 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

		PAGINA
I.	JUSTIFICACION DEL TEXTO	4
II.	PROLOGO	7
III.	ANTECEDENTES	11
III.1.	EL ARTE CONCEPTUAL	11
III.2.	EL ARTE CONCEPTUAL O EL REBASAMIENTO DEL ARTE	13
III.3.	EL LIBRO OBJETO	17
III.4.	CARACTERISTICAS DE LOS OBJETOS ESTETICOS Y LOS OBJETOS ARTISTICOS	19
III.5.	EL LIBRO OBJETO EN MEXICO	27
III.6.	EL CORREO-ARTE	29
III.7.	CONCLUSIONES	33
IV.	OTROS SOPORTES TEORICOS	35
IV.1.	LA DIFERENCIA ENTRE LA ACTIVIDAD ESTETICA Y LA ARTISTICA	35
IV.2.	EL PAPEL DEL DISEÑADOR COMO ARTISTA Y VICEVERSA	39
V.	LOS ARTORES	44
VI.	LA IDEA DEL PROYECTO	47
VII.	EL DISEÑO HASTA SUS ULTIMAS CONSECUENCIAS	50
VIII.	EL CRITERIO EDITORIAL	51
IX.	CONTENIDOS	52
X.	DISTRIBUCION Y PUBLICIDAD	56

XI.	TAXONOMIA DE LA REVISTA	59
XI.1.	DESCRIPCION DE LOS NUMEROS DE "COMPLIT REVISTA PARA ARMAR"	59
XI.2.	COSTOS	59
XI.3.	CONTENIDOS	62
XI.3.1.	TABLA DE CONTENIDOS	64
XI.4.	FORMA DE TRABAJO	65
XI.5.	EQUIPO DE TRABAJO	66
XI.6.	COLABORADORES	66
XI.6.1.	TABLA DE COLABORADORES	67
XI.7.	COORDINACION Y DISEÑO	68
XI.8.	PRODUCCION	70
XI.9.	POSTPRODUCCION	71
XI.10.	IMPRESION	71
XII.	CONCLUSIONES GENERALES	73
XII.1.	OBJETIVOS	73
XII.2.	PUBLICIDAD	74
XII.3.	LECTORES	75
XII.4.	CARACTERISTICAS EDITORIALES	75
XII.5.	PERIODICIDAD	76
XII.6.	TARIFAS DE PUBLICIDAD	76
XII.7.	TIRAJE	76
XII.8.	CONCLUSIONES	77
XIII.	ANEXOS	78
XIII.1.	PORTADA	79
XIII.2.	EDITORIAL	80
XIII.3.	DIRECTORIO	81
XIII.4.	RECETA	82
XIII.5.	PERFORMANCE	83
XIII.6.	OBJETO EN TERCERA DIMENSION	84
XIII.7.	NATA ACLATATORIA	85
XIII.8.	DOCUMENTO	86
XIII.9.	TIMBRE	87
XIII.10.	POSTAL	88

XIII.11.	SEX CHOP	89
XIII.12.	ANUNCIOS	90
XIII.13.	COLECCIONES VARIAS	91
XIII.14.	EL HIJO DEL HUEVIEDRO	92
XIV.	CONSTANCIA DE LA SEP	93
XV.	BIBLIOGRAFIA	94

Tesis del alumno José Antonio Garci Nieto de la Carrera de Comunicación Gráfica en la Escuela Nacional de Artes Plásticas, UNAM.

Que presenta para titularse en la Licenciatura de Comunicación Gráfica.

I. JUSTIFICACION DEL TEXTO

El fundamento en el cual me baso para dar al proyecto editorial "Complot revista para armar" el carácter de un trabajo de titulación es por tres motivos que considero de peso en lo que podemos llamar el desarrollo profesional del Comunicador Gráfico: 1) Una revista como la que abordaré en el presente trabajo, que se ubica dentro del contexto de "las ediciones-objeto" y de las alternativas vanguardistas en el campo de las publicaciones del diseño y las artes plásticas, merece tanto por su permanencia y contacto con "los públicos" que ha encontrado dentro de los canales de distribución, novedosos para este tipo de impresos, una atenta reflexión. 2) Por las características de la revista, el trabajo de su realización abarca (con la salvedad de los medios audio y/o visuales) la totalidad de las disciplinas tanto del diseño editorial, desde luego, como las del diseño gráfico en general, al permitir la posibilidad de diseñar en tercera dimensión. 3) La intención de "Complot", desde sus orígenes, es integrarse como obra de "arte conceptual" desde su definitoria condición de "revista para armar", junto con la inclusión del juego de este tipo de obra en sus contenidos y con la "forzosa acción en la lectura y la lectura en movimiento", tanto para imágenes como textos, elementos interesantes dentro de la estructura de una revista que resultan estimulantes y novedosos.

Relevancia: Un análisis sobre la experiencia de "Complot revista para armar" informará puntualmente sobre los precedentes, alcances y limitaciones de un proyecto editorial como este, quizá el más importante en cuanto a tiraje y permanencia que se ha hecho en México, lo que permitirá tanto a diseñadores como a artistas, sacar conclusiones útiles sobre el campo de la revista-objeto, además de que por el formato y contenido, tanto escritos como gráficos, constituye un interesante ejemplo de diseño editorial.

Objetivos: Presentar y analizar el trabajo editorial de "Complot revista para armar", publicación que tiene como intención principal llevar el diseño hasta sus últimas consecuencias, plantear sus posibilidades y sus limitaciones y, sobre todo, explicar cuales fueron las soluciones suigeneris que esta revista encontró para los diferentes problemas de índole general dentro de su elaboración, debido a sus características.

Hipótesis: Demostrar que la inserción de un proyecto editorial "alternativo y audaz", que tradicionalmente había estado limitado a los circuitos de circulación de las "publicaciones objeto" o el "libro de autor" dentro del mercado de las publicaciones comerciales, no sólo es posible sino deseable y que, además, el financiamiento de este tipo de trabajo por medio de la publicidad es acertado y saludable.

Materia o

Contenidos: La tesina hablará sobre los diferentes aspectos

que involucran la realización de "Complot revista para armar", que vienen desarrollados en un índice que anexo al final del trabajo.

Limitaciones: El presente trabajo sólo será la enumeración y análisis de los resultados logrados por "Complot revista para armar" hasta el momento, no pretende ser un estudio categórico y totalizador de lo que se ha hecho en cuanto a publicaciones de este género en México o en el mundo. Su intención es la de que servir como nuevo punto de partida para proyectos en este campo.

II. PROLOGO

México ha tenido, a lo largo de su historia, una destacada participación dentro de la producción editorial, siendo junto con Argentina el país de América Latina que más nuevos títulos produce anualmente, jugando también un papel importante como productor de ediciones a nivel mundial 1/. Al mismo tiempo, dentro del campo de lo que llamaremos "libros-objeto" o "ediciones alternativas", nuestro país cuenta con una gran tradición en impresos de esta naturaleza. Al mencionar este tipo de trabajos, se hace referencia a publicaciones con una especial intención en su producción y diseño, con una búsqueda renovadora de experimentación en el encuentro de nuevas soluciones y posibilidades de estos dos aspectos. Este tipo de "obras" es a veces producto de una intención meramente estilística, otras, de las restricciones mismas que imponen los recursos, otras, es el producto de una tesis conceptual, otras más de la experimentación de los medios, etc., y forman lo que en su conjunto podemos llamar las "publicaciones-objeto", llámense libros, revistas, tarjetas, etc., que en México ha cuajado en una experiencia genuina e importante en este campo, con la realización de diversos impresos que puedan llevar los contenidos a nuevos y más ambiciosos niveles de lectura y de comunicación.

Es precisamente este tipo de trabajos a los que deseo referirme en este texto, más específicamente a la experiencia personal del desarrollo de "Complot revista para armar", revista-objeto en la que he trabajado en el diseño durante más de 24 números (la revista se sigue publicando hasta la fecha).

En este trabajo no se hablará de la necesidad de hacer "algo" o de una solución más eficaz para "algo" que ya se hace o "alguna" forma ideal de comprender o desarrollar aspectos del diseño, concretos o abstractos. Es más bien una crónica de una propuesta

editorial con características suigeneris que ya se planteó y se comprobaron sus resultados en la práctica. Es la narración de la historia de "Complot revista para armar", sus aciertos y sus errores, sus antecedentes, su planteamiento teórico y la forma que adquirió al enfrentarse con la "realidad".

El presente trabajo contiene, además, algunos ejemplares de esta revista, donde se podrá consultar con hechos, es decir físicamente, las tesis que aquí se afirman.

Advertencia:

Al igual que cualquier otra publicación, sea de cualquier índole, desde catálogos de botones, publicaciones científicas o revistas de rock and roll, existe en "Complot" un criterio editorial que involucra desde luego una determinada posición o actitud. En el caso de este trabajo, no me abocaré a explicar, analizar o justificar la tendencia de los contenidos y de la publicación en sí, prestaré, como considero se debe a una tesis de titulación de Comunicación Gráfica, principal atención a los aspectos formales de "Complot" y a las propuestas alternativas reales de esta revista precisamente, como eso, una revista en el campo del diseño editorial, de la gráfica y de la plástica. Por otra parte, considero que el juicio de los contenidos es algo que en última instancia corresponde a los lectores.

Por otro lado, cuando sale una revista de cualquier clase tiene, o por lo menos se supone, una intención clara de lo que quiere decir o de lo que NO quiere decir, ya que la publicación es un medio no un fin, un vehiculo para mandar lo que queremos comunicar y no al revés. En el caso particular de "Complot", medio y mensaje están íntimamente ligados, ya que una de las preocupaciones de la revista por encima de lo que se "dice", es COMO se dice, no en valde es una publicación que surge de y por el diseño,

cuestión que trataré más detenidamente en el desarrollo del trabajo; sin embargo, no me abocaré a tratar el discurso de la revista, ya que por lo mismo siento que explicarlo sería el más claro indicio de que este no funciona. Si algún creador de cualquier tipo de obra tuviera que aclarar al público lo que quiso decir con su trabajo, esto sería la más clara muestra de que su proceso de comunicación ha fallado, es sinónimo de que el mensaje lleva implícitos ciertos vicios y problemas que impiden su decodificación por parte del receptor y si la "lectura" del mensaje arrojó diferentes interpretaciones como es lo usual, en todo caso esto pertenece únicamente al criterio del receptor. No obstante, considero igualmente avisar en este texto del espíritu de esta publicación para hacer mucho más entendible algunos de los aspectos que se tratarán más adelante.

El discurso de "Complot" es el producto del trabajo, las personalidades, necesidades e intenciones de las gentes que elaboran la revista, como el discurso de cualquier otra publicación, desde "Macho Tips" a "Nexos", es un discurso que existe y ya y obedece a intenciones, ideas, ideales y necesidades particulares, en cada caso.

En el caso de "Complot revista para armar", es importante destacar algunos aspectos para comprender mejor el proyecto.

- a) El humor como actitud, como punto de vista.
- b) El diseño hasta sus últimas consecuencias.
- c) El formalismo y estilismo de "Complot", entendiéndolo como una preocupación mayor en la forma como mensaje en el primer caso y, en el segundo, como una influencia estética del "styling" 2/, es decir, la estilización de las formas sin un criterio funcionalista (racional), sino como mero ejercicio de la "expresión".

Con base en estas tres ideas, podemos entender de una manera global las características de un proyecto como el de "Complot".

Otra cosa que es importante aclarar es que, aunque la idea original de la revista es mía, un trabajo de esta envergadura requiere de un equipo comprometido e involucrado con el proyecto para que logre salir adelante, ellos son también los padres de la revista y en todos los sentidos ellos son también responsables de lo que "Complot" es hasta ahora.

El equipo que integra "Complot" está compuesto por Víctor Solís quien como yo, estudió la carrera de Comunicación Gráfica; Carlos Martínez, Abogado de profesión quien sin embargo, cuenta con una larga experiencia en el campo de la tipografía y las artes gráficas; y Nurivan Galván, artista visual, también egresado de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, todos ellos entrañables amigos que, con su trabajo y constancia, han dado forma al proyecto.

Ellos junto conmigo somos "Complot" y la evolución de nuestra revista es el resultado del esfuerzo conjunto.

Para el caso particular de este trabajo, la concepción básica del proyecto editorial es mía, por lo que la consideraré con méritos suficientes como tema para el trabajo de titulación para la Licenciatura en la Carrera de Comunicación Gráfica.

III. ANTECEDENTES

Los diferentes elementos que se citan a continuación, como los antecedentes y/o influencias en "Complot revista para armar", sólo serán tratados en los aspectos que atañen directamente a la influencia sobre la revista, ahondando únicamente en el análisis de los elementos que se encuentren presentes en el proyecto editorial, ya que la intención de este trabajo no es hacer un estudio sobre cada uno de ellos sino sobre la revista.

Arte Conceptual

ANTECEDENTES

Libro Objeto

Correo Arte

III.1. EL ARTE CONCEPTUAL

Para hablar del arte conceptual, es necesario apuntar ciertos antecedentes en la historia de las artes plásticas para explicar las características y orígenes de esta corriente.

La cultura material

La concepción de una cultura que hunde sus raíces en el siglo XVIII en el centro de Europa, ubica a las bellas artes y dentro de éstas a las artes plásticas, en el sitio privilegiado de la cultura.

Al irse transformando las prácticas artísticas como parte de los cambios generados por la Revolución Industrial, se produce una modificación tanto en el origen del concepto como cultura, como en el origen de las artes y su jerarquía dentro del ámbito cultural y lógicamente de la sociedad en su conjunto. El nacimiento de la antropología social en el siglo XIX y en lo que respecta a las artes plásticas, el surgimiento de las vanguardias en el siglo XX y ya más recientemente el desarrollo de las semióticas ha transformado profundamente estos conceptos.

La antropología social permitió la extensión del concepto de cultura a casi todas las actividades de una sociedad, sus objetos, productos y artefactos. La cultura desciende de su cumbre para participar también de la cotidianeidad y, sobre todo, para demostrar su lugar en la producción material, Madonna sorprendió a los escandalizables de siempre con su afirmación categórica de ser una "chica material" 3/, cuando en realidad todos, por donde quiera que se vea, lo somos, todos estamos inmersos en la CULTURA MATERIAL.

Por otra parte, las vanguardias del siglo XX al enfrentarse a las viejas academias de "Beaux Arts", desestilizaban la práctica y las concepciones del arte.

Por su lado, el vertiginoso desarrollo de las semióticas aporta nuevas dimensiones a las comunicaciones humanas y, desde luego, al arte y a la concepción de cultura. Si alguna frase pudiera definir este absolutismo semiótico, sería la de Gremias: "...La cultura no es más que la sociedad en cuanto a significación". La semiótica, desde luego, arroja una nueva óptica a los problemas estéticos, dándole matices más cercanos a una ciencia que a las humanidades, con consideraciones ideológicas y artísticas, las concibe como procesos de significación 4/.

Sintetizando podemos decir que la cultura material es la que surge a partir de la asimilación de los objetos que produce la sociedad como su forma cultural más acabada, una realidad más de nuestras civilizaciones modernas de consumo. Sin un precedente como este, es imposible pensar en el arte "pop", en los "ready meades", etc. A. Gramsci demostró la capacidad transformadora del arte y los productos que al aparecer con la sociedad, con el uso cotidiano, transforman y crean (desde la rueda hasta el automóvil, podemos encontrar ejemplos) o desechan conceptos (la medicina sobre la brujería, el uso moderno de los anticonceptivos, etc.) y en esta transformación juegan un papel vital las fuerzas materiales.

Es cierto que en la actualidad las artes plásticas han roto ciertos académicos para funcionar en otras disciplinas como el diseño, el evento, el performance, la ambientación, etc., o han sido vivamente influenciadas por otras tradiciones; el concepto de utilidad y cotidianeidad ha irrumpido en el campo de la academia inexpugnable del siglo XVIII y, por ello, la inclusión de estas artes en el campo de la cultura material ¿o es que acaso no elaboran productos?

Una demostración de esta abierta inclusión es la de la arquitectura, una de las bellas artes que formaban el Pantheon dieciochista y cuyos nexos utilitarios y materiales son inevitables. Ya algunos de sus teóricos más radicales han tratado de convertir a los edificios en máquinas (Le Courbusier).

III.2. EL ARTE CONCEPTUAL O EL REBASAMIENTO DEL ARTE

Como diferencia clara con las diversas corrientes artísticas, el arte conceptual tiene como elemento principal la participación de la IDEA en la obra y privilegia este recurso por encima de las demás cosas que componen estas producciones, de tal suerte que un

trabajo de esta naturaleza puede ir eliminando los elementos físicos hasta carecer por completo de soporte material. Tal es el caso, por ejemplo, del "Performance", obra plástica cuyo espacio no es dimensional sino temporal, el "Happening" o el "Fritzi", y tantos otros subgéneros que se hicieron al cobijo de esta corriente, pero cualquiera que sea la forma de su manifestación, material o temporal, lo importante es el predominio de la idea, lo que se vende es el concepto. El arte conceptual es, quizás, el más abstracto y concreto de todos los tipos de arte, ya que puede pasar de lo a-artístico (como diría Octavio Paz 6/ del "object trouve" o "reade meades"), al evento obra plástica formal, como la "Monalisa" de Duchamp hasta el "Show del Performance", o la evocación de atmósferas de las instalaciones, los objetos (como en el caso de la "Botella con Aire de Paris" o "Los Gestos", como la "Fuente de los Artistas" de Leo Castelli, que consiste en un hombre en pose helenizada escupiendo agua por la boca; "Las Rocas mascotas" que vende una compañía de Chicago con enorme éxito, constituyen un claro ejemplo de lo que digo, junto con la "Bolsa Explosiva" del artista mexicano Melquiades Herrera, que consiste en una bolsa de papel con instructivos para inflar y romper que lleva el sugerente título de "Explosivo Clásico", o la "escultura en negativo" de Claes Oldenburg, que fue el resultado de cavar un agujero y luego rellenarlo con la misma tierra que sacó. Manzoni en un gesto radical fabrica una serie de obras numeradas enlatadas que contienen imierda de artista! o la célebre exposición de Marcel Broothdaers que abrió en Buselas una exhibición de cajas que sirvieron para transportar obras de arte. Dicha exposición fue itinerante.

El arte conceptual, puede decirse que conscientemente comienza a adquirir sus rasgos definitivos con las corrientes de vanguardia de los años veintes y treintas en Europa, pero adquiere su dimensión como corriente artística en la postguerra a finales de la década de los sesentas. Son muchos los precursores y padres del

arte conceptual, pero podemos hablar con certeza de que esta corriente tuvo como máximo inspirador y exponente al genial Marcel Duchamp, cuya obra se basa primordialmente en la acción de la IDEA hecha forma, los objetos surrealistas como el plato y la cuchara soportados forrados de piel, o los retratos dadaístas de Georges Rubenot, hechos con trazos gestuales y frases que evocaron la personalidad del retratado.

Los principales exponentes de la corriente conceptualista son Joseph Kosuth, Bernard Venet, On Kawara, etc.

Resumiendo, podríamos decir que el arte conceptual es un nombre acuñado en Estados Unidos a partir de los años 1965-66, para designar a aquellas obras cuya presentación material se encuentra reducida al mínimo o no es la importancia de la obra, sino que todo o casi todo el efecto de la obra ocurre a nivel cerebral 7/.

Algunos géneros bastante claros que ha arrojado esta corriente son, por ejemplo, el "land art" o el "art language".

Con el término de arte conceptual se intenta designar una obra de artistas para quienes el sentido mismo de la actividad artística ha sufrido una mutación tan grande que incluso en algunos casos del arte conceptual, la separación entre objeto y arte es tal que se puede prescindir de éste.

Aquí conviene hacer una aclaración, ya que no puede hablarse de un arte sin concepto, es decir sin idea, de hecho de ninguna actividad. En el caso particular del arte, podemos decir que prácticamente desde el siglo XIX no ha existido ninguna corriente importante que no esté apoyada en una sólida plataforma conceptual, lo que caracteriza a esta corriente es el hecho de privilegiar al concepto como obra, no al concepto hecho obra.

Un claro ejemplo de esto es la hoja en blanco que se exhibe en el museo de arte moderno de Nueva York B/, una hoja bond normal de un gramaje "estandar" cuyo valor es de 10,000 dólares, una hoja bond igual a la que cualquiera de nosotros podemos tener, fue tomada y enmarcada con un irónico gesto artístico cuestionando brutalmente al resto de las obras que se exhiben en el museo, subvierte el orden de lo que consideramos como obra de arte y como un advenedizo bastardo se coloca en el Olimpo de la plástica. El Museo de Arte Moderno de Nueva York, con la dignidad de OBRA consagrada y además costando el desquiciante precio de ¡10,000 dólares!

La hoja blanca en el museo es es todo un gesto de provocación, un atentado a los conceptos tradicionales, tan audaz y radical como lo fue en su momento el cuadro en blanco sobre fondo blanco de Malevich 4/, sólo que además de la mala fe del artista al escojer un soporte tan humilde y cotidiano como una hoja de papel, le da una malicia poderosa a la obra, hay una actitud nada inocente, agresiva y perversa contra lo que la gente espera encontrar en un museo, ya que al ubicar en ese contexto a la hoja como obra desacraliza y cuestiona a la obra artística, puesto que no fue creada para funcionar por sí misma, sino para mirar el resto de los cuadros cuestionándolos inevitablemente. La hoja en blanco del Museo de Nueva York es, sin duda alguna, una obra maestra de terrorismo conceptual, una obra cuya relación no está consigo misma, sino en su relación con su contexto; no es una hoja en blanco lo que estamos viendo en la pared, es una IDEA que puede llegar a valer hasta 10,000 dólares.

El arte conceptual en "Complot"

En este sentido, "Complot" está profundamente influido por el arte conceptual desde su misma denominación de "revista para armar" y hemos tratado de incluir este tipo de obra en cada número, como

en nuestro segundo ejemplar, donde pusimos un rompecabezas de 5,000 piezas con una ficha en cada revista, de tal forma que si uno quería armar el rompecabezas, debía reunir a todos los que tuvieran un ejemplar de la revista. En ese número enunciábamos pomposamente que completamente gratis regalábamos un rompecabezas de 5,000 piezas.

"Complot", como en el caso de la hoja en blanco del ejemplo anterior, tampoco es una revista para ser vista por sí misma, sino que en su contexto es una pieza especial que fue hecha para mirar y cuestionar la estructura y las formas de lectura de las revistas comunes.

En resumen, se puede decir que el arte conceptual afecta a "Complot" en el sentido más importante, la IDEA. "Complot" no fue inventado para ver nuestra revista, sino para ver las demás.

Otro de los antecedentes conceptuales de "Complot" es, sin duda, la Poesía Dadaísta, que consistía en palabras recortadas metidas en una bolsa que iban formando el contenido del poema al sacarse al azar, como uno de los primeros intentos por crear una escritura modular.

III.3. EL LIBRO OBJETO

Def. etimológica: Del latín *Objetum*, "cosa que está situada adelante".

Las palabras cosa y objeto han sido ampliamente utilizadas en la filosofía, siendo "cosa" la primera en utilizarse con variadas acepciones 10/; la palabra "objeto" la introdujeron los filósofos escolásticos a finales del siglo XIII, significa el término o producto de una producción cualquiera. En la actualidad los diccionarios usuales le dan acepciones más conceptuales que mate-

riales, al incluir en su definición conceptos como "...todo lo que puede ser materia del conocimiento intelectual o sensible" o relativos a la voluntad: "... propósito o intención" 11/, alejándolo sustancialmente de su paralelismo con el concepto de "cosa" dentro de la primera ascepción que lo cataloga como el resultado de "algo", es decir, un producto terminado de cualquier índole, ya sea su origen de carácter pasivo o activo, práctico o cognocitivo, lingüístico, etc., definiendo una separación entre objetos reales e irreales con los que se tiene relación en forma particular entrando también los "hechos" naturales como tal, dentro de la definición de objetos.

Estos hechos u objetos, intelectuales o práctico-utilitarios, son los que el hombre ha producido a través de la cultura material, por que son tan materiales los objetos producidos con el pensamiento como los que son producidos con las manos 12/; ambos son resultado de la percepción que tenemos de la realidad natural o artificial, ya que en la actualidad nuestra vida se desenvuelve en esta relación dual.

Nos encontramos en medio de "cosas" u "objetos", a decir verdad, las relaciones de producción en nuestra sociedad han creado una polución de objetos 13/ y es dentro de esta óptica de la cultura material que se entiende la aparición y la forma del libro-objeto y del arte-objeto.

Esta abundancia de "objetos" como maneras de clasificarlos, por su uso (transporte, almacenamiento, etc.), su duración (perecederos, impercederos, permanentes, efimeros, etc.), su insidencia en la economía (subsistencia, lujo, infraestructura, suntuarios, etc.), su implicación ideológica, etc. Todo esto nos coloca en un verdadero sistema cotidiano de objetos, una buena forma de comprobar lo anterior y de paso revisar la situación económica de cualquier sociedad moderna es echar un vistazo al directorio te-

lefónico, sobre todo a la sección amarilla, dentro de este panorama de objetos nos encontramos con los objetos artísticos.

III.4. CARACTERISTICAS DE LOS OABJETOS ESTETICOS Y LOS OBJETOS ARTISTICOS

Gillo Dorfles dice que existe una alta función simbólica en los objetos artísticos, lo que les permite ser transmisibles, ya sea a los contemporáneos o hacia la posteridad.

El ser humano crea símbolos con los que traduce visualmente sus experiencias sensibles e intelectivas, pero éstas sólo tienen validez cuando poseen la misma capacidad que lo simbolizado y son aceptadas por una colectividad. Términos como símbolo, señal, signo, etc, señalados como sistemas semióticos, encuentran en el arte su más amplia acepción.

Pero aunque el artista utilice símbolos y señales, éstas no siempre van a ser fácilmente descifrables por los diferentes receptores, tal es el caso del arte abstracto, donde para apreciarlo en su totalidad se requiere de una previa sensibilización por parte de "los públicos". Aquí encontramos una de las diferencias entre el objeto estético y el artístico, ya que el primero es fácilmente descifrable por casi todo el mundo (esa es una de las primeras intenciones), es la diferencia que podría haber entre un cuadro de camellón, con bodegones o paisajitos y una obra de Picasso, el arte conceptual, el abstracto, etc. No estamos diciendo que en ambos casos no se trate de objetos realmente artísticos, sino que una de las características del objeto estético es precisamente su elemental decodificación para lograr diferenciarlos más claramente. Más adelante trataremos la diferenciación aún más profunda entre un objeto artístico de calidad y un objeto artístico de calidad innovadora 14/.

El libro-objeto

En el caso del libro-objeto nos encontramos lo artístico y lo estético en mayor o menor medida hacia ambos sentidos al mismo tiempo, es decir, un "caso frontera"; utilizo el término frontera para definir que dos materias se tocan, no en su sentido de límite, de final. Esta doble relación significa es uno de los elementos más importantes que caracterizan al libro-objeto, ya que es un objeto de uso "utilitario" y al mismo tiempo su relación formal lo rebasa de su nivel primario de mero "libro", para adquirir un nuevo valor sui generis, una forma especial que a la par de darle un soporte material al texto, produce un nuevo y diferente nivel de relación y lógicamente de lectura, provocando de un cambio a partir de la forma a un cambio cualitativo. Esta nueva dimensión en el campo de las ediciones produce por sí sola un nuevo mensaje en ocasiones tan importante o más que el del texto que originalmente se dio sentido 15/.

Dentro de este tipo de ediciones encontramos lo que se conoce en los circuitos de movimiento de obra artística (galerías, salones, museos, etc.), como libros de autor o de artista, que generalmente se ubican dentro de los espacios de la gráfica y la neográfica.

En el campo de las editoras comerciales, encontramos una gran producción de este tipo de trabajos dentro de los libros ilustrados para niños, donde pequeños textos para conocimientos elementales son acompañados de ejemplos que incluyen elementos en tercera dimensión, la ingeniería del papel, el movimiento, material insólito (tela, vidrio, latón, cuerdas, plástico, etc.).

Otro nivel en el que aparecen también casos valiosos de libro objeto, aunque con menos frecuencia, es el de algunas ediciones sobre técnicas, materias o ciencias determinadas, que para su mayor

comprensión requieren de la inclusión de diversos "elementos especiales", dándole al ejemplar el carácter de libro-objeto. Tal es el caso de algunas ediciones médicas que incluyen en sus páginas reproducciones en tercera dimensión de órganos y huesos; otras ediciones científicas incluyen materiales para realizar ciertos experimentos, libros de cocina o de siembra de hortalizas que no son otra cosa que una caja con sobres que incluyen los ingredientes o las semillas y su instructivo.

Finalmente, encontramos esporádicamente este tipo de ejemplos dentro de las ediciones especiales que realizan empresas o instituciones, o cierto tipo de ediciones que ya sea por una innovación publicitaria o estrategia de mercadotecnia o deseo genuino de originalidad en el diseño o por que realmente las características del texto obligan al uso de este tipo de soluciones, recurren al uso del libro-objeto.

Aquí conviene hacer énfasis en la idea de que un libro-objeto no adquiere necesariamente esta dimensión por la extravagancia de su diseño, sino por el alto nivel conceptual que tienen algunas de sus características "formales" transformándolo, tal es el caso de la página en negro que lleva el libro "Vida y Opiniones del Caballero Tristán Shady", que corresponde al duelo por la muerte de un amigo de uno de los personajes de la novela (s. XVIII) 16.

Con esto quiero destacar la idea de que un simple rasgo de carácter genuinamente innovador en su momento y de profundidad conceptual, es suficiente para el cambio de nivel cualitativo al de "libro-objeto", ya que ciertos adelantos tecnológicos pueden sorprender en su momento y en su contexto por la forma de este tipo de ediciones, pero con el paso del tiempo, su uso cotidiano las va despojando del carácter especial, sobreviviendo sólo en este sentido las obras que realmente se adentraron en los aspectos conceptuales de este tipo de rasgos especiales. Casos como el del

uso de las tintas metálicas, el grabado en seco de manera industrial, la selección de color, los sellos de agua y actualmente el holograma, son elementos que sorprenden y afectan sustancialmente en su momento a la "forma" de la edición, pero sólo su uso con una verdadera "idea" es lo que puede convertir a esos recursos en elementos del libro-objeto.

Las influencias y caminos por los que ha transcurrido esta manifestación de las artes gráficas, aunado a las diferentes intenciones que han generado obras como estas, hasta convertirlas en una verdadera tendencia o disciplina, le han dado una característica ecléctica al libro-objeto.

Desde los estallidos tipográficos de Laurence Stern, los retratos Dadaistas, la variación gestual de la tipografía en la poesía gutural, las construcciones con letras del cubismo y más tarde la poesía concreta de los cincuentas, pasando por la articulación de la página de Mallarmé, los caligramas de Baudelaire, inspirado en la interpretación moderna de los pictogramas orientales, la teoría de la composición en el diseño instrumentada sobre los grandes cimientos teóricos que arrojó el arte abstracto, la aparición de nuevas técnicas de impresión y soportes imprimibles, el libro de autor, la neográfica, etc., constituyen los antecedentes modernos e inmediatos del libro-objeto. Pero observemos su historia y sus orígenes.

Antecedentes del libro-objeto

La palabra libro-objeto, acuñada por Kranso, denomina a libros cuya realización formal es especial, separándose de los cánones tradicionales de lo que entendemos por un libro (17) (que dicho sea de paso también es un objeto, sólo que en este caso su condición es además como "cosa", lo cual le imprime un carácter particular). Como diría Marcell Duchamp para llamar a un cuadro que

había hecho "...le llamo retardo en vidrio, simplemente para considerar que la cosa en cuestión no es simplemente un cuadro, un retardo en vidrio es como se dice, un poema en prosa, una escudidera en plata, un libro-objeto" 6/. Un libro donde su aspecto cuenta tanto como su contenido y puede incluso resumirse sólo en su aspecto, donde la forma cambia sustancialmente la relación de lectura con el receptor, como en el caso del libro de Medaus sobre poemas de Becket, donde para leerlo hay que abrir una caja que contiene pelotas de ping pong comprimidas con fragmentos del poema que le saltan al lector.

La editorial Tun Mas de Inglaterra en este sentido ha marcado un hito en cuanto a la edificación de nuevos y activos espacios para la lectura, con su colección "elige tu propia aventura", por ejemplo, en el que el libro mismo es un juguete y en sus series policiacas juveniles, al lector se le van dando pistas, objetos, fotos, incluso cartas anónimas, para que junto con el protagonista de la novela trate de descubrir al culpable; paralelamente, por su cuenta en el transcurso del relato, al final de la historia cada ejemplar incluye un sobre cerrado que dice "confidencial" con el reporte del detective, el cual contiene el nombre y la fotografía del culpable, junto con la descripción del móvil y el acto delictivo que uno puede comparar con sus propias conclusiones.

En otros aspectos, una novela clásica que también puede ser considerada como libro-objeto es sin duda alguna "Rayuela", del escritor argentino Julio Cortazar, realizada en un sistema modular de muchos cuentos que según el orden en que se lea, pueden darnos diferentes novelas.

Por citar un buen ejemplo de la facturación de este tipo de trabajos por parte de instituciones, sería el caso espléndido del tomo titulado "Estética de lo Siniestro", con una enorme serie de

dibujos acomodados de manera especial, del genial caricaturista Frances Ronal Topor, o el "Catálogo de la Exposición de Anamorfismos" realizada en el museo de San Carlos y editado también por la UNAM, al igual que el libro anterior, que incluye una buena colección de anamorfismos junto con un papel espejado para que al hacerlo cilindro y colocarlo en la posición señalada, se puedan ver estas perspectivas.

También dentro de este tipo de ediciones especiales que algunas casas editoras realizan por diferentes circunstancias, tenemos el maravilloso libro sobre Marcel Duchamp de Octavio Paz, publicado por editorial Era en 1968 y diseñado por Vicente Rojo.

Algunas editoriales de libros infantiles como "Universo" de Colombia, están totalmente consagradas a la publicación de este tipo de libros, haciendo sobervias ediciones en ingeniería del papel sobre temas como la conquista del espacio, la historia del automóvil, el surgimiento de la vida, el cuerpo humano, etc.

Dentro del campo artístico podemos citar a la famosa editorial "Example" de Barcelona, que desde los años 60 se dedica a imprimir este tipo de trabajos, teniendo como algunos de sus tomos más famosos el de "Sol Solet", fabricado totalmente en latón repujado (incluyendo partes importantes de la tipografía) y "Canco amb el Jordi Tancat", libro con canciones sobre flores, que tiene como pastas dos discos donde viene contenida la música de las mismas, un pequeño estuche con esencias de diferentes flores y plantas que al lado llevan sus especificaciones botánicas y algunos datos curiosos de su uso en la historia, además de un frasco con hojas secas impresas en serigrafía con fragmentos de poemas o pensamientos sobre las plantas y lo que sería el libro en si con sus textos y poemas.

En México existen las ediciones "Patio Amurallado", que realizan también carpetas de artistas como "Tauro-Magia" de Gilberto Aceves Navarro.

En el campo de las ediciones científicas y técnicas, encontramos algunos ejemplares que han sido alcanzados por sus especificidades técnicas o didácticas por esta intención, como es el caso de "El Cuerpo Humano" de 1983, por Jonathan Miller, David Phetman y colaboradores, con abundantes mecanismos, que incluye una especie de rompecabezas con las partes del cuerpo humano en tercera dimensión.

El surrealismo, al ir más allá de las apariencias, ha trastocado la percepción y la relación con la realidad y, por ende, nuestra relación con los "objetos", dando rienda suelta a la alteración de las cosas sometidas por los cánones de la lógica y de la costumbre 18/. Esta posibilidad de imaginación, aunada al deseo de transmitir nuevos mensajes en todas las dimensiones del campo editorial, es sin duda una constante en el ámbito del libro-objeto. El soporte editorial impugnado en sus formas y funciones se ha transformado, y Julian Blein lo ha demostrado al exponer su obra "1/3 de Realidad", mostrando una revista roida transformada en objeto cuya legibilidad poco importa 17/.

Los Dinosaurios del Libro-objeto

Los más remotos ejemplos de lo que a simple vista podríamos considerar un libro-objeto, son casi tan antiguos como la aparición de la escritura en las distintas civilizaciones, y aunque podemos encontrar ediciones más o menos parecidas a lo que conocemos actualmente como libros, en las primorosas ediciones medievales realizadas amorosamente a mano por los copistas benedictinos (orden monástica medieval que data del siglo VI que se consagró al copiado de libros de la sabiduría clásica y la biblia, principal-

mente). Algunas ediciones especiales de esas épocas, como el tomo del Corán que se encuentra en la mezquita de la Mecca, hecho con hojas de oro y letras bordadas en hilos del mismo material y plata, con forros de cuero repujado en una rica orfebrería arabesca, para realizar lo que serían las bisagras del lomo y sostener una fastuosa pedrería de joyas 19/. Sin embargo, no podemos hablar debido a las características artesanales de la realización de este tipo de libros impuestas por las condiciones tecnológicas de la época, de lo que vendría a ser un libro-objeto que como fenómeno y concepto es bastante reciente.

En el momento en que la imprenta se establece totalmente y el circuito de producción y distribución de libros se vuelve común en las sociedades, es que de manera consciente se empieza a volver una necesidad evolucionar con imaginación las formas convencionales del "libro" y de los códigos de lectura. Un hermoso ejemplo de esto es el caso de uno de los tantos libros de poemas pésimos costeados por una de las acaudaladas damas de la corte francesa del siglo XVIII, autora desde luego de la obra, con cubiertas de cristal grabado, ilustraciones al óleo y la acuarela de Wateau y Fragonard, los grandes pintores Galantes, una burbuja de cristal en las páginas interiores para guardar un rizo de la poetiza e incluso llevaba una pequeña caja de música que se oía al abrir el libro, hecha con una melodía compuesta por la dama 20/; o como los libros que hacen los productores de Whiskey en Escocia desde principios del siglo XIX, que contienen tres hojas sobre el producto y el resto del libro sirve de discreto contenedor para una botella 21/.

Vayan pues estos dos ejemplos de antecedentes vernáculos y genuinos de lo que actualmente conocemos como libro-objeto.

Sobra decir que en el caso del libro-objeto, en lo que respecta a su forma, supera a veces el mensaje escrito de los contenidos,

como en el caso de los dos ejemplos antes mencionados, pero ese no es el fin del libro-objeto en si y, aunque pueden existir trabajos donde el verdadero contenido esté en la imagen, lo que trata de hacer este tipo de obra no es una competencia entre la forma y la sustancia, por llamarlo de alguna manera, sino lograr una "diferencia" formal en el contexto de esa publicación que enriquezca a ambas partes, dándole nuevos niveles de lectura, transformándolo al libro en un "objeto especial".

III.5. EL LIBRO-OBJETO EN MEXICO

La historia del libro-objeto aún está por escribirse. Por supuesto entonces, en lo que atañe a este tipo de ediciones en nuestro país, la información es mucho más escasa y dispersa; sin embargo, podemos citar con bastante precisión, gracias al magistral trabajo de recopilación del Profesor Melquiades Herrera, que el primer libro impreso con estas características en nuestro país fue "Repertorio de los Tiempos e Historia Natural de esta Nueva España", realizado por Enrico Martínez en su propia imprenta en México, el cual data del año 1606, que contiene dos discos giratorios unidos a la hoja con un hilo y que ubica posiciones estelares en nuestras latitudes. Este libro pertenece al Fondo Reservado del Banco Nacional de México 22/.

De ese dato en adelante, en nuestro país desconocemos la aparición de otro libro que incluya la acción en su lectura o diseñado con características especiales, aunque sin duda alguna debieron haber existido, encontrando solamente, ya en tiempos muy modernos, un ejemplar que sirve como dato para continuar esta cronología: "La Nueva Picardía Mexicana", como resultado del éxito de la primera "Picardía Mexicana" de A. Jiménez, que incluía una introducción de Octavio Paz y viñetas de José Luis Cuevas pero, además, tenía un carácter de "Dossier" al llevar aparentemente recortado una reproducción de un artículo periodístico de Roberto González,

quien pretendiendo criticar la obra inicial, reproduce el carácter festivo de la misma.

En el "Homenaje a Posada" se incluía una reproducción de un cuadernillo con adivinanzas en doble sentido, aparecido en 1887 y se insertaba un fascimular del acta núm. 74 de la Asociación Folklórica Mexicana doblada a la mitad 22/.

Otro hermoso ejemplo de este tipo de publicaciones en México es el libro sobre Marcel Duchamp, realizado por la editorial ERA en 1968. Un antecedente no menos importante es la tradición de tarjetas con ingeniería del papel, de influencia y producción norteamericanas, que en México han alcanzado un espacio nacional, sobre todo en el campo de la picaresca, como es el caso de las tarjetas con adivinanzas de juegos de palabras y albures que se pueden encontrar en ferias o en tiendas de broma y magia 22/.

Dentro del campo de las revistas periódicas con estas características, la revista "Arquitecto", editada por la Facultad de Arquitectura de la UNAM, durante la década de los sesentas fue uno de los ejemplos culminantes de lo que es una publicación-objeto, con sus abundantes suajes, grabados, antaglios, puntas secas, sus diferentes soportes, opalinas, albanenes y sus cambios de sistema de impresión como serigrafía, offset, prensa plana, etc. La revista "Arquitecto" constituye hasta la fecha, uno de los más altos ejemplos, indudablemente de carácter mundial, de lo que es una revista-objeto, con el encanto de ser a la vez una lujosa revista-objeto 23/.

Otra revista con esta característica que influyó para un periódico interno de la compañía de lavadoras "Mabe" fue "The Box", una publicación de artistas neoyorquinos que apareció a finales de los ochentas en México en algunas galerías y librerías como Gandhi, que no era otra cosa que una caja de cartón conteniendo la

obra gráfica de varios artistas junto con sus catálogos. Tuve ocasión de ver la reproducción de la misma idea para un periódico interno de la compañía antes citada en casa de la artista Mónica Meyer 24/.

Otra revista realizada por artistas mexicanos también con sentido objetual fue "Lacre", hecha por Yanis Pecanins en los setentas, con un tiraje de 300 ejemplares sin una periodicidad fija, cuyas ediciones llegaron a tres números. Esa revista era una carpeta con colaboraciones de diferentes artistas en el campo de la gráfica, cada artista se encargaba de una a tres hojas que reproducían por su cuenta en el formato de las hojas de la revista y luego se juntaban todas las obras para formar la carpeta. Acto seguido, la carpeta se metía a un enorme sobre que se cerraba con "lacre", lo que le dio el nombre 25/.

Las publicaciones-objeto en México son un asunto bastantes especializado que requeriría de una extensa investigación que, por desgracia, no nos ocupa en esta ocasión, pero confío en que esta inquietud por el seguimiento de este tipo de obras en nuestro país sea rescatado.

Por lo pronto, bástenos con esto para conocer algunos ejemplos de este trabajo.

III.6. EL CORREO ARTE

"Complot" tiene sus antecedentes directos en el correo-arte, del que retoma la reproducción de formas artísticas en medios de producción baratos, cuya influencia directa más importante la podemos encontrar en la "neográfica" de finales de los setentas y principios de los ochentas 26/, la manera audaz de romper con los circuitos de circulación de la obra de arte y el uso del medio

como mensaje, con la apropiación del lenguaje iconográfico postal como parte de los elementos característicos de su obra.

El correo-arte evoluciona del "arte pobre" de la postguerra, que trata de encontrar una salida económica y adecuada a la producción de sus obras fuera de los circuitos enajenados por los grupos y formas que tradicionalmente controlan el mercado del arte, llegando en los sesentas a generar toda una corriente estética que mantenía en circulación una importante producción de obras artísticas por medio de canales novedosos e inéditos en esas proporciones y que, en su máximo momento, además se adueñó del MEDIO convirtiéndolo en parte sustancial de su MENSAJE.

El rescate de los sellos de goma como elementos plásticos, el gusto por el recurso de los medios baratos de reproducción como la fotocopia, la prensa plana, el mimeógrafo, etc., en soportes de papel ordinario debido a las características del correo, ya que este tipo de cartas generalmente se hacían con varias copias para mantener en contacto a toda la cadena que cada día se engrosaba de los correo-artistas, la producción de una gráfica barata y en serie, el uso del lenguaje postal como elemento de la obra, usando al MEDIO como una parte activa de la obra, fueron los principales elementos que los artistas de esta corriente manejaron con creatividad e ingenio.

Desde luego que antes de los correo-artistas, los artistas habían recurrido a medios baratos de impresión e incluso al correo con fines artísticos. Se sabe que Bretón y los surrealistas acostumbraban mandarse correspondencia de este tipo o que, por ejemplo, en sus injuriosas cartas a los críticos solían introducir cosas repugnantes como colas de ratones para ofender e intimidar a sus oponentes 27/. Pero en las dimensiones y conciencia de este recurso, es sólo hasta los correo-artistas que podemos hablar de una corriente en este sentido.

Otro de los elementos importantes de esta corriente que tiene influencia directa sobre "Complot", es que estos creadores, lejos de sentirse limitados por las características técnicas de los medios de reproducción, adaptaron sus obras para que al pasar del original a la copia las particularidades del medio no fueran un defecto sino una virtud, como es el caso de la xilografía, donde las vetas e hilos nudosos de la madera contribuyen como parte de la expresión de la obra.

Estas fueron las soluciones que encontraron los productores para adaptarse eficazmente a nuevos sistemas de trabajo, ya que lo que les interesaba era una copia de calidad y barata.

Con respecto al medio, los correo-artistas utilizaron en su caso al correo como mensaje, aprovecharon sus características y códigos visuales para constituir en el mismo su obra, aportándole nuevos niveles de lectura a lo que ellos denominaron "estética postal" 28/, además de que con este gesto demostraron una vez más que un medio ordinario podría tener características y proporciones artísticas simplemente ubicándolo en un contexto adecuado o trastornando con esa intención su significado de comunicación 28/. Tal es el caso de los famosos "reade mades" de Marcel Duchamp, ya que ésto no sólo resultaba refrescante para el arte y su mercado, sino que además, encontraba una forma inédita de circulación de la obra fuera de los espacios tradicionales 29/.

Las características de esta corriente surgieron paralelamente de la necesidad y de la teorización, hicieron del correo una forma de arte utilizando su iconografía, como en el caso de la exposición de un correo artista italiano, quien pedía que las cartas que se le mandaran tuvieran algún defecto en la dirección del destinatario, falta del importe postal suficiente para su envío o fueran mandadas en materiales insólitos que hicieran imposible su envío. Todas las cartas debían tener el mismo remitente, que en

realidad sería el verdadero destino de la carta, que finalmente llegaría hacia donde fue mandada, muchas veces sin siquiera haber pagado un solo centavo por el porte. Además, las cartas serían expuestas con todos los sellos, etiquetas y notas que les pusiera la oficina de correos, con lo cual quedaría terminada la obra 26/.

Otro ejemplo es la realización de timbres postales hechos por los artistas de esta corriente, que se pegaban junto con los timbres ordinarios y que igualmente eran sellados por los empleados postales 28/.

Otro aspecto más o menos "novedoso" de la utilización del correo en forma alternativa es el uso que le han dado los terroristas con el advenimiento de nuevas tecnologías en el campo de los explosivos plásticos, al introducir en sobres este tipo de cargas, que al ser abiertas por los destinatarios explotan lesionándolos seriamente o quitándoles la vida. Las cartas o los paquetes bomba comenzaron su propia tradición a mediados de la segunda guerra mundial y han sido un medio recurrente de varios grupos terroristas o guerrilleros que los utilizan para ultimar individuos o intimidar instituciones; casos como el de las cartas bomba se han repetido en España, Israel, Colombia etc. 30/, lo cual en otra esfera completamente distinta nos muestra el uso que otros grupos han encontrado para sus fines a través del correo.

El correo-arte como movimiento tiene sus orígenes en Italia y por medio de la correspondencia, en poco tiempo logra difundirse y agrupar a artistas interesados en todo el mundo.

En México, personalidades como Maris Bustamante, Mónica Mayer, Alberto Gutiérrez, Melquiades Herrera, Yanis Pecanins y Felipe Heremberg, por citar unos cuantos, son artistas que figuran en este movimiento, aunque es el caso de que en la mayoría de ellos

el correo-arte sólo forma una parte del espectro de su producción.

Por otro lado, también puede hablarse de la existencia de por lo menos dos galerías especializadas en este tipo de obras, "El Archivero", ubicada en la colonia Roma y "El Zenzontle", que se encuentra en la zona comercial de la Cineteca Nacional.

III.7. CONCLUSIONES

Hasta aquí podemos decir que "Complot revista para armar" ha recibido principalmente influencia de tres diferentes vertientes:

1. El arte conceptual
2. El libro-objeto
3. El arte-correo

El primer aspecto le aporta a "Complot" un solo pero sustancial aspecto, una actitud, una forma de entender y relacionarnos con la realidad.

El segundo caso afecta a "Complot", de 3 maneras:

- a) La relación semiótica y signica entre forma y contenido abierta por el libro-objeto plantea la apertura de una frontera entre el arte y el diseño.
- b) Su éxito y extensión mundial son una invitación para la búsqueda de nuevas metas en el campo editorial.
- c) El libro-objeto plantea en sí mismo al "medio como mensaje", a la "forma como contenido", el diseño hasta sus últimas consecuencias.

En el tercer caso, "Complot" recibe la influencia que viene de la experiencia de los correo-artistas de la postguerra, que tiene para el proyecto dos aspectos importantes:

- a) La búsqueda y acercamiento de formas artísticas a medios de reproducción baratos, que afectan la producción y la distribución de la obra.
- b) El uso del medio como "mensaje", el apropiamiento de esta corriente del correo no sólo como medio para la circulación de su obra, sino de manera directa como la sustancia misma de la obra.

IV. SOPORTES TEORICOS

IV.1. LA DIFERENCIA ENTRE LA ACTIVIDAD ESTETICA Y LA ARTISTICA

Antes de desarrollar este tema, es importante empezar por señalar qué es el arte, ya que existen varias interpretaciones al respecto, hacer evidentes las diferencias existentes entre el artista visual y el diseñador, para lo cual es necesario definir para poder discriminar entre la actividad estética y la artística.

El término estética, acuñado en 1750 por Baumgarten, permitió separar de la filosofía en general los problemas del arte, ampliando y profundizando los estudios entendidos entonces como problemas referidos al gusto y a la belleza.

Los términos desde luego, con el paso del tiempo y la transformación de las sociedades, van sufriendo cambios y adecuaciones para los diferentes usos que se van generando en los diferentes momentos históricos y por la concepción y función de la sociedad con respecto a estos términos.

Por otra parte estos conceptos, debido a su condición como parte de la cultura material, suponen una determinada relación del hombre con la naturaleza.

En el siglo XV existían dos categorías de artistas y de arte, los que se dedicaban a las artes liberales (matemáticas, retórica, gramática y poesía), que eran las actividades que liberaban al hombre, ya que en ellas se ejercía el trabajo intelectual; y los que se dedicaban a las artes manuales (pintura, escultura, música, etc.), en donde más que talento o creatividad se consideraban disciplinas que requerían de un rigor en el "oficio o técnica", tal vez por el carácter gremial de la actividad.

Cuando los pintores y escultores fundan una academia en el siglo XVII para separarse de los artesanos, nace el "estatus" oficial de artista. Esta oposición entre artista-artesano todavía tiene vigencia.

Como podemos observar, la concepción del artista y del arte ha cambiado hasta nuestros días, al arte actual podemos entenderlo en el contexto de una cultura material, que se da con las características particulares de las sociedades donde se genera y que en la práctica, esta disciplina a su vez aprende y genera formas del conocimiento de la realidad 31/.

Finalmente la aparición de la fotografía trastoca totalmente el papel del artista plástico y, sumado a la especialización de las actividades producto de la revolución industrial da por resultado, a mediados del presente siglo, el surgimiento de profesionistas productores de imágenes destinadas a los medios masivos de comunicación, como un factor nuevo en el acomodo de las funciones del artista visual en nuestras sociedades (cine).

Lo Artístico y lo Estético

Una vez que hemos hecho una semblanza de los factores que han transformado la concepción del arte y, por ende, la del artista, queda por despejar la diferencia entre los productos de carácter estético y los de carácter artístico. Sobre esto podemos decir que mientras la producción artística evidencia en la intuición la tendencia o forma estética del artista, es decir, incluye de alguna manera esta característica, la producción estética puede estar ausente de cualquier conotación artística 32/.

Por otro lado, los valores artísticos sólo aparecen en la relación sujeto-objeto, el receptor debe poseer para apreciarlos un código de "gusto social", es decir, cuenta con un bagaje percep-

tivo y otro cognoscitivo para relacionarse con el objeto, mientras que las relaciones sujeto-objeto con los productos artísticos requieren de una vinculación más profunda y son más difíciles, ya que sus lecturas poseen códigos herméticos o requieren de un conocimiento más especializado, tal es el caso, por ejemplo, de la pintura abstracta o el no-objetualismo, cuya obra puede incluso carecer de soporte material. Por otra parte, debemos apuntar que cada época tiene sus valores estéticos determinados.

Al evolucionar el arte de la mera limitación de naturaleza a la abstracción y de ahí a miles de caminos diferentes, fue necesario teorizar sobre las nuevas propuestas. Un problema reciente de la de la estética es la diferencia entre lo estético y lo artístico.

Todos tenemos una sensibilidad que no necesariamente nos ayuda a entender las artes, que al distanciarse de las experiencias estéticas se alejan del público en general. Esta es una de las explicaciones del porqué para disfrutar las artes es necesaria la acumulación de conocimientos.

Valga recordar la anécdota de Picasso cuando una señora se le acercó y le dijo: Maestro, no entiendo nada. Picasso le contestó Señora, ¿usted entiende chino?- No, -le respondió-. Pues el chino también se aprende, terminó Picasso 33/.

Para entender el arte no basta con nuestra sensibilidad y estética cotidiana, ya que el arte se ha alejado a propósito de ella para encontrar caminos propios.

Como diría Maris Bustamante, artista mexicana contemporánea, la expresión "Mi hijo tiene 5 años y pinta igual que Picasso" es una muestra clara de este problema en realidad el niño sólo realiza una actividad estética, mientras que el pintor realiza una actividad artística-plástica. Aquí encontramos una diferencia más en-

tre estas dos definiciones creadas por las circunstancias en que se genera el producto: la intención y el contexto.

La experiencia que nos produce la obra de arte no nos causa placer necesariamente, debido a que su valor es artístico, no estético.

Eso explica que al público le agraden más los bodegones de camellón y las manzanas de Martha Chapa cuyo valor artístico es nullo, pero cuyo valor estético les permite su identificación y su realización fácil con el objeto, lo mismo sucede con las artesanías. En el caso del diseño, además de los parámetros culturales de belleza y gusto sociales, se agrega la preocupación fundamental en la función y funcionalidad del producto, características esenciales de las metas de las sociedades modernas; su mancuerna básica con los medios, que por su carácter masivo generalmente sustenta mensajes de rápida y fácil decodificación, aunado a un uso y valoración de la semiótica diferente a la que se da en el arte.

Tanto las artesanías como el diseño generalmente se dirigen al pensamiento estético, mientras que el producto artístico se encamina a otros niveles de percepción y requieren de una participación más activa y compleja para ser captadas. Esa es la diferencia de fondo entre las dos actividades.

Juan Acha ya lo advertía desde hace mucho: "sin duda alguna los diseñadores son los más influyentes en nuestra cultura estética 14/.

Lo estético y lo artístico son un par dialéctico, lo estético nos vincula sensitivamente, lo artístico nos acerca más a lo racional y/o a lo hermético que a productos humanos indeterminados no necesariamente bellos, son dos realidades distintas y a la vez complementarias.

Una vez explicada la diferencia de fondo entre la función de los diseñadores y la de los artistas visuales, pasará a explicar cómo es posible que algunas propuestas del diseño caigan dentro del terreno del arte y viceversa y cómo también existen producciones consideradas como estéticas por la tradición y que son en realidad productos artísticos y producciones consideradas por la tradición como objetos artísticos caen dentro del terreno de lo estético.

Para finalizar este punto, debo apuntar que en el terreno del arte no es lo mismo una obra de arte "a secas" que una obra de arte de carácter "innovador", es decir, es ese producto que subvierte los conceptos establecidos en este campo y replantea las formas del arte. Es una nueva tesis presentada de manera concreta.

IV.2. EL PAPEL DEL DISEÑADOR COMO ARTISTA

Cuando se trata de explicar los vínculos del arte y el diseño, se tiene que tocar aquel inevitable punto de la definición de lo que es arte y lo que no lo es.

Esta incómoda discusión tanto para diseñadores como para artistas es, en nuestro país particularmente, más difícil debido a la historia, extracto y formación de la carrera de diseño, siendo que en otros países los profesionistas de la imagen pasan del diseño a las artes plásticas como diría Anzures "como de la ventana a la calle".

En países como Italia, Polonia, Inglaterra e incluso España, actualmente no se encasilla al diseñador dentro de un espectro único y cerrado, mucho menos a la obra y al quehacer artístico, al que se le considera como una actividad multidisciplinaria 28/ (ver la obra de Mariscal).

Sin embargo en nuestro contexto es preciso, cuando se toca este tema, hacer una argumentación que sostenga afirmaciones como esta, al decir que, desde luego, el diseño puede incluirse como parte de las artes visuales, concepto al que me avocaré a explicar con el fin de comprender globalmente las intenciones y alcances de "Complot revista para armar".

Al igual que no todo lo que relumbra es radiactivo, no todo lo que se produce de acuerdo con los usos artísticos es arte, ni todo lo que se produce de acuerdo con los usos del diseño es diseño.

Todos los días en ambas disciplinas (a las que yo consideraría como facetas de una sola), se producen cientos de imágenes de "conceptos visuales" para los usos más disimulados, pero sólo unas cuantas de estas imágenes pueden alcanzar el "estatus" de obra de arte, ya que estas piezas, cuando poseen un nivel de calidad especial en todos los planos, tanto formales como emotivos y conceptuales, trascienden a nuevas y especiales formas de comunicación que las eleva al nivel de obra de arte, cosa que puede ocurrir con cualquier tipo de imagen, ya provenga de un cuadro o de un diseño, tal es el caso de Andy Warhol, cuya obra artística es también la del diseño 28.

En el renacimiento, el artista "universal" del quincecento realizaba todas las actividades tocantes a su ramo: escultura, pintura, dibujo, arquitectura, escenografía, ebanistería, joyería, diseño de moda, evento, etc. La especialización que trajo consigo la revolución industrial y el avance del conocimiento en cada una de estas disciplinas, volvió autónoma cada una de estas ramas y, en el caso de la arquitectura por ejemplo, la separó completamente; sin embargo, a lo que voy es a que el valor que nosotros le damos a todas las obras de estos autores, está trastocado por la concepción actual del arte sin, por ello, detenernos a pensar que

estos genios realizaron indistintamente obra de arte y diseño, como en el caso de los dibujos y esquemas de los inventos de Leonardo Davinci, obras de una importante riqueza plástica que son considerados como obras de arte por genuinos méritos, pero que son también "trabajos de diseño". La obra de escenografía, arquitectura, joyería y "fashion" que hicieron creadores como Miguel Angel o Bernnini durante el barroco, adquiere en muchos casos el nivel de obra de arte, cuando no de obra maestra, como la Escalinata de Bernnini en el Vaticano, aunque hay que reconocer que la obra de diseño y la artística por lo común se mueven en usos diferentes, no son ya pocos los ejemplos donde se tocan en una sola pieza ambas funciones.

La joyería egipcia, que sirviera de poderosa inspiración para las misteriosas formas del "art-nouveau", la "piedra del sol de la cultura azteca", obra maestra de la plástica de esta civilización que además cumple la función de calendario, las ilustraciones de los libros medievales, algunas armaduras de la época gótica, tanto por su ornamentación como por sus soluciones anatómicas, alcanzan esta consideración. Las ilustraciones de Doré, los carteles de Toulouse Lautrec o Muchá, a principios de siglo, la joyería Tiffany, varios objetos de la "baus haus", el arte-objeto, los timbres postales diseñados por artistas famosos como Miró, etc.

Sólo cito algunos ejemplos que se vienen a la cabeza de estos raros "encuentros" entre el arte y el diseño, donde también debemos entender que la consideración que se le da a cada "obra" estará influida por su contexto y la tradición, con esto me refiero a que un diseño expuesto en una galería puede tener tratamiento de obra de arte, en cambio un cuadro artístico sobre el restirador de formación de una revista puede tener el tratamiento de un diseño, o que por ejemplo se produzca obra de uno y otro uso utilizando los soportes y medios de ambas actividades indistintamente.

De lo anterior concluimos que es la "calidad" especial que el productor de imágenes consigue en determinados trabajos lo que lo hace trascender a nuevos niveles de comunicación que en algunos casos llegan a ser los de la obra de arte.

El productor de imágenes

Llegando a este punto, para mejor explicar el papel del diseñador como artista, eliminaré la palabra diseñador por el momento para llamarlo por la esencia de su trabajo, realizador de conceptos visuales, productor de imágenes (misma que la del artista plástico) con esta denominación, no nos suena tan descabellado pensar que un profesionalista dedicado a esta actividad pueda generar obras de arte en su trabajo, aclaro que con esto no quiero decir que el diseñador y el artista visual sean estrictamente iguales, pero sí que sus actividades están íntimamente ligadas hasta por las técnicas que usan y, en un sentido básico de estas actividades, ambas son productoras de imágenes. Por lo mismo, algunos de los productos del diseño caen dentro de la esfera del arte y viceversa, con lo cual no estoy indicando nada nuevo, ya que además desde hace tiempo, elementos formales de ambas actividades incluso, se han acumulado a los dos campos, como la tipografía, la diagramación, los registros, la producción en serie, la estética publicitaria, etc., se han agregado a los elementos de la obra de arte o el diseño hecho con técnicas de la pintura y la escultura, incluso como obra única, también es algo cotidiano, sin que por esto la obra artística deje de ser obra artística y el diseño diseño (ver cuadros DADA, la obra de Vicente Rojo, el arte-correo, el "pop-art", los carteles a mano, los logotipos en tercera dimensión, etc.).

Con esto quiero destacar que la capacidad de trascendencia de una imagen al "estatus" de obra de arte debe verse en la obra misma, es decir, su calidad formal, emotiva y conceptual y su carácter

innovador en su contexto, son los que darán este nivel especial de comunicación, venga de donde venga la obra, haya o no sido creada con otra función no particularmente artística y no al revés, como tanta obra creada con los criterios oficiales o sociales del "debe ser una obra de arte" y que en muchos de los casos sólo arrojó obras mediocres e inexpressivas (ver realismo socialista en su mayoría, una buena parte del arte religioso, los bodegones y paisajes de camellón, la obra completa de Martha Chapa, el arte fascista con excepción de lo hecho por los futuristas, el arte nazi, el famoso Kitch socialista de Corea del Norte, arte suchiano, etc.).

"Complot revista para armar", obra de diseño editorial, fue reconocida oficialmente por sus características, como obra de arte en el Tercer Salón de Espacios Alternativos organizado por la SEP a través del INBA en 1989, también tiene el reconocimiento de la fundación Miró de Barcelona, España, a quien se le envía periódicamente los números para su biblioteca de arte-objeto. Desde 1990 la Universidad de Columbia, en Nueva York, posee ejemplares la revista en su acervo y la utiliza como material de consulta en los campos de diseño y arte.

V. LOS ARTORES

Con todo lo anterior, quisiera señalar el término con el que algunos trabajadores de la plástica o de otras disciplinas del arte se designaron a si mismos para de una manera más cómoda explicar y explicarse que para ellos el sentido mismo de la actividad artística ha sufrido una transformación y mutación tan completa. Una de las causas, sin duda, es la aparición de los diseñadores, como alguna vez la pintura sufrió un duro revés con la aparición de la fotografía.

Hasta ahora los artistas habían ambicionado producir obras de arte que se insertaran en una bien definida esfera. Esta esfera comunica más o menos con la cotidianeidad, según el artista sea más o menos consciente, a un momento histórico, un movimiento de ideas, un grupo social, un estilo, etc.

Ciertos movimientos sociales incluso han intentado establecer una simbiosis entre arte y cotidianeidad, con la esperanza de que el arte, abolido como actividad marginal y suntuaria, se vincule directamente con el drama de la realidad misma. Einsestein, con sus compañeros de generación mayacovskiana, preveía un cambio inminente en este sentido en la Unión Soviética al menos; no fue así, el arte en la URSS siguió siendo igual al del resto de occidente pòstdadaísta, una actividad especializada y los artistas personas distintas, como los campesinos son distintos de los electrónicos, y no parece que un día sea superada la diferencia, al menos durante tanto tiempo como el que permanezca planteada en estos términos.

Pero he aquí precisamente que ciertos espíritus aventureros rehusan esa oposición y dejan de sentirla como alternativa inevitable. "Lo que me interesa, -dice Rauchenberg-", es lo que hago, no lo qué quiere decir, ya que él no se considera un artista en el

sentido aceptado, que ha abandonado la esfera artística, pero a la vez no se ve a sí mismo como alguien que prosigue sus actividades obligado a producir objetos que hallan su lugar en la cotidianidad. Ensamblajes, happenings, experimentos estético-tecnológicos, lo que hace Rauchenberg es instalar pasajes entre el arte y la vida, establecer puentes, provocar cortos circuitos, desafiar en lo posible.

Tal es el Artor, ese nuevo "héroe" de nuestro tiempo que busca medios inéditos de intervención y decisión en el mundo. Es un hombre fuera de las leyes y las categorías, un oscurecedor, dice Jhon Cage, un perpetuador dirán los cibernéticos, un desordenador, verdadero corsario de la libertad inmediata y de la sensibilidad en vivo.

Fácilmente puede advertirse que esta posición es escandalosa, es casi antológica en relación con la obra de arte. Primero impugna su sacralidad (lugar de su inserción en la esfera cultural), así Tinguely contribuye a la realización de esculturas cuyo único destino será destruirse a sí mismas; Claes anuncia como escultura en negativo un agujero que hace cavar en Nueva York y luego rellenar por los mismos peones; Piero Manzoni realiza una serie de latas en conserva que contienen mierda de artista; Marcel Broodthaers hace en Bruselas, Amberes, Amsterdam, una exposición con cajas que sirvieron para transportar obras de Arte. En México tenemos el caso de artistas como Ginorella que realiza sus obras con materiales perecederos como elemento básico en su estética, que con el tiempo condenan sus obras a la putrefacción. En los años sesenta la galería Pecanins realizó una exposición de pintura en pasteles que posteriormente fueron devorados por los asistentes; José Luis Cuevas por esos años hizo un mural efímero en un "Bill Board" de publicidad.

Las premisas

Liberar el arte de lo artístico y liberar los objetos de la cotidianidad (poner los objetos bajo la luz de la pasión y hacerlos liberarse de su situación real-prisión, que pasen del reino de la necesidad al de la libertad: Libertad=lo imaginativo en el acto. Para Stendall y para Baudelaire, la belleza era sólo promesa de felicidad, la actividad artoral es tentativa directa de la felicidad, Un teatro de lo inmediato sin más mediaciones, "ya no es tiempo de ideas sino de hechos y actos" (BACUNIN). Es más evidente que los actores tienen por finalidad la verdadera práctica.

Con este resumen de las apreciaciones de Lambert, intento destacar que la actividad artística ha cambiado por las condiciones mismas que le impone nuestra sociedad no sólo de "status", sino de necesidades y formas, involucrándose en todas las actividades humanas, incluyendo las no directamente reconocidas como artísticas, volviéndose multidisciplinario y ecléctico, una de las características del arte actual, tocando necesariamente al diseño por proximidad, afinidad, origen y viceversa, con lo que quiero concluir que las obras de arte como las de diseño, cuando tienen la calidad de las que trascienden, se toca, aunque hay que reconocerlo, esto en la realidad rara vez sucede.

VI. LA IDEA DEL PROYECTO

A manera de anécdota

A mediados de 1988 yo, al igual que casi todo el mundo que conocía, estaba enfrascado en la idea de hacer una revista "diferente, buena, divertida y, sobre todo, original, verdaderamente novedosa", donde pudiera efectivamente llevar el diseño hasta sus últimas consecuencias; parecía que había llegado a ese momento generacional en el que todos querían, hacer una revista, como cuando se llega a una edad en que todos queremos una patineta, o todos queremos ser anarquistas y solamente se sentencia "ya se le pasará con la edad".

Particularmente, mi situación en este sentido era más comprometida, ya que yo no tenía el magnífico pretexto de los estudiantes de letras o veterinaria de "no saber como hacer una revista para no hacerla", puesto que era estudiante de la carrera de Comunicación Gráfica en la ENAP. Este detalle, además le daba un matiz especial a la idea de hacer una revista, dado que si había estudiado diseño, esta edición además, debía ser un proyecto editorial verdaderamente importante como eso mismo, como diseño, o por lo menos esa responsabilidad era la que sentía.

Mi intención era crear un proyecto editorial donde el diseño pasara a búsquedas y dimensiones más grandes, una revista con especial énfasis en su aspecto visual y en nuevas y más amplias posibilidades de lecturas para el diseño y que además fuera fácilmente financiable, debido a los modestos recursos con que contaba para realizarla.

En resumen, debía ser algo maravilloso y de a peso. Pero así es la teoría, destinada siempre a pelearse con la práctica, me dediqué a hacer un estudio de costos encontrando que el costo prin-

cipal de una revista lo absorbe prácticamente el papel, quedando los de impresión y negativos como costos bastante menos importantes y negociables, debido a las condiciones del mercado de ese servicio (no incluí en esta suposición los costos de diseño y formación que obviaba serian cubiertos por mí, ni los de distribución, de la cual desconocia todos los mecanismos). Buscando cómo disminuir el costo del papel, me encontré con que varias pape-leras o impresoras poseen papel de saldos o recortes que venden por menos de la mitad de los precios de lista, que en algunas ocasiones es posible adquirir por kilo e incluso regalado, con lo cual quedaba solucionado de manera conveniente el problema del papel, ya que podría contar con soportes que iban desde la opalina importada al papel de baño, pasando por todas las variedades de bond, los colores del ingres, las texturas del cultural, la acidez del guarro, las caras del cuché, los tonos del américa, etc., lo cual daba al diseño la posibilidad de aprovechar el carácter de cada soporte; el problema de la entrada en las máquinas de impresión se resolvía económicamente imprimiendo cada papel por separado, ya que por su peso, grosor y tamaño era imposible meter todo en una sola máquina, lo cual en realidad beneficiaba la idea estilística de la revista en cuanto al diseño, ya que me permitía un mayor soporte. Sin embargo, el verdadero problema es-tribaba en ¿cómo aglutinar todos esos impresos en un mismo formato con tamaños tan azarosos y diferentes? se necesitaba algo que pudiera aglutinar toda la información sin que ésta perdiera la intención antes mencionada, se necesitaba un contenedor, una bolsa, y con esa solución originada de un problema económico surgió la primera idea de lo que es hoy "Complot revista para armar", al tiempo de darle vueltas a la idea me di cuenta de que estando así la impresión y con un contenedor para agrupar la información se podía diseñar cada artículo por separado, de tal suerte que podrían hacerse volantes, pequeños posters, dipticos, tripticos, armables, ingeniería de papel, pequeños cuadernitos, biombos, etc., y todas las posibilidades que ofrece el diseño

!sobre cualquier soporte!, es más, podíamos llegar a introducir
(como ya se ha hecho) objetos en tercera dimensión.

VII. EL DISEÑO HASTA SUS ÚLTIMAS CONSECUENCIAS

En cuanto a diseño se refiere, la idea de lograr una publicación que tuviera especial énfasis en su aspecto visual y con amplias posibilidades para el diseño, fue siempre una de las grandes preocupaciones de la revista. La solución de un contenedor para la información resolvía muy ventajosamente esta necesidad, los problemas del formato, y permitía en el campo del diseño, una libertad TOTAL, ya que se podía manipular según las intenciones del diseñador el soporte, el formato, la impresión, etc., con lo que "Complot revista para armar" se volvió una publicación de gráfica en movimiento, donde cada impreso era diseñado de manera particular, con la intención de que tuviera una relación de lectura especial con el lector, en objetos que son enteramente del lector y su lectura al mismo tiempo.

El formalismo de "Complot revista para armar", entendido como una preocupación aplastante por la forma como contenido, no sobre éste. El "medio es mensaje", como diría Marshall MacLuhan "la forma", sólo que en el caso de "Complot" es su sustancia misma.

El predominio de la imagen sobre todas las otras percepciones por otra parte, no es un simple invento o pose de la revista, sino una situación enteramente real y cotidiana que podemos percibir en todas las sociedades, más en las que están altamente desarrolladas, donde el papel de los medios audiovisuales está íntimamente ligado a la vida diaria de los ciudadanos, es precisamente esta desmedida relación del individuo con las imágenes por encima de las otras formas de información y estímulos que puede recibir una de las características de la "post-modernidad". De ahí que nuestra preocupación por la imagen no sea un énfasis producto de una deformación profesional, sino que es la respuesta "estilística" congruente con nuestro momento histórico y nuestras necesidades de comunicación.

VIII. EL CRITERIO EDITORIAL

A partir del tercer número se planteó la necesidad de hacer la revista temática con el fin de darle una mayor unidad editorial, facilitar el trabajo de las colaboraciones y eliminar la dispersión de ideas que se provocan en las revistas sin tema, dando la sensación de una vigorosa y explosiva confusión, que inexplicablemente no nos gustaba. La revista desde un principio se planteó como un proyecto donde pudieran aparecer todo tipo de textos, desde ensayos hasta recetas de cocina, siempre y cuando cumplieran el ideal en diseño, lo importante en la revista no era exactamente qué decir, sino cómo decirlo, esta primera premisa es la de las más importantes dentro de nuestro criterio editorial. Seguidamente, aunque nuestra revista no es una publicación abiertamente de humor y consideramos que en ella caben artículos con cualquier actitud (como de hecho se han publicado), la realidad es que "Complot" es una revista de franca tendencia hacia el humor, resultado que proviene de una predilección de todos los que la hacemos, aunque cabe aclarar que no fue creada con ese fin, la natural tendencia ha convertido al humor en la "línea" de la revista.

IX. CONTENIDOS

Sus contenidos cambian según el tema y son completamente eclécticos y heterogéneos, según el lado por el cual se plantea abordar cada número, pueden ir desde recopilaciones, ensayos, cuentos, poemas, únicamente gráfica, artículos, crónicas, etc. Sin embargo, permanecen siempre algunas secciones que se han creado sobre la marcha y otras que surgieron con su nacimiento.

Dichas secciones son:

El Editorial: Donde la redacción de la revista plasma su opinión o aborda a manera de prólogo, el tema que nos ocupa en cada número.

El Directorio: En esta sección se trata de solucionar de manera congruente con nuestra revista, el problema de créditos y las especificaciones legales que debe llevar. Por el tratamiento especial que se da en cada número, la elevamos a nivel de sección.

El Hijo del Hueviedro (suplemento travieso y estúpido): Sección permanente de "Complot" con pasatiempos inventados por nosotros y caricaturas. Esta sección la consideramos la de "humor de la revista".

La Receta: Desde el número tres se acordó introducir una receta de cocina, tanto por las posibilidades en el diseño que ofrece una sección coleccionable como esta, como por que consideramos a la cocina como una de las partes más importantes de la civilización.

La Postal: Por la misma razón de carácter independiente y coleccionable de la revista, desde el número cuatro se viene publicando una postal, generalmente con algún tema de humor o una parodia de las imágenes de las postales.

La Nata

Aclatatoria: Comentario de la revista que apareció desde el número cinco.

Documento

Complot: En esta sección se entrega a los lectores credenciales, certificados, documentos, licencias, vales, cupones, etc., para funciones completamente absurdas, intangibles o imposibles, como fue por ejemplo un certificado de felicidad, una licencia poética tipo "B", un título de propiedad de terrenos en una de las lunas de Júpiter, una credencial que te permite quedarte con todas las corcholatas de los refrescos que consumas, una tarjeta de crédito que te permite que automáticamente te den crédito en todo lo que digas, etc. Esta sección comenzó a aparecer en el número cinco.

El Objeto en Tercera

Dimensión: Desde el número cuatro, y en la medida que nuestros recursos nos lo han permitido, hemos tratado de introducir en cada número un objeto en tercera dimensión o un contenedor extra como sobres, bolsas pequeñas, etc., que pensamos como "objetos especiales". Esos objetos en tercera dimensión pueden ser cosas como piedras, plásticos, charolas o

soportes especiales impresos como madera, latón, etc.

Sex Chop: A partir del número doce se viene haciendo una sección de implementos eróticos o sexuales con el sentido del humor característico de la revista.

Nuestro

Anuncio: Con el número once se introdujo un diseño especial que siempre cambie y que tenga un anuncio de la revista destinado a atraer clientes.

Concluyendo:

Línea de la revista:

Podemos decir que "Complot" es:

1. Una revista que se caracteriza por considerar el diseño como parte esencial de los contenidos.
2. Una revista de humor.
3. Una revista que aunque no aborda el tratamiento, explicación o investigación sobre el arte conceptual, produce este tipo de obra en cada número, no en valde es una "revista para armar".
4. Una revista temática con artículos de todo género con diversas secciones fijas.
5. Una revista-objeto que para su total comprensión, debemos entenderla y analizarla como un libro-objeto.

6. Una revista cuyo financiamiento se obtiene via publicidad y su distribución es gratuita.

X. DISTRIBUCION Y PUBLICIDAD

Al surgir la posibilidad real de hacer la revista, nuestros primeros problemas fueron básicamente dos: el financiamiento y la distribución. El primero se resolvía fácilmente con la búsqueda de anunciantes que compraran espacio, pero el segundo era un verdadero dilema; por un lado, los distribuidores exigen el 50% del precio de cada ejemplar como utilidad, los ingresos por venta de revistas son captados por los editores 3 meses después y el primer número debe ser regalado, además de que ningún distribuidor se quería hacer cargo de manejar nuestra revista, ya que por sus características se les hacía problemática de manejar y controlar y suponía una infraestructura de exhibidores y cuidados que no estaban dispuestos a asumir.

Por otra parte, las condiciones de la distribución eran leoninas para nuestra revista que, sin ningún capital para hacer una campaña publicitaria o un colchón económico que nos permitiera mantener el proyecto durante el tiempo suficiente como para que se hiciera de un espacio en el mercado de revistas, condenaba al proyecto a su inmediata desaparición, todo esto aunado al pequeño tiraje con el que se inició (dos mil ejemplares), era muy complicado y reducido para los distribuidores.

Por lo anterior, la única salida era la de darle una distribución sin los distribuidores convencionales, por lo que se utilizó un viejo sistema que ha funcionado muy bien para varias revistas y, que por el carácter objetual y extraño de "Complot", la hizo más atractiva para los anunciantes, la distribución gratuita, de tal forma que los mismos clientes que se anuncian se encargan de dársela a sus clientes como una galantería de sus establecimientos y se crea una cadena publicitaria muy interesante para el anunciante, ya que si en una pizzeria, por ejemplo, hay anuncios de

una tienda de ropa, en la tienda de ropa estará el anuncio de la pizzeria.

Ademas, al ser entregada a los clientes de cada establecimiento, asegura un determinado perfil económico del receptor final del anuncio, ya que si tiene poder adquisitivo para comprar artículos de esa tienda de ropa, también lo tiene para comprarse las pizzas del otro establecimiento, con lo cual se garantiza que el impacto del anuncio llega a consumidores potenciales reales. Por otra parte, debido a las características de nuestra revista, se puede decir que sus temas y tratamientos caen dentro de lo que conocemos como "revistas de estilo", es decir, publicaciones seguidas y buscadas sólo por determinado tipo de individuos que se identifican con su línea (ver: Vogue, Galimatias, Hola, Play Boy, Vuelta, etc.), así que la revista si bien no puede aspirar a determinados anunciantes que por su posicionamiento e imagen quedan impedidos de entrar a ella, cubre perfectamente las necesidades de muchos otros que, por así decirlo, son sus clientes naturales.

Convendría decir que "Complot revista para armar" está dirigida a jóvenes y gente relacionada con el arte y el diseño, preferida por aquéllos que gustan de los conceptos de vanguardia y de experimentar formas nuevas, que tiene como anunciantes directos todo tipo de establecimientos de servicios o productos relacionados con jóvenes, el diseño o el arte, las librerías y centros de cultura, pero que además ha tenido y tiene la posibilidad de anunciar cualquier cosa.

La política publicitaria de "Complot" se definió de la siguiente manera: los anuncios serían realizados por nosotros mismos, debido a las características de la revista y a la intención de conservar una unidad estilística en la edición, por lo que consideramos poco ético realizar la publicidad de dos anunciantes que se estuvieran compitiendo, es decir, si "Complot" anuncia una pizze-

ria, no podrá anunciar otra al mismo tiempo, pero sí cualquier otro establecimiento que venda comida, por ejemplo un restaurante de comida china, taquerías, pastelerías, etc.

Otra de las políticas de anuncios en "Complot" es que a cada anunciante se le presentan varias opciones de anuncios, donde él escoje el que desea, estos varían de precio según sus complicaciones técnicas y su elaboración de diseño, teniendo como precio base por anuncio trescientos cincuenta mil pesos.

Concluyendo:

1. "Complot" es una revista de distribución gratuita que vive de la publicidad.
2. La distribución corre a cargo de los mismos anunciantes, que la obsequian a sus clientes en sus establecimientos.
3. Es una revista, por sus características de "estilo", con predilección natural por cierta "franquicia" o clientes anunciantes que se identifican con su línea pero que puede anunciar cualquier producto, servicio o propaganda.
4. Los anuncios son realizados por "Complot" dadas las características de nuestro formato y nuestra política editorial.

XI. TAXONOMIA DE LA REVISTA

Una breve reflexión sobre la historia de la revista, anexando unas tablas comparativas que permiten, a través de cifras en algunos de sus aspectos más significativos, conocer la evolución de "Complot revista para armar".

XI.1. DESCRIPCION DE LOS NUMEROS DE "COMPLOTT REVISTA PARA ARMAR"

Para enumerar la evolución de "Complot" se analizará únicamente hasta el número 24, delimitando el espacio de estudio, ya que al ser una publicación mensual, en el momento en que aparezca publicado este trabajo seguramente existirán algunos números más, también con producciones interesantes de citar, que volverían interminable la investigación. Tómese entonces como referencia el número 24 (que a la vez es el de su segundo aniversario), como el límite que he decidido marcar para la comparación, descripción y valoración de los números, aunque incluya además en este trabajo algunos ejemplares posteriores. La revista núm. 24 salió a la circulación en la 2a. semana de junio de 1991.

XI.2. COSTOS

La primera revista fue publicada en julio de 1989 y tuvo un costo de 750,000 pesos, contando únicamente con dos patrocinadores "Sonido Zorba" y "Los Comerciales".

Con un tiraje de dos mil ejemplares, a partir de ese momento comienza el trabajo por conseguir más anunciantes para sostener la revista y abaratar los costos de producción.

EJEMPLARES (MILES)	NUMERO	COSTO	ANUNCIANTES
2	1	750,000	2
2	2	600,000	3
1.5	3	400,000	3
1.5	4	450,000	3
1.5	5	470,000	3
1.5	6	400,000	3
1.5	7	375,000	3
1.5	8	350,000	3
1.5	9	350,000	3
1.5	10	300,000	3
1.5	11	350,000	3
1.5	12	260,000	2
1.5	13	300,000	2
1.5	14	400,000	3
1.5	15	450,000	5
1.5	16	450,000	5
1.5	17	500,000	5
1.5	18	500,000	6
1.5	19	450,000	5
1.5	20	450,000	5
1.5	21	450,000	6
1.5	22	500,000	7
1.5	23	500,000	5
1.5	24	500,000	7

La historia de cada número tiene sus particularidades y, a pesar de que en el ejemplar pueden aparecer más anuncios de los que se contaron, únicamente estoy tomando en cuenta aquellos que si eran pagados.

Como puede verse, la revista por diversas razones, entre ellas la negligencia, se conservó catorce números con únicamente 3 anunciantes, y en la parte del financiamiento, hay que reconocer que para el primer aniversario (núm 12), estábamos exactamente igual que cuando empezamos, es decir, con 2 anunciantes. Aunque la revista efectivamente se costeaba con eso, no quedaba ni un solo centavo, teniendo muchas veces que sacrificar la calidad de la impresión y el papel para lograr costos bajos que nos permitieran ajustarnos al limitado presupuesto que nos ofrecían nuestros escasos anunciantes.

Durante el periodo del 10. al 12o. números, a pesar de que los anuncios fueron de diferentes patrocinadores y precios variados de 100,000 a 500,000 pesos, los anunciantes básicos fueron "El Hijo del Cuervo", "Mamma's Pizza" y la "Taco-Teca", sin contar que en no pocas ocasiones a estas mismas casas se les dio cortesías y créditos para que pagaran su anuncio, con lo que finalmente el fondo disponible cobrado en el número anterior tenía que ser utilizado para financiar el siguiente.

Durante el periodo que siguió del número 13 al 24, llegaron nuevos y poderosos anunciantes que sirvieron para mejorar nuestra situación financiera y comenzar a tener modestas utilidades, esos anunciantes fueron: "Librería Ghandi", "La Posta de Maricopa", "El Meson de la Guitarra", "Peña Gallos", "El Teatro de la Ciudad" y la tienda "Delishos".

Otro dato que hay que destacar es que a partir del tercer número la revista se redujo a mil quinientos ejemplares, que es el tiraje que tiene actualmente.

En estos momentos estamos empeñados en conseguir más anunciantes para lograr un mínimo de 10 patrocinadores por número, meta que nos permitirá una situación económica holgada para financiar la

revista, aumentar el tiraje y comenzar a pagar nuestro trabajo como diseñadores creativos, administrativos y productores, así como a los colaboradores.

XI.3. CONTENIDOS

Los contenidos de la revista han sido muy diversos y realizados en diferentes soportes, algunas de las "puntadas" que iban apareciendo fueron poco a poco adquiriendo el lugar como secciones, los anuncios, por otra parte, constituyen una sección dentro de los contenidos. Los textos diversos, tales como cuentos, crónicas, ensayos, etc., junto con las imágenes realizadas para cada número, son el resto del contenido.

Finalmente, el objeto en tercera dimensión, que es una de las preocupaciones básicas, debido a las peculiares posibilidades que ofrece su formato, crean en conjunto lo que uno puede encontrar cuando abre un ejemplar de "Complot".

"Complot", por decisión de sus productores (Antonio Garci, Carlos Martínez y Víctor Solís) es, a partir del tercer número, "temático", aunque siempre con espacios para contenidos que no necesariamente estén relacionados con la idea central del número.

La revista en cuanto a su lectura, está concebida modularmente, de tal suerte que cada parte es una célula autónoma y completa que forma parte de un todo que es ese número, en este sentido, la revista quedará totalmente armada (en la cabeza del lector) cuando terminen de leerse todas sus unidades, sin importar por cual se empiece. Debido a esto, cuando me refiera a la cantidad de artículos que aparecen en los números de "Complot", los mencionaré como módulos.

En la actualidad las secciones de "Complot" son once: El Hijo del Hueviedro (sección de humor, caricaturas y pasatiempos inútiles), la postal (postales realizadas con el humor y el espíritu de la revista), timbre (sellos postales impresos por "Complot"), el documento (sección de tarjetas, identificaciones, vales, concesiones, títulos y demás importantísimos papeles para hacer más sencilla y feliz la vida de nuestros lectores), sex chop (inventos para el "SoftWare" sexual, realizados por la revista), editorial (breve explicación del contenido, reflexión editorial sobre algún tema), directorio (créditos de la revista y especificaciones legales de la publicación), nata aclatatoria (manía editorial de Victor Solis), la receta (cómo se prepara un platillo), performance (impreso donde se requiere necesariamente de la acción para completar la lectura) y el objeto en tercera dimensión (también desde el número 12 de nuestra revista y se ha publicado principalmente dentro del módulo sex chop, aunque esto no siempre es así, ya que también se ha insertado en la sección de documentos, o como un artículo aparte sin que tenga que estar ligado con ninguna sección en especial, como en el caso del fragmento del Muro de Berlín que se entregó en el número 16, o puede estar en el espacio de publicidad como el botón para coleccionistas que obsequió "Peña Gallos" en el número 17).

Los artículos varían de acuerdo con la revista y algunos de ellos llevan lo que llamamos "post producción", ya que además de ser impresos y cortados requieren de doblez o de suaje especial, o de algún contenedor extra, como sobres o bolsas más pequeñas o simplemente un soporte especial.

Dentro de la sección de publicidad, al ofrecer a los anunciantes un abanico de opciones y de precios para su inserción en la revista, hace que trabajos publicados en este sentido se ajusten a lo que se acordó con el anunciante, teniendo ejemplos de volantes, dípticos, trípticos, armables, diferentes soportes, biombos,

etc. Más adelante encontrarán ejemplos de cada uno de los casos anteriormente citados.

XI.3.1. TABLA DE CONTENIDOS

NUMERO	TEMA	TABLA DE			3a. DI- MENSION
		MODULOS	ANUNCIOS	SECCIONES	
1	Sin tema	12	2	a, b, c	0
2	Sin tema	14	3	a	0
3	Rambo	16	3	a, b, c	0
4	Navidad	18	3	a, c, d, e, g	0
5	Gangsters	19	3	a, c, d, e	0
6	Ctos. infantiles	16	3	a, d, e, f,	0
7	Dali	17	3	a, b, c, e	0
8	Rock	16	3	a, b, c, f, g	0
9	El cine	17	3	a, b, c, d, e, f,	0
10	Patria	16	3	a, c, d, f	1
11	Batman	22	3	a, b, c, d, e, h	0
12	Aniversario	22	2	a, b, c, d, e, f, g, h, i	2
13	El amor	23	2	a, b, c, d, e, g, h, i	1
14	Sin tema	21	3	a, b, c, d, e, g, i	1
15	El pan	22	5	a, b, c, d, e, g, i	1
16	Oriente	25	5	a, c, d, e, f, g, i	1
17	La muerte	27	5	a, b, c, d, e, f, g, h, i	1
18	La mujer	29	6	a, b, c, d, e, f, g, h, i	1
19	Religión	27	5	a, b, c, d, e, f, g, i, j	0
20	Sadomasoquismo	26	5	a, b, c, d, e, f, g, h, i, j	1
21	La mosca	27	6	a, b, c, d, e, f, g, h, i, j	0
22	Chilangos	31	7	a, b, c, d, f, g, h, i, j	1
23	Lucha libre	25	5	a, b, c, d, e, f, g, h, i, j	1
24	2o. aniversario	25	7	a, b, c, d, e, f, h, i, j	2

- | | | |
|--------------|----------------|---------------------|
| a) editorial | b) receta | c) directorio |
| d) hueviedro | e) documento | f) nata aclatatoria |
| g) postal | h) performance | i) sex chop |
| j) timbre | | |

De la tabla anterior podemos concluir lo siguiente:

"Complot" a lo largo de su historia ha aumentado sus contenidos, o sea la cantidad de módulos por revista, hasta tener un promedio en estos 24 números de 23 módulos por ejemplar, es decir, 23 ideas.

Al mismo tiempo aunque no con la misma velocidad, ha incrementado el número de anunciantes. Con respecto a las secciones podemos decir que a partir del número 11 tenemos el primero con todas las partes integradas. El objeto en tercera dimensión aparece en forma de anuncio en los números 3 y 4, a través de un intercambio de inciensos por publicidad con la cada Hare Krisna, y vuelve a aparecer en forma de bandera en el número de la patria (10), pero hasta el número 12 es que se presenta como sección fija, con algunas excepciones en que por motivos de presupuesto no ha sido posible incluirlo.

Salvo en el número 14, la revista ha funcionado correctamente de manera temática, ya que con esto se logra darle una unidad tanto semántica como visual, en cada número se trabaja por proyecto.

XI.4. FORMA DE TRABAJO

Para su coordinación, la revista tiene un encargado por número y producción, que en el caso del diseño, generalmente un ejemplar es realizado por Víctor Solís y uno por mí, el número 19 estuvo bajo la dirección de Nuriván Galván, quien en el número 16 fue

declarado gran visir de la revista y actualmente es Director Ejecutivo de "Complot". La persona encargada del número, además de corregir las colaboraciones, debe diseñar el grueso de la revista, así como realizar las secciones con material que él produzca o con todos los materiales que le den, dejando siempre una carta o media carta para que el resto del equipo realice otros contenidos. Asimismo, debe realizar el pliego de color que al mismo tiempo es el de los anunciantes, la portada no necesariamente es su responsabilidad, ya que ésta se escoje a veces previamente y puede ser creada por otro integrante.

Para hacer "Complot" se ocupan cuatro cartas blanco y negro y una carta color, más las respectivas bolsas, objetos y elementos accesorios, según la concepción del ejemplar.

XI.5. EQUIPO DE TRABAJO

El equipo de trabajo de "Complot" estuvo integrado desde el principio por Antonio Garci, Carlos Martínez y Victor Solis. A partir del número 7 Núrivan Galván comenzó a colaborar de manera aleatoria, hasta que poco a poco se fue vinculando, cada vez más estrechamente con el proyecto, pero es hasta el número 11 que su participación se hizo constante, integrándose al Consejo Editorial a partir del número 17.

XI.6. COLABORADORES

Fuera de este equipo, el resto de las personas que participan en "Complot" son colaboradores que pueden participar de tres maneras: con texto, con un diseño o ilustración, o con texto y diseño.

Las limitantes respecto a la colaboración son, en el caso de los diseños, que no excedan de un formato doble carta y, en el caso

de los textos simples, que no sean mayores de una cuartilla, aunque estos requisitos son negociables de acuerdo con el proyecto que se nos presente, llegando a incluir colaboraciones en el pliego de color o con objetos de tercera dimensión.

En este sentido, hemos tenido una cantidad diversa de colaboradores por número.

XI.6.1. TABLA DE COLABORADORES

NUMERO	CANTIDAD DE COLABORADORES	NOMBRE
1	1	José Cuauhtémoc Rodríguez
2	2	Marlene Romo Yéssica Segundo
3	4	Ernesto Rico Nuriván Galván Karina Nájera Jorge Ayala Blanco
4	0	
5	0	
6	1	Jorge Ayala Blanco
7	3	Melquiades Herrera Rubén Valencia Nuriván Galván
8	3	Antonio Hurtado Nuriván Galván Roberto Escobar
9	2	Rodrigo Ayala Rosa Ma. Hernández
10	0	
11	5	Rosa Ma. Hernández Elsa Reyes Antonio Hurtado Melquiades Herrera Nuriván Galván

NUMERO	CANTIDAD DE COLABORADORES	NOMBRE
12	4	Marina Nájera Yéssica Segundo Antonio Hurato Roberto Escobar
13	2	Rosa Ma. Hernández Armando Vega Gil
14	0	
15	1	Alejandro Karam
16	2	Alejandro Karam Gustavo Vomed
17	3	Nuriván Galván Melquiades Herrera Roberto Escobar
18	1	Maris Bustamante
19	1	Melquiades Herrera
20	1	Elsa Reyes
21	1	Melquiades Herrera
22	1	Elsa Reyes
23	1	Alberto Gutiérrez
24	1	Melquiades Herrera

XI.7. COORDINACION Y DISEÑO

Referente al trabajo de diseño, la coordinación para realizar cada número ha sido la siguiente:

NUMERO	COORDINACION	PORTADA
1	Colectivo	Colectivo
2	Colectivo	Antonio Garci
3	Colectivo	Antonio Garci

NUMERO	COORDINACION	PORTADA
4	Victor Solis	Victor Solis
5	Antonio Garci	Antonio Garci
6	Victor Solis	Antonio Garci
7	Antonio Garci	Antonio Garci
8	Victor Solis	Victor Solis
9	Antonio Garci	Antonio Garci
10	Victor Solis	Victor Solis
11	Antonio Garci	Antonio Garci
12	Colectivo	Nuriván Galván
13	Antonio Garci	Victor Solis
14	Victor Solis	Antonio Garci
15	Antonio Garci	Antonio Garci
16	Antonio Garci	Victor Solis
17	Victor Solis	Nuriván Galván
18	Antonio Garci	Antonio Garci
19	Nuriván Galván	Antonio Garci
20	Victor Solis	Victor Solis
21	Antonio Garci	Antonio Garci
22	Antonio Garci	Antonio Garci
23	Victor Solis	Victor Solis
24	Colectivo	Colectivo

Total

Colectivos	4	2
A. Garci	10	13
V. Solis	8	7
N. Galván	1	2

Tengo que mencionar que, independientemente de quién diagramara, distribuyera los espacios o diseñara el grueso de la revista, el

trabajo de Carlos Martínez estuvo siempre presente en cada número, pues él se encarga del trabajo de tipografía para cada uno de los contenidos. Además de sus colaboraciones en texto y ocasionalmente imágenes, Carlos es también responsable oficial de la revista para escribir el editorial y el directorio de todos los ejemplares.

XI.8. PRODUCCION

Terminado el trabajo de planeación y diseño, comienza la producción. Esta labor consiste en sacar negativos del pliego de blanco y negro y la separación de color en el caso de los negativos para el pliego de la portada ("Complot" sólo ha trabajado hasta la fecha con separación de color). Acto seguido se llevan a la imprenta, los dos pliegos son diagramados en mosaicos irregulares que puedan ser cortados y seccionados en escuadras para pasarlos a las guillotinas industriales, donde después de la impresión se procede al corte de cada uno de los diseños. Esta etapa de producción incluye también el conseguir los contenedores (bolsas de pan) para el número, así como los elementos necesarios de cada revista como objetos de tercera dimensión, sobres, bolsas más pequeñas, pedazos de hilo, de tela, etc.

El siguiente paso, una vez que se tienen todos los elementos de la revista, es coordinar y mostrar a la gente que hace el acabado de la revista, como va cada diseño para que lo doblen, peguen, engrapen o introduzcan en algún otro contenedor, o le agreguen tal o cual cosa; cuando un diseño por sus características requiere de un tratamiento especial aparte de la impresión, un corte o doblado simple, pasamos al área de lo que denominamos postproducción.

XI.9. POSTPRODUCCION

Existen módulos dentro de todas las secciones de la revista que en ocasiones son diseñados en dobleces muy complicados, cortes fuera del alcance de las escuadras de una guillotina convencional o que requieran les sea agregado algún elemento en tercera dimensión, algún papel diferente o simplemente fueron pensados para un soporte diferente al que se ocupa para el pliego de blanco y negro y el de color. Estos diseños tienen que ser elaborados aparte y desde luego requieren de un trabajo extra.

Tal es el caso de las colaboraciones dentro de sobres ("Complot" 7, 11, 12, 18, etc), los objetos en tercera dimensión ("Complot" 12, 13, 14, 16, 20, 22, etc.) o suajes especiales ("Complot" 6, 7, 10, 17, 18, 19, 23, etc.). Más adelante pondré ejemplos de cada uno de estos acabados de producción.

XI.10. IMPRESION

En lo que se refiere al proceso de impresión, se ha cambiado varias veces de imprenta, principalmente por motivos de calidad, presupuesto y tiempo de entrega.

La primera edición fue realizada en una pésima imprenta, que tardó más de dos meses en entregarnos la revista y, además, ni siquiera pudo cortarla, teniendo desde entonces que ir probando en diferentes imprentas y, en ocasiones, aceptar el trabajo más barato en detrimento de la calidad, debido a la falta de recursos, en un intento por conservar la periodicidad que requerían nuestros anunciantes.

A partir del tercer número se decide emplear un pliego de blanco y negro de cuatro cartas y una carta de color.

NUMERO	B/N	B/N	COLOR		IMPRENTA
	CARTA	TINTA	CARTA	TINTA	
1	4	1X1	1	4X1	Esmeralda
2	4	1X1	1	4X1	Otra imprenta
3	4	1X1	1	3X1	Otra imprenta
4	4	1X1	1	2X1	Impresoco
5	4	1X1	1	4X1	Impresoco
6	4	1X1	1	2X1	Impresoco
7	4	1X1	1	3X1	Impresoco
8	4	1X1	1	3X1	Santo Domingo
9	4	1X1	1	3X1	Impresoco
10	4	1X1	1	3X1	Santo Domingo
11	4	1X1	1	3x1	Impresoco
12	4	1X1	1	2x1	Santo Domingo
13	4	1X1	1	2x1	Imprenta López
14	4	1X1	1	2x1	Imprenta López
15	4	1X1	1	3x1	Imprenta López
16	4	1X1	1	2x1	Imprenta López
17	4	1X1	1	2x1	Imprenta López
18	4	1X1	1	2x1	Imprenta López
19	4	1X1	1	2x1	Imprenta López
20	4	1X1	1	3x1	Imprenta López
21	4	1X1	1	2x1	Imprenta López
22	4	1X1	1	3x1	Imprenta López
23	4	1X1	1	3x1	Imprenta López
24	4	1X1	1	4x0	Imprenta López

Total de números de color realizados a 4x1: 3
 Total de números de color realizados a 4x0: 1
 Total de números de color realizados a 3x1: 10
 Total de números de color realizados a 2x1: 10
 Número de veces que "Complot" ha cambiado imprenta: 10

XII. CONCLUSIONES GENERALES

"Complot revista para armar" ha pasado por diferentes momentos y crisis, tanto económicas como de tiempo para poder cuidar y hacer la revista, por lo que en algunos números el resultado, debo reconocerlo, no ha sido igual y en algunos momentos el ideal de diseño hasta sus últimas consecuencias no se ve, habría que hacer un análisis exhaustivo de los impresos, número por número, para hacer una crítica realmente justa de la revista.

En efecto, "Complot" ha tenido números de menor calidad (con todo lo relativo y ambiguo de este término al aplicarse a un proyecto como el nuestro), que por diversas circunstancias primordialmente económicas y de organización interna, han afectado a la revista. Sin embargo, en general y en la mayoría de los ejemplares, se ha logrado lo que se deseaba y en muchos sentidos la revista se ha superado, y continúa teniendo la rebeldía y espíritu de vanguardia con que se inició, pero para un mejor análisis conviene revisar los puntos anteriormente citados de su estructura y compararlos con la práctica.

XII.1. OBJETIVOS

El principal objetivo es producir una revista lúdica que supere las limitaciones actuales, empleando los medios convencionales y ampliando al máximo las posibilidades de creación del arte y el diseño.

"Complot", con algunas altas y bajas, ha cumplido esta función, ya que si bien ha permanecido con un excelente sentido del humor, por problemas económicos y del tiempo con que se cuenta para hacer la revista (ya que por motivos de trabajo ninguno de los que la elaboramos podemos dedicarnos a ella de tiempo completo) y algunas desagradables sorpresas con los impresores, tres números

han tenido una calidad menor comparada con el número que les precede, es decir, han representado una involución en el proyecto. Sin embargo, creo que "Complot" es hoy por hoy el proyecto más ambicioso en cuanto a experimentación del diseño editorial que hay en México y en general ha cumplido cabalmente con los planteamientos que la crearon, no por nada fue seleccionada para el Salón de Espacios Alternativos del Museo de Arte Moderno en 1989, dándosele un reconocimiento como obra de arte, quedando no como una revista de arte, sino como una "revista-arte" (se anexa constancia).

XII.2. PUBLICIDAD

La publicidad como objetivo permite financiar el proyecto, ofreciendo a cambio el atractivo de una forma de vanguardia.

En este sentido, la introducción de la publicidad a un proyecto de esa naturaleza es una audacia inusitada en un medio donde la publicidad siempre había sido satanizada y vista como enemigo de la creación y la libertad, consciente de que esto era solamente un prejuicio recurrimos al apoyo publicitario, que respondió a nuestro ofrecimiento muy favorablemente también con altas y bajas, dependiendo de los recursos, situación y planes de promoción de nuestros anunciantes y aunado a nuestra, en ocasiones, falta de constancia para seguir el proceso del financiamiento publicitario, podemos decir que nunca, desde que apareció el primer número, ha faltado de donde obtener recursos para hacer la revista.

Esto, hay que señalarlo, no ha sido fácil, pero es un precedente verdadero y positivo de que las formas de vanguardia pueden apoyarse en la publicidad de manera mutuamente benéfica, sin perder en ningún momento ni su dignidad ni su esencia, al contrario, así asegurar su periodicidad, única manera en la que un proyecto editorial puede dejar huella.

XII.3. LECTORES

A lo largo de más de 24 números, y podemos decirlo con absoluta certeza, "Complot" ya tiene un público, tanto de anunciantes como de lectores comunes que buscan y siguen la revista, principalmente entre jóvenes y gentes relacionadas con el diseño y el arte en general.

Esto se debe a la constancia de la revista desde luego, y a que "Complot" no ha cambiado de línea ni de tono desde que apareció.

XII.4. CARACTERISTICAS EDITORIALES

El formato mecánico de "Complot" es: un contenedor de papel que lleva pegada una portada. En su interior se incluyen diferentes diseños en cuanto a formato, contenido y material.

Nuestra revista, a pesar de todos los problemas, el escepticismo y el desaliento que nos hacían llegar diferentes personas relacionadas o no con el medio, NO ha cambiado y se sigue haciendo partiendo del mismo principio desde el número uno hasta la fecha, ya que pensábamos que un concepto revolucionario y sólido, tarde o temprano debería triunfar, como de hecho ha ocurrido.

El contenido editorial

La revista es temática por número (a partir del número tres) y existen secciones fijas que le dan unidad (algunas secciones nacieron con el primer número y otras se han desarrollado a lo largo de su existencia).

En este punto, la revista se ha enriquecido dialécticamente en cada número, creando nuevas secciones y abundando más en el uso

del medio como mensaje, en el uso del diseño y la imagen como arte sustancial del contenido.

XII.5. PERIODICIDAD MENSUAL

Debido a problemas de financiamiento, de organización, falta de experiencia de los responsables de aspectos como diseño e impresión y problemas con los impresores, "Complot" ha tenido un retraso total de 6 meses en toda su historia, lo cual consideramos un verdadero éxito tomando en cuenta las amplias posibilidades que teníamos de no sacar el segundo número por las condiciones tan modestas en las que se realiza.

Actualmente tenemos una periodicidad mensual regular y un colchón tanto editorial como económico que nos permite asegurar nuestra salida puntual.

XII.6. TARIFAS DE PUBLICIDAD

El costo básico de anuncio es de 350,000 pesos. Por las características de la publicidad el costo puede variar siempre en aumento, según el tamaño, soporte, impresión, etc.

Nuestro absoluto desconocimiento inicial del aspecto comercial de la revista, nos ha hecho cambiar varias veces los precios de publicidad, habiendo comenzado sólo con 2 anunciantes de los cuáles a uno se le cobrarán 750,000 y al otro solamente 150,000. En la actualidad nuestra política de publicidad es la mejor solución para atraer clientes con tarifas atractivas y cobrando con justicia cuando el anuncio requiere de mayor precio.

XII.7. TIRAJE

El tiraje de la revista ha variado en diversos momentos de su

existencia, empezando con 2,000 ejemplares, bajando más tarde a mil, hasta llegar al tiraje actual de 1,500 ejemplares. Esos cambios de tiro han sido producto de la situación económica y responden directamente a nuestra capacidad de producción y a la demanda.

XII.8. CONCLUSIONES

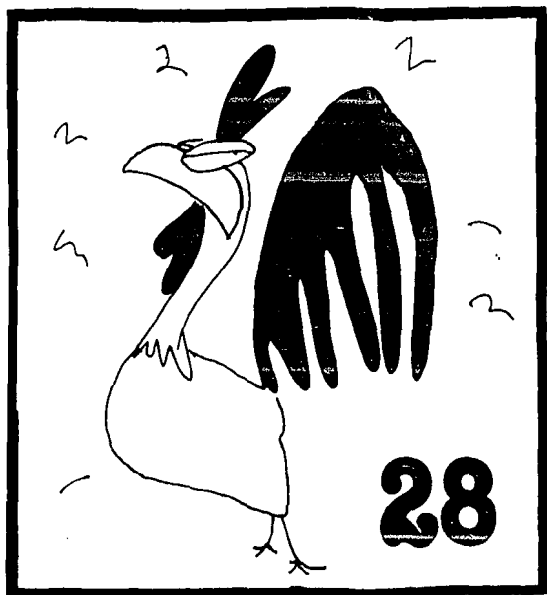
1. La revista no ha cambiado su idea desde que fue concebida hasta la actualidad.
2. Diversas eventualidades han hecho que algunos números de "Complot" (3) sean inferiores en calidad al número anterior, pero en general podemos sentirnos orgullosos de como se ha desempeñado la revista en la búsqueda de nuevos caminos dentro del diseño y la obra conceptual, aunque falta mucho para llegar a lograr el número ideal.
3. Ha creado un público propio.
4. Ha adecuado su tiraje, contenidos y tarifas a sus intenciones, experiencias y demanda.

XIII. ANEXOS

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

COMLOT

REVISTA PARA ARMAR



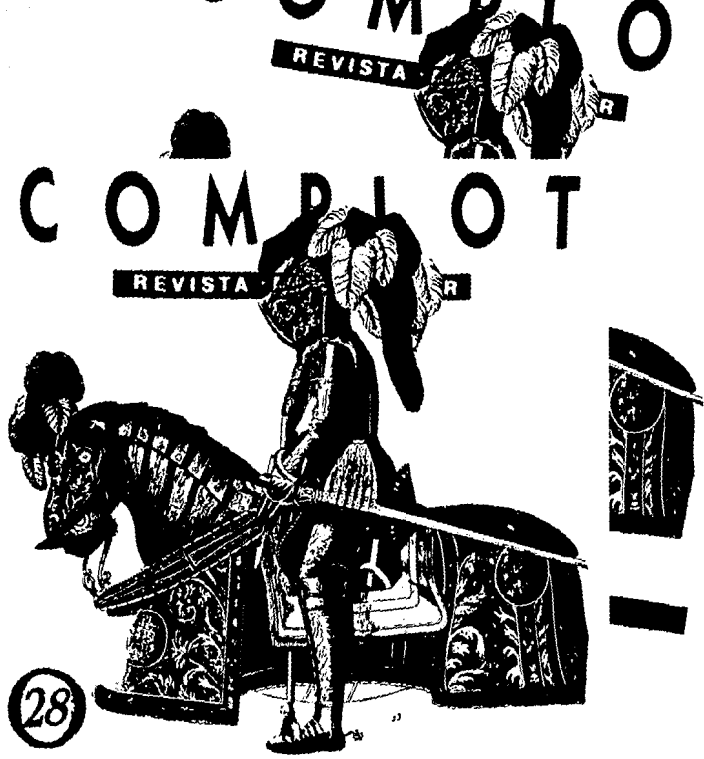
no requiere baterias para su funcionamiento

COMPILOT

REVISTA

COMPILOT

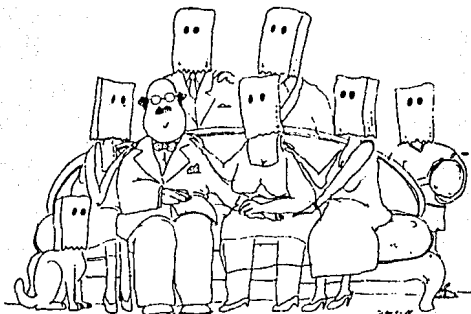
REVISTA



28

no requiere baterias para su funcionamiento

DIRECTORIO



COMLOT

REVISTA PARA ARMAR





Receta medieval

Dragón relleno de unicornio
en salsa de mandrágoras

Ingredientes

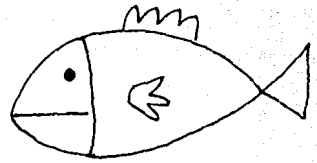
Medio dragón ahumado
(cinco toneladas, aprox.)
25 unicornios bien molidos
(fjese que tengan el cuerno
fresco)
0,0003 grs. de mandrágora
(no olvidemos que es una
hierba muy fuerte)



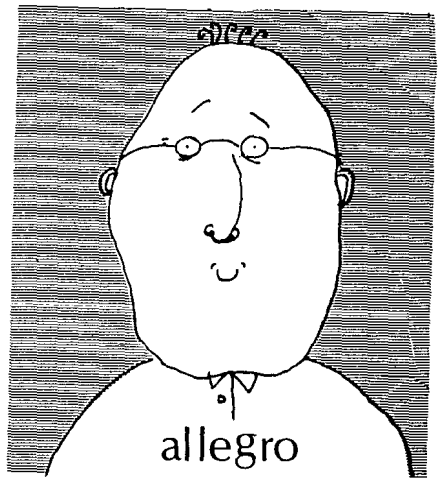
Caballero hospitalario

MPL0T28

no



somos



allegro

COMPLOT
te regala un
pedazo de la
camisa de
Sting

que jamás se ha puesto



COMPLOT 27





NATA ACLATATORIA

En Complot, fieles a nuestra naturaleza, estamos a favor de la vida. A todos nos gusta respirar. Aire fresco de preferencia, libre de gases asfixiantes (como el AGmg, *Antonio Garci mortal gas*), por ejemplo). Por lo mismo, nos preocupamos por que haya el suficiente oxígeno en nuestras páginas, además de que los textos que aparecen tengan suficiente aire y, no sólo eso, como complemento perfecto y en apoyo a la

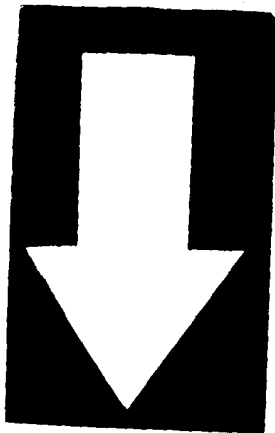
XIII.8. DOCUMENTO

Cédula de protección para el hogar
de COMPLIT, con aprobación
escolástica y de la santa CD

Imagen del Señor de los Baños



Dí al demoño, "Demoño, no entres" y
cuéntaselo a quien más confianza le ten-
gas.



Usted tiene sangre azul



XIII.9. TIMBRE





sex chop



MEXICO
2.50
Dia
Mundial
de los
Hombres
Gordos
Punto Cuatro

Hoy
dia
nacional
de
El Chato

80
CENTOS
MEXICANOS

Zona Rosa

50 aniversario de eso

MEXICO 50 CENTOS

Mesón de la Guitarra
Av. Felix Cuevas 332

gandhi

Libros, discos, arte, café

M.A. de
GUAYABO
128

Los únicos gallos que
ponen huevos

Peña Gallor
Av. Revolución 736

80
CENTOS

Beatlemania

Liverpool Pub

80
CENTOS

MEXICO \$1.00

el hijo del cuervo

FALSA de MEXICO

Jardín Canlenario 17,
Coyoacán

OZONO

40
CENTOS

COMPLIT

MEXICO

EL
TEATRO
DE LA CIUDAD

1.40

Monumentos históricos

MEXICO \$1.00

Notas Department

Coverabulas 60

ARTE Y CIENCIA DE MEXICO
CIENTIFICOS CONTEMPORANEOS

Doctor Chunga

MEXICO 1.60

pa
40

Fresas

VERSARIO

NUMERO ESPECIAL

Los autógrafos huellas
digitales de los
fundadores de COMPLIT

México \$67
Correos

Victor Soff

Los autógrafos huellas
digitales de los
fundadores de COMPLIT

México \$62
Correos

Carlos Martínez

Edición Limitada

Los autógrafos huellas
digitales de los
fundadores de COMPLIT

México \$67
Correos

Antonio Gard

Edición Limitada

XIII.13. COLECCIONES VARIAS

XIII.14. EL HIJO DEL HUEVIEDRO



SUPLEMENTO LIGHT, ES DECIR, NOCIVO PERO DIETETICO

EL HIJO DEL
HUEVIEDRO

✱

XIV. CONSTANCIA DE LA SEP

XV. BIBLIOGRAFIA

- 1/ Argüelles Edmundo. Escribir Cansa, La Industria Editorial. El financiero. México. Agosto 25 1990.
- 2/ Janjigian Robert. High Touch, The New Materialism in Desing. Editorial E.P. Dutton N.Y. 1987.
- 3/ Madonna. Material Girl. W.B. Records. 1984
- 4/ Lambert Jean Clarence. La Pintura Abstracta. Historia General de la Pintura. ed. Aguilar. Tomo XXIII, Madrid, 1968.
- 5/ Herrera Melquiades. El Performance ¿Tradición, Moda, Publicidad o Arte? UNAM/ENAP. 1990.
- 6/ Paz Octavio. Marcel Duchamp. ed. Era. 1968.
- 7/ Bustamante Maris. Textos para la Acción Cultural-El Ojo y el Cerebro Juntos para Producir el Pensamiento Visual. Septiembre 1989.
- 8/ Autores varios. Hombre Creación y Arte. Enciclopedia Británica. Tomo II. El Arte Gestual. ea. edición. Barcelona 1983.
- 9/ Pierre José. El Futurismo y Dada. Tomo XX (cita 4).
- 10/ López Rangel Rafael. La Cultura Material. Antología de la Dirección de Promoción Cultural de la SEP. 1988.
- 11/. Autores varios. Diccionario Planteta de la Lengua Española Usual. Eed. Planeta. Barcelona 1982.

- 12/ O'Higging Eduard. Teorías de la Cultura y Métodos Antropológicos. ed. Anagrama. Barcelona 1981.
- 13/ Porsent Clara. Memoria del 60. ENEDI-UNAM. 1988
- 14/ Acha Juan. pLo Estético y lo Artístico. Introducción a la Teoría de los Diseños. ed. Trillas. México 1988.
- 15/ Levéque Jean Jaques. El Libro-Objeto. Arte Total. Selección de Textos de la Revista Opus Internacional. ed Era. México 1974.
- 16/ Herrera Melquiades. Galeria Itinerante del Maestro Melquiades Herrera, Diseñada por Nuriván Galván. Revista Complot. Núm. 17. México 1990.
- 17/ Lambert Jean Clarence. El Partido de los Objetos. Arte Total. (cita 15).
- 18/ Pierre José. El Surrealismo. Historia General de la Pintura. Tomo XXI. Cita (4).
- 19/ Menant Nicole. Pintura Islámica e India. Historia General de la Pintura. Tomo XXVI. (cita 4).
- 20/ Gall Francois. La Pintura Galante. Fondo de Cultura Económica. México 1953.
- 21/ Ferrer Eulalio. La Historia de la Publicidad, cita de la revista "El Publicista". Agosto-septiembre 1989.
- 22/ Herrera Melquiades. Arte y Diseño Gráfico desde un Punto de Vista Unificado. Tesis inédita.

- 23/ Autores varios. Revista Arquitecto. Facultad de Arquitectura de la UNAM. Década de los setentas. varios números.
- 24/ Entrevista personal. Marzo de 1989.
- 25/ Entrevista personal. Junio de 1989.
- 26/ Volpi Orlandini Marisa. El Arte Probre, Arte Total (cita 15)
- 27/ Romero Luis. Todo Dali en un Rostro. Ed Blume. Barcelona 1975.
- 28/ Autores varios. El Arte del Siglo XX, 1959-1990. Editorial Salvat. Barcelona 1990.
- 29/ Autores varios. Edición especial de textos con respecto a esta corriente, que en agosto de 1983 publicó la sección cultural del periódico "El Dia" en su suplemento "El Gallo Ilustrado". México.
- 30/ Cristian Zentner. Grandes Guerras de Nuestro Tiempo-las Guerras de la Postguerra. Tomo IX. Editorial Bruquera. Barcelona 1978.
- 31/ Le Parc Julio. Desmitificar el Arte. Arte Total (cita 15)
- 32/ Bustamante Maris. Alternativas de las Artes en su Relación con el Diseño. UAM Azcapotzalco. México 1987.
- 33/ Sureda Juan. Pablo Picasso.-Forjadores del Mundo Contemporáneo. Tomo III. Editorial Planeta. Barcelona 1989.
- 34/ Clarence Lambert Jean. Los Artiores Para Entender Mejor los Cambios en el Arte. Arte Total (cita 15).