



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE  
ARTES PLASTICAS

"ANIMACION DEL LOGOTIPO DE LA FILMOTECA  
(DIRECCION DE ACTIVIDADES CINEMATOGRAFICAS)  
DE LA UNAM"

LIBRO DE  
ENCARGOS  
M. C. ...  
...

T E S I S

Que para Obtener el Título de:  
Licenciado en Diseño Gráfico

Presenta:

MARIA PATRICIA VAZQUEZ LANGLE

1 9 8 9

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



## **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.

## I N D I C E

### INTRODUCCION

#### CAPITULO I

1. El Diseño	1
2. Antecedentes del Diseño Gráfico en México	2
3. La Comunicación Visual	26
3.1 Medios Masivos de Comunicación	34
3.2 El Cine	35
3.3 Identidad o Imagen Corporativa	36

#### CAPITULO II

1. El Cine de Animación	48
2. La Animación en México	52
3. La Realización de una Película de Animación	58
3.1 El Uso de la Animación en Logosímbolos o Logotipos en T.V.	64

#### CAPITULO III

1. Dirección de Actividades Cinematográficas	68
2. Estructura	79

#### CAPITULO IV

1. Animación del Logotipo de la Filmoteca de la UNAM	90
2. Proceso de Realización	92
A. Guión	98
B. Story board	102
3. Anexos	114

EPILOGO

125

---

BIBLIOGRAFIA

126

---

## INTRODUCCION :

Es ya avanzado el siglo XIX cuando el horizonte del registro de las imágenes se amplía con la invención de la fotografía y, después, del cine, medios que impulsan el tránsito de la comunicación a través de la palabra escrita hacia la comunicación visual.

Gracias a los notables adelantos técnicos en la gestación, el registro y la reproducción de la imagen fotográfica se llega a la invención del cinematógrafo. El perfeccionamiento de éste favoreció el desarrollo del dibujo animado, género que alcanzó un estatus privilegiado a nivel mundial gracias a la participación de diversos artistas plásticos, y a la técnica casi perfecta desarrollada por el popular Walt Disney. Después de la segunda guerra mundial los realizadores de películas de animación se convirtieron en exponentes de una época convulsionada por la crisis, pero a la vez innovadora en el campo plástico-gráfico del film.

En los años cincuenta, con la utilización de la electrónica (televisión, computadora, video) para la creación de dibujos animados, se abrieron campos diversos para las artes gráficas. De este modo nos familiarizamos con el uso de la animación en los títulos, las introducciones de genéricos, los anuncios y las presentaciones de logotipos.

La imagen gráfica-electrónica se ha convertido en una forma importante de expresión en nuestra sociedad, que determina en gran medida --

nuestra manera de pensamiento por la influencia de su información visual.

El presente trabajo, dividido en cuatro capítulos, trata del uso de la animación en el diseño gráfico como un recurso que, relacionado con la imagen, contribuye a reafirmar la personalidad de una institución, en este caso la Filmoteca de la UNAM. El primer capítulo está dedicado a la concepción del diseño, a la evolución del diseño gráfico en México y a la comunicación visual como un elemento fundamental para el estudio de las formas específicas de expresión icónica en cada período histórico. Se establece cómo percibimos el entorno, la clasificación de los principales mensajes según los canales artificiales que son utilizados, el papel del diseñador gráfico en el proceso de la comunicación visual y el uso de los medios de comunicación, en particular el cine de animación y su relación con la identidad corporativa.

El segundo corresponde a los orígenes del cinematógrafo relacionados con la animación, al desarrollo de la animación en México, al estudio de los factores que intervienen en la realización de una película animada y al uso de ésta en logosímbolos o logotipos en la televisión.

El tercer apartado está dedicado a la Filmoteca de la UNAM, su definición, sus orígenes y su situación actual.

Este trabajo se pudo realizar gracias a mi experiencia laboral duran

te un tiempo en la Fílmoteca y a la constante colaboración con la dependencia; además a la investigación hemerográfica y a las entrevistas que sostuve con funcionarios actuales. Lo anterior permitió ver de cerca los problemas de identidad que tiene la institución, y determinar que la proyección continua de material fílmico es, de todos -- los servicios que presta, por el que más se le identifica. Por ello, y considerando que ni en el edificio que la acoge, ni en las salas, ni en los cine-clubes, ni en las taquillas, ni en los boletos, se encuentra el logotipo de la Fílmoteca, se pensó en él como soporte para reforzar la imagen de la dependencia universitaria.

El último capítulo muestra la realización de la animación del logotipo de la Fílmoteca de la UNAM planteando los problemas inherentes al logotipo ( empastamiento, deformación, movimiento, escenografía, etc), y las consideraciones para su proceso, el desarrollo del guión y los dibujos básicos para el story board. Finalmente se presenta una sección de anexos, que incluye una terminología mínima y textos e imágenes que complementan el trabajo, pero que por cuestiones de funcionalidad se agregaron en esta parte final.

CAPITULO I

1. EL DISEÑO: DISEÑO GRAFICO

2. ANTECEDENTES DEL DISEÑO GRAFICO  
EN MEXICO .

3. LA COMUNICACION VISUAL

3.1 MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION

3.2 EL CINE

3.3 IDENTIDAD O IMAGEN CORPO-  
RATIVA .



## 1.- EL DISEÑO : DISEÑO GRAFICO

La finalidad de los medios de comunicación visual es la producción de satisfactores gráficos, resueltos mediante imágenes y textos, para proporcionar información.

El diseñador gráfico ha de manejar la composición, la forma, el formato, el color, la medida y la tipografía, y considerar los medios en que un mensaje será reproducido, el lugar donde va a estar expuesto, etc., para que influya en los modos de ver, sentir y percibir -- con que el hombre se relaciona en la sociedad.

Wai-cius Wong nos dice que " un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de " algo " ya sea esto un mensaje o un producto. Para hacerlo fiel y eficazmente, el diseñador debe buscar la mejor forma posible para que ese " algo " sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser sólo estética sino también funcional, mientras refleja o guía el gusto de su época." (1). Como muestra del nivel cultural de un país, un buen diseño tiene un valor en sí mismo y su lugar de contemplación no es un museo o una galería, sino la calle, la casa, la ciudad; estos son sus soportes, son aquello que lo sostiene, le da vida y lo destruye.

La transformación del hombre a lo largo de los períodos históricos le a llevado a enfrentar sistemas sociales y modos de vida diversos, para lo que ha creado todo lo necesario: vivienda, vestido, herra-

mientas, utensilios, transporte, ciudades, etc.

En el capitalismo la división del trabajo ha conducido a un alto grado de especialización y mecanización que, en la actualidad, restringe el conocimiento exclusivamente a la disciplina en la cuál se forma al individuo. Esto ocurre también con el diseño ( del lat. designare: delinear, dibujar alguna cosa ), actividad relacionada con diferentes campos profesionales, correspondientes a diversas ramas de la producción, en las que crea satisfactores a partir de la demanda del mercado en el que se ha especializado. Surgen así el diseño industrial, el diseño gráfico, el diseño arquitectónico, etc.

El complejo sistema capitalista y su sociedad de masas ha requerido de múltiples satisfactores, y la comunicación ha jugado un papel muy importante. Ha sido necesario ir adecuando los medios de comunicación a las necesidades históricas. Grandes inventos como la imprenta, la fotografía, la radio, el cinematógrafo, la televisión, el video y la computadora, hoy en boga, han alcanzado un grado de complejidad tal que se convierten en un reto al intelecto, no sólo en el aspecto técnico, sino también en el creativo.

## 2. ANTECEDENTES DEL DISEÑO GRAFICO EN MEXICO

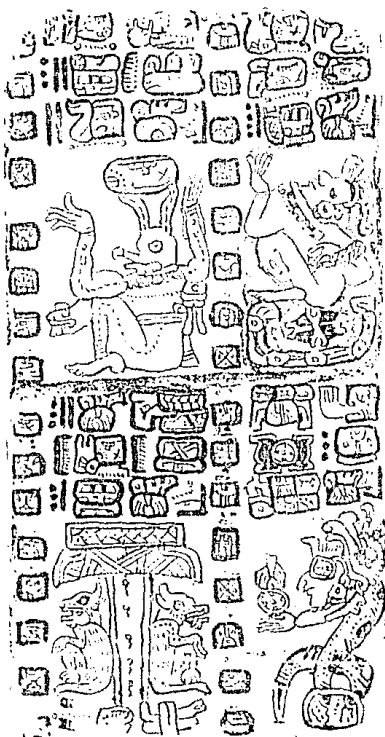
Algunos periodos de la historia del México antiguo se sustentan en " el recuerdo de su pasado, la tinta negra y roja de sus códices, era la tea y la luz, la norma y la guía que hacía posible encontrar el camino y mantener en pie, no ya sólo la ciudad, sino paradójicamente

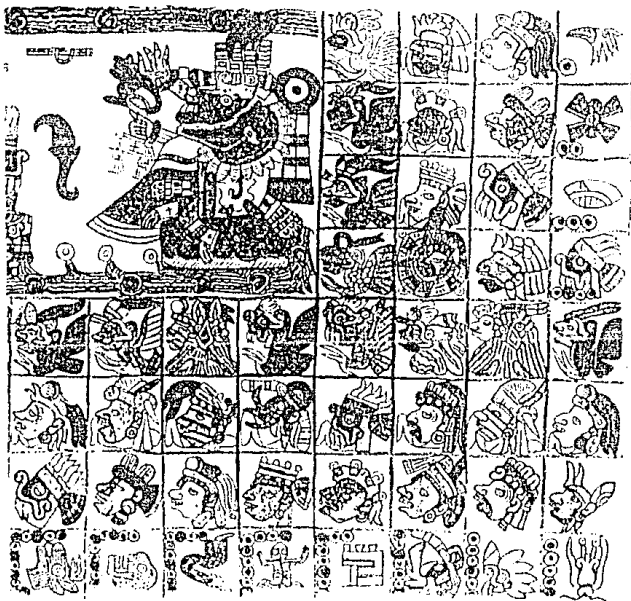
la tierra misma." (2). Los relatos (narraciones de mitos, de largas peregrinaciones, de dioses, de hombres, etc.), heredados de generación en generación, transmiten un pensamiento cósmico plasmado en una gran obra pictográfica: libros pintados o códices que:

" Son testimonios documentales de las culturas más avanzadas de México: la Maya, la Mixteca y la Nahuatl. Están pintados sobre papel amate, pieles de venado o de jaguar, dispuestos en largas tiras plegadas y pintadas por ambos lados, gracias a un barniz blanco sobre el cual se hacían los dibujos y se aplicaban los colores.

El conjunto de pliegos se protegía con tapas de madera. Su sistema de representación y de escritura es principalmente pictográfico, con imágenes estilizadas de dioses, gobernantes, personajes animales y plantas, astros, edificios, aspectos de la naturaleza y objetos; ideogramas, con representaciones convencionales de ideas; con algunos elementos fonéticos que expresan sonidos; con indicación de números y fechas calendáricos; con jeroglifos para designar nombres de personajes y de lugares; y con un sistema complejo y preciso que da significación a los colores, a los rumbos y a las posiciones " (3). Los lienzos y los mapas pintados en piel curtida y papel amate que datan del siglo XVI son de una belleza tal en su diseño, trazo y colorido, que nos dan una muestra clara de la maestría de los tlacuiles, o dibujantes indígenas.

Occidente de la Península de Yucatán.  
Prehispánico (posiblemente del siglo XIV de nuestra era).  
Papel de amate plegado en bicombo; 56 hojas de 20.6 x 12.2 cm.  
Museo de América, Madrid.





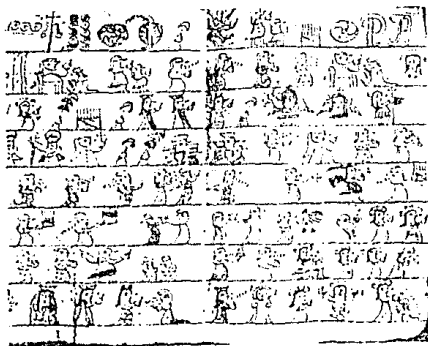
Tonalámatl de Aubin ( primera mitad del siglo XVI, papel amate; 18 hojas de 24x27 cm.), Biblioteca Nacional, París.

Las pintaderas o sellos de barro cocido fueron empleados para imprimir en cerámica, tela, papel, etc. y según Jorge Enciso " Estos se fabrican para dos usos diferentes: estampar con color o imprimir en relieve. Se estampaban sobre la piel, como adorno, como distintivo o para identificación; sobre la tela de los trajes, papel, etc.: como ornamento según los ritos y costumbres. Se imprimían en relieve para aplicar ornatos en la cerámica o directamente en su alfarería pa-



en el proceso formativo de mestizos y criollos, básicamente a través de la impresión de textos evangélicos y educativos ( gramáticas, diccionarios, teologías, filosofía etc.). Respecto a los primeros impresos, Francisco Díaz de León dice " El empleo de la madera en los primeros libros mexicanos del siglo XVI consistió, sobre todo, en escudos de órdenes religiosas, en bandas decorativas, letras capitulares y frontispicios compuestos en secciones, semejantes a los llamados - libros de horas europeos." (5). No obstante Paul Westheim, en su libro "El grabado en madera", da cuenta de la hasta producción de naipes en la época de los virreyes.

En el siglo XVI los españoles aprovechan la habilidad indígena para el dibujo, desarrollada con la tradición del manuscrito pictórico, - para la reproducción de los modelos o estereotipos europeos, muestra de ello son el Catecismo Gómez de Orozco, el libro de las oraciones etc.



Libro de oraciones ( siglo XVI, 11 hojas de 15.6x11 - cm. ), Biblioteca Nacional de Antropología e Historia D.F.

En el siglo XVII el uso de la imprenta, se propaga por toda la Nueva España. Y para finales del siglo XVI, además de la xilografía, empezaba a practicarse el grabado en metal: al aguafuerte y a la talla dulce (6), facilitando aún más la impresión de la hoja gráfica, u hoja volante, que va a circular irregularmente informando sobre los sucesos más sobresalientes de la época; de esta manera nace la primera publicación de carácter histórico-científico llamada el " Mercurio Volante ", editada por Don Carlos de Sigüenza y Góngora.

TRIUMPHO  
PARTHENICO  
QUE  
EN GLORIAS DE MARIA,  
Sanctísima y singularmente concebida, celebre  
la Pontificia, Imperial, y Regia  
Academia Mexicana  
En el templo, que se conserva de ella en la ciudad  
EL DOCTOR DON JUAN DE NARVAEZ,  
Tutor General de la Santa Cruzada en el Archobispado de  
Mexico, y el primer Cofundador de la misma Academia  
Escritura.  
DESCRIBIENDO  
*D. Carlos de Sigüenza y Góngora,*  
*Académico, y en ella Catedrático propietario*  
*de Matemáticas.*



EN MEXICO Por Juan de Rivera, en el Empedrado.  
MDCCXXXIII.

Triumpho Parthenico..., de Carlos de Sigüenza y Góngora, publicado en 1683.





En el siglo XIX ocurren grandes acontecimientos políticos: la Independencia, la Reforma y la primera etapa del porfiriato, que repercuten en un considerable aumento de la producción de textos propagandísticos, muchos de ellos clandestinos y efímeros, realizados con sistemas artesanales, con improvisadas prensas portátiles y en modestos talleres de provincia; notables ejemplos son "El Despertador Americano" y "El Ilustrador Nacional". Contemporánea de éstos fue la primera publicación cotidiana, el "Diario de México".

Años después múltiples y variadas publicaciones se ven favorecidas por la llegada de las primeras rotativas y linotipos al país. Por primera vez se integra a la gráfica la caricatura política, a mediados de siglo, género que es cultivado hasta nuestros días. Surgen destacados artistas populares que no sólo hacen tradición en la estampa, sino que dan las pautas para el grabado del siglo XX, tal es el caso de uno de los más grandes maestros, José Guadalupe Posada, "espíritu creador, que supo desarrollar en hojas gráficas de tamaño modesto un estilo tan personal a la vez que sobrepersonal, que pudo volverse, en el México posrevolucionario, base de toda la producción artística, no sólo de las artes gráficas, sino también de los murales!"

(7).

El uso de la ilustración recibe un nuevo impulso con la llegada de la litografía. Los litógrafos se dedican básicamente a recrear los sucesos de la vida cotidiana, el paisaje mexicano: paseos y sitios de recreo, zonas arqueológicas etc. A diferencia de la gráfica aca-

démica dedicada a la pintura clásica española, la litografía ejercerá una influencia importante en el desarrollo del arte mexicano. Cabe aquí una mención especial a la calidad de los impresos de mediados de siglo, que se considera la época de oro de la tipografía mexicana.



Grabado de José Guadalupe Posada.

En el XIX se introducen a México dos técnicas que revolucionarán la gráfica: primero la fotografía, testimonio de la vida de la nación, - que registra escenas de guerra, paisajes y ruinas prehispáni-

cas, y también impone los retratos como moda de las clases acomodadas. Así se favorece la aparición de la primera revista ilustrada con fotografías periodísticas, "El Mundo Ilustrado". Posteriormente llega el cinematógrafo, que se inicia en nuestro país como un documento histórico con dos propuestas: "Informar y divertir a la gente. En la primera caben las películas del General Díaz de los acontecimientos, y las que se tomaban de las ciudades del interior; en la segunda, las de las corridas de toros y las de los espectáculos del género chico.



**CINEMATOGRAFOS LUMIERE**  
**Calle de Plateros 9**  
 Entrada a 50 Centsos y Plateros, plaza.

El Cinematógrafo Lumière puede enseñar por medio de la fotografía, lo que el lenguaje escrito no puede enseñar. El cine es un lenguaje que puede enseñar y divertir a la vez. El cine es un lenguaje que puede enseñar y divertir a la vez. El cine es un lenguaje que puede enseñar y divertir a la vez.

**PROGRAMA DE HOY**

Diagnóstico de sílice	Almuerzo y almuerzo
Talleres de París	Jugadores de guerra
El Coctelero	El día del toro
El día del toro	El día del toro
Representaciones todos los días	

**50 cents.**

Una de las primeras programaciones de cine mexicano.

Los hermanos Lumière, Gabriel Vayre, introductor del cinematógrafo en México, y uno de los programas del inicio del cine mexicano.

El cine estaba difundiendo las imágenes del propio país y de otras naciones, rompiendo así las fronteras. Los diarios eran patrimonio de unos cuantos; el cine llegaba al sector mayoritario de la población. El lenguaje de las imágenes solas alivió en algo, brevemente, el analfabetismo y a la cultura visual le dió una nueva proyección."

(8) Durante el régimen de Porfirio Díaz (1877-1911), predominó en nuestro país una marcada orientación europeísta tanto en lo científico como en lo artístico, en el campo de las costumbres ciudadanas, de la moda etc.

En nuestro siglo, la explosión gráfica que ocurre a mitad de la década de los veinte, se considera como el inicio de la etapa moderna del país, que se encontraba en una época decisiva: había terminado la gran lucha social revolucionaria que consolidó el orden constitucional. En el plano internacional destacaban diversos acontecimientos: la primera revolución socialista, el proceso independentista de la India, el estruendo de la primera guerra mundial, sucesos que produjeron el cuestionamiento de los valores de la cultura occidental.

En el período comprendido entre 1922 y 1927 se establecieron en México las primeras empresas estadounidenses, con sofisticados productos y avanzados sistemas de comercialización. Así empezaron a operar K e d a k, G e n e r a l E l e c t r i c, G e n e r a l P o p o, F o r d M o t o r C o m p a n y C o l g a t e -- P a l m e l i v e, que llegaron con una imagen y publicidad propias (no usamos el término logotipo, ya que éste es un concepto usado a partir de los años 40 aproximadamente). En México ya existían antecedentes

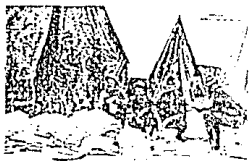
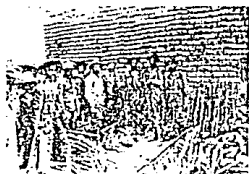


Collage publicitario ( 1923 a 1928 ).

publicitarios: en "La tercera Gaceta de México, fundada por el impresor Manuel Antonio de Valdés, considerado como el periodista mejor dotado de la época colonial. Se le reconoce el mérito de haber sistematizado los avisos "encargos", que son el antecedente de la publicidad comercial en el país". (9).

El desarrollo de la gráfica en las primeras décadas del siglo XX, se centra en la Revolución Mexicana. La fotografía y el cine inician la

primera historia documental de guerra, que es un legado gráfico de lo acontecido en el país. El movimiento muralista y la ideología -- que generó produce una tendencia nacionalista que no solo influirá -- en las corrientes pictóricas sino también en la estampa. La liga de Escritores y Artistas Revolucionarios (L.E.A.R.) crea la revista -- "Frente a Frente", órgano de difusión de obra gráfica combativa y de vanguardia de una gran calidad y significado histórico.



Se aprecia a Villa antes y después de ser uniformado por una empresa - fílmica, así como lo que al parecer son los uniformes para sus soldados

En 1937 varios grabadores se agruparon para realizar una labor artística, de difusión y de creación destinada a los grandes sectores de la población: el taller de Gráfica Popular. Este ejecutó una estampa comprometida y militante con las causas revolucionarias no sólo del país, sino del mundo entero, realizando trabajos que muestran la lucha del pueblo mexicano por su independencia, su revolución, y su libertad, y solidarizándose con la lucha contra el fascismo.



Homenaje a José Guadalupe Posada, grabado de Leopoldo Méndez.

La llegada al país de artistas de prestigio internacional tanto en la plástica, como en la literatura, la cinematografía y el arribo de los exilados españoles, marcan un hito en el ambiente cultural -



de México. Para ese entonces el cine mexicano se coloca a la altura de la cinematografía mundial, iniciándose la llamada época de oro -- del cine nacional (1938-1947).

En los impresos de la primera mitad del siglo las ilustraciones adquieren gran relevancia, ya que la imagen aclara y refuerza la comprensión de los textos. Destacan de este período "Las Revistas Literarias Mexicanas" y "La Revista Forma", que es la primera publicación especializada en artes plásticas. Esta también es la época del surgimiento de las historietas o cómics como una expresión de la cultura popular.

A partir de los años cuarenta México entra en un acelerado proceso de desarrollo, los proyectos de reforma social y política del cardenismo se dan por concluidos para dedicarse de lleno a la empresa del desarrollo económico, la industria y la legitimización del sistema político mexicano.

En la década siguiente se conforma una nueva política económica que marca profundamente a México en los años por venir: la política del desarrollo estabilizador, que se sustenta en la estabilidad cambiaria, el aumento moderado de precios tanto a productos básicos como a subsidios y el tope salarial, además de proteger y alentar a la empresa privada en el país. En este período comienza la era de la televisión; la cinematografía nacional se difunde y se ve galardonada con premios internacionales; el arte abstracto invade Europa y se impone en Norteamérica; empieza la distribución gratuita de los

libros de texto, ilustrados por los más destacados pintores y grabadores del país, se inicia la proliferación de galerías, se construye el Museo de Arte Moderno y suceden grandes acontecimientos políticos (manifestaciones y movimientos de huelga de los maestros, médicos, de los ferrocarrileros, telegrafistas y petroleros). Durante los primeros años de los sesentas el triunfo revolucionario de Cuba y la intervención norteamericana en Vietnam, despiertan la conciencia crítica de artistas plásticos de los cinco continentes, que desarrollan una producción gráfico-política antimperialista, a favor de la lucha de los pueblos y por un desarrollo libre e independiente.



Palabra de honor, por -  
Naranjo, Excelsior, 1975.



La larga marcha, por Herblock,  
Excelsior, 1975.

En estos años surgen en el país los primeros despachos de diseño, la proliferación de agencias de publicidad y sociedades o centros dedicados a la comunicación visual. Da inicio el descenso del cine nacional; se crea e impulsa el primer curso de cine experimental a la vez que la UNAM establece el Centro Universitario de Estudios Cinematográficos y se da a la tarea de difundir la cinematografía mundial, a través de cine-clubes en escuelas y facultades de esta casa de estudios. Por otra parte, con la idea de cine fijo, se introduce la fotonovela al país.

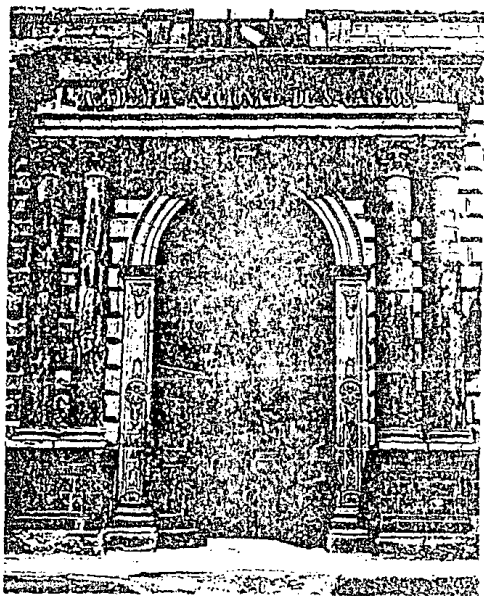


Muestra de algunos motivos gráficos, producidos durante el movimiento estudiantil de 1968.

El gobierno mexicano como organizador de los juegos olímpicos del 68, quiso mostrar al mundo un país en paz y en desarrollo. La unión de estos dos objetivos trajo como consecuencia dos de los proyectos de diseño gráfico más importantes que hasta entonces se haya tenido, en los que se manifiesta con amplitud el papel del diseñador gráfico. Se crean 40 símbolos y el logotipo que identificaron los eventos culturales y deportivos, así como la simbología y el logotipo del sistema de transporte colectivo, metro, que tiene que llegar a los distintos niveles socioculturales de los usuarios, enfrentando la necesidad de una simbología legible y de rápida comprensión.

Este año es el de la ruptura, el de la toma de conciencia, el que enfrenta la crisis educacional que desencadena el movimiento estudiantil del 68. Las escuelas de arte, San Carlos y la Esmeralda, se dan a la tarea de realizar propaganda gráfica (carteles, volantes, periódicos, folletos y mantas) como respuesta a la desinformación de los medios de difusión (no olvidemos la consigna de prensa vendida), mostrando una alternativa de comunicación gráfica que quedó como testimonio de uno de los momentos críticos de la historia contemporánea de México.

Arnulfo Aquino dice que: "asimismo las tradicionales escuelas de Artes Plásticas y de Arquitectura tuvieron que abrir opciones a las crisis de esta educación hacia la capacitación de técnicos especializados en comunicación gráfica y en diseño (tal es el caso de la ENAP



Portada de la Academia de San Carlos. Fachada.

de la UNAM, que teniendo un pequeño departamento de cartel lo transformó en departamento de dibujo publicitario, para después abrir en 1969 la Lic. en Comunicación Gráfica y posteriormente en 1972 nuevamente un área de Diseño Gráfico y siempre con un gran éxito de demanda), razón por la cual los objetivos sociales de esta carrera nunca

fueron claras." (10)

Además, la promoción de esta licenciatura se ha hecho bajo la influencia del diseño gráfico internacional.

La experiencia colectiva que se generó en el movimiento del 68 recae en la generación de "Los Grupos" que se consolidan en los años setentas en las diversas ramas culturales -artes plásticas, literatura, -filosofía, historia del arte, estética- y que desarrollan un trabajo básicamente urbano popular bajo una producción común.

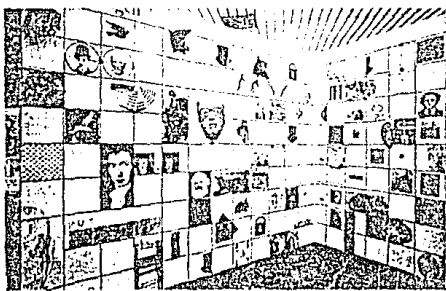
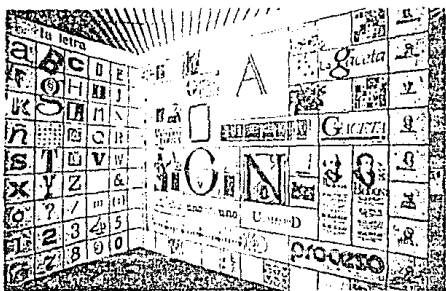
En esta etapa se tiene una nueva concepción de diseño gráfico, tanto en el libro o la revista, como en el cartel o la simbología, en los logotipos usados por organismos e instituciones de difusión cultural (UNAM, INBA, SEP, museos y galerías), que necesitan renovar su imagen.

Esto ocurre también con instituciones gubernamentales, asociaciones científicas y, en particular, con la industria editorial; así se consolida el diseño gráfico como profesión, ocupando un lugar importante dentro de las artes gráficas.

El cine no sólo dejó constancia de los acontecimientos del movimiento estudiantil del 68 sino también gestó la preocupación de este medio por la difusión de los cambios sociales del país, proporcionando la producción de cine de dibujos animados, sobre todo de grupos independientes, con temas histórico-social y políticos.

Esta situación social resultó insostenible ante la política económica de desarrollo estabilizador que se había iniciado en los años cin

cuentas, decretando la devaluación del peso, que aceleró la inflación, se desarrolló la reforma educativa para establecer nuevas carreras técnicas y se hicieron modificaciones a la Ley Electoral.



Muestra de trabajos realizados por la Imprenta Madero en la exposición efectuada en el Museo de Arte Moderno en 1982.

A nivel internacional se traen exposiciones de gran importancia como va a ser la del BAUHAUS, que los historiadores han considerado la pionera del diseño. Ya en los años ochenta, se realiza la primera exposición de justo reconocimiento al diseño gráfico en el Museo de Arte Moderno, (una selección de trabajos de más de treinta años del Grupo Madero); más adelante encontramos exposiciones personales de diseñadores gráficos reconocidos tanto a nivel nacional como internacional. En este tiempo el diseño gráfico ha recibido un gran impulso a partir de la creación de nuevos museos, de casas de cultura, de aniversarios de instituciones gubernamentales y de espectáculos como el Mundial de Fútbol México 86, que han requerido de una imagen. En este último caso, por ejemplo, se convocó a un concurso a nivel nacional para la creación de la mascota y de logos alusivos.

En la actualidad, son dos los adelantos más importantes los que han revolucionado los impresos: la obtención de negativos mediante rayos laser y la computadora, que se ha utilizado fundamentalmente en la obtención de textos, imágenes y páginas completas, formas de letras, efectos, y una basta gama de colores, ofreciéndose como una herramienta más del diseño gráfico.



NOTAS :

1. Wong, Fundamentos del diseño..., p 9.
2. León-Portilla, Los antiguos mexicanos..., p 51-52.
3. Carrera Stampa, " Códices " ..., p 560-4 tomo I.
4. Enciso, Sellos del antiguo..., p XIV.
5. Toussaint, Resumen Gráfico de..., p 131
6. UNAM, Origen y Desarrollo..., p 71-72.
7. Westheim, El grabado..., p 233.
8. De los Reyes, Los orígenes..., p 162-163
9. Loubet, Historia del..., p 6.
10. Acuña, La comunicación..., p 7.

### 3. LA COMUNICACION VISUAL

" Desde el punto de vista subjetivo, es la música la que -  
despierta el sentido musical del hombre; para el oído no  
musical, la música más bella no tiene ninguna significa-  
ción, no es un objeto, ya que mi objeto no puede ser más  
que la confirmación de una habilidad propia de mi ser.  
El objeto será para mí lo que mi habilidad sea como fa-  
cultad subjetiva, ya que el sentido que corresponde a es-  
te objeto, se extenderá tan lejos como lo haga mi senti-  
do; por ello, los sentidos del hombre social son otros -  
que los del hombre no social.

Gracias a la extensión de la riqueza del ser humano, se  
forma y desarrolla la riqueza de la sensibilidad subjeti  
va del hombre: un oído musical, una visión para la belle-  
za de las formas, es decir, sentidos capaces para el go-  
ce humano, sentidos que se afirman como una habilidad --  
propia del ser humano." (11).

La creatividad es una facultad común de los hombres condicionada por  
el tiempo, el lugar y la circunstancia. Así como el oído musical se  
desarrolló por la acción de la música, con el auge del cine nació -  
una nueva visión o cultura visual. Con el advenimiento de la televi-  
sión se forma a un hombre con una nueva sensibilidad, con un nuevo -  
entendimiento, y, por consiguiente, con una cultura acorde a su tiem

po.

El hombre vive y se desarrolla en un entorno (éste es el punto de referencia del individuo, o ser psicológico, con el mundo físico que lo rodea), y participa en el proceso de transformación del mismo mediante la cultura (tanto individual por su educación, sus posesiones, sus gustos, etc. como colectiva, que se forma a partir de lo que la sociedad ha institucionalizado para preservar la memoria social, como los museos, las bibliotecas, las filmotecas, etc.).

En la vida diaria el individuo se ve afectado por la cultura derivada de la era tecnológica, que se origina en el medio exterior, y se ve envuelto en oleadas de mensajes de toda clase.

Los mensajes se articulan dentro de un proceso de comunicación dando lugar a "la acción por la que se hace participar a un individuo - o a un organismo - situado en una época, en un punto dado, en las experiencias y estímulos del entorno de otro individuo - de otro sistema - situado en otra época, en otro lugar, utilizando los elementos de conocimiento que tienen en común." (12).

Los tipos de comunicación, según diferentes puntos de vista son:

- Según los medios que se utilizan:

Comunicación próxima: se usan los canales naturales (hablar, escuchar, tocarse).

Telecomunicación: se utilizan canales artificiales (aparatos de televisión, aparato telefónico, casetera).

- Según la relación emisor-receptor:

Comunicación bidireccional: emisor receptor cambian alternativamente sus papeles (conversación y entrevista).

Comunicación unidireccional: emisor y receptor conservan su función, es decir, el mensaje circula en una sola dirección (discurso por radio, televisión, etc. Los anuncios de estos medios).

- Según el número de participantes en el proceso:

La comunicación interindividual: tanto el emisor como el receptor son personas individuales (carta, teléfono, de persona a persona).

Comunicación de difusión: un solo emisor envía el mensaje a un - - gran número de receptores, por medio de canales técnicos (radio y televisión, etc.).

La comunicación visual se produce a través de mensajes que son un "soporte físico de la transmisión, se presenta, pues, como una secuencia de elementos tomados de un repertorio de signos por el emisor, quien los reúne conforme a ciertas leyes inherentes al mensaje que debe transmitir al receptor. La comunicación sólo tiene lugar cuando estos elementos -o átomos del conocimiento- son comunes a la pareja emisor-receptor. El receptor recibe el conjunto de signos que constituyen el mensaje y los identifica con los signos almacenados en su propio repertorio; luego más allá de ese conjunto, percibe formas, significaciones que añade eventualmente al acervo de sus conocimientos" (13). El nivel cultural de cada receptor con

diciona el uso que pueda hacer de los fragmentos de conocimiento difundidos por los medios masivos, y el ejercicio de su capacidad intelectual, para que efectúe una selección en el mar de mensajes que -- proviene del mundo exterior y para deducir sus estructuras y servir se de ellas. Los componentes de los mensajes son el semántico y el estético. El primero nos da el sentido, el concepto, la idea y la -- intencionalidad de su signo, o sea, lo que se dice al receptor; el -- segundo es el cómo se dice el mensaje, es la manera en que se presen -- ta.

Los mensajes, independientemente del canal físico (audición, visión, etc.) que utilizan, se dividen en: mensajes semióticos, en los que se usan signos arbitrarios y convencionales comunes tanto al emisor como al receptor, tales como la escritura, el código morse, el código de circulación, etc.; e isomorfos o icónicos, en los cuales hay -- una relación estrecha entre la forma del mensaje y el contenido, como las fotografías periodísticas.

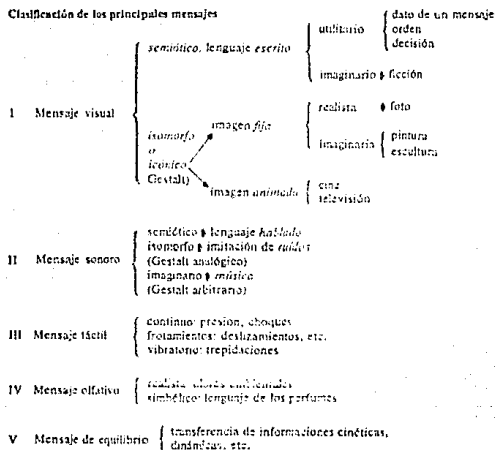
En cuanto a la iconocidad se va a comprender básicamente por esquemas, ya que su estructura requiere en gran parte de la creatividad, por ejemplo; el dibujo y la pintura realistas son una manera de ver una estructura figurativa (entendiéndose ésta como la totalidad del mensaje artístico, ya que el receptor no se detiene a contemplar la composición, el ritmo, el movimiento, etc.).

Con la televisión el mensaje visual alcanzó un alto nivel de difusión gracias a que se efectúa instantáneamente, a diferencia de --

otros medios, que necesitan horas e incluso años para ser publicados.

Los especialistas en cibernética afirman que la clasificación de los mensajes se puede hacer considerando el tipo de transmisión y el canal físico que se use:

Clasificación de los principales mensajes



... ( 14 )

Los mensajes enviados a través de los medios de difusión colectiva - son propagadores de la ideología de las clases dominantes; se sustentan básicamente en la publicidad, cuyo objeto es incitar a la compra de productos y servicios, llamando la atención del público sobre el producto, el nombre o marca, el hecho o suceso que procura dar a conocer. Como dice Gillo Dorfles en su libro "Símbolo, Comunicación y Consumo", la publicidad siempre, y por necesidad, es altamente informativa, a diferencia del arte que puede incluso prescindir de dicho elemento informativo y seguir subsistiendo y siendo aceptado, aún -- cuando dicho elemento esté ya agotado.

En la publicidad un mensaje ofrece el máximo de información a partir de lo inesperado e imprevisto, ocasionando sorpresa, pero con la repetición la sorpresa desaparece y decae la eficacia del estímulo, hasta que se pierde totalmente. Los llamados mensajes subliminales se valen de la repetición incesante de estímulos presentados en forma imperceptible o pseudoconsciente, persuaden de manera oculta.

Los mensajes publicitarios están diseñados para cada uno de los sectores de la población, a los que corresponde una forma especial de mensaje: los detergentes a las amas de casa; los juguetes a los niños; los cigarrillos y las bebidas a los jóvenes, etc. Lo que se busca en la transmisión del mensaje publicitario es que el receptor lo perciba con el menor esfuerzo posible (en torno a un ambiente de fiesta y algarabía la frase "obviamente presidente", o "porque me gusta, Barónet"). Así se pretende persuadirlo para la adquisición de tal o -

cual artículo, le vende ideas, le crea actitudes, estereotipos o fetiches, estados de ánimo, hábitos y preferencias que benefician al productor. Productos y mensajes se orientan a satisfacer las demandas de la clase en el poder, basándose en diseños dominantes.

Dadas las contradicciones y la desigualdad de clases que existe en la sociedad industrial, subsisten diseños alternativos que se ven constantemente en peligro de extinción o de asimilación por el diseño dominante. Cabe resaltar que hay una diferencia total en cómo se concibe al receptor: para el diseño dominante el receptor es un punto terminal, a diferencia del diseño alternativo que busca la participación del receptor en la elaboración de mensajes y en el desarrollo de una conciencia crítica. Por lo tanto, el diseño alternativo se esfuerza constantemente por encontrar nuevos caminos de expresión y di fusión.

Daniel Prieto en su libro "Diseño y Comunicación" plantea que en el diseño alternativo lo importante, en todos los casos, son los hombres y sus interrelaciones, y no los mensajes y los medios, aun cuando ocupen, un lugar central en el proceso completo.

La realidad se va modificando determinada por factores económicos, políticos e ideológicos, y es explícitamente en éstos últimos donde se dan los discursos, códigos y mensajes. Daniel Prieto considera la comunicación, y más específicamente el diseño gráfico, como un proceso que incluye varios elementos:



DISEÑADOR ( EMISOR ): es el que se vale de distintos medios gráficos para la elaboración de mensajes, en este caso lo diseñado. La elaboración de estos mensajes está condicionada y determinada por la posición que tiene el diseñador en su formación social, que se determina por el grupo político-social al cual pertenece, la instancia económica y por último la instancia ideológica, que es la manera en que el diseñador explica y evalúa la realidad.

CODIGO: es el conjunto de conocimientos y obligaciones que poseen en común emisor-receptor antes de dar inicio a la comunicación. Los códigos son la base de la elaboración de los diseños de mensajes, que apuntan a incidir en los códigos conductuales ya sea para reforzarlos o para transformarlos.

LO DISEÑADO ( MENSAJE ): es un conjunto de signos codificados que -- van a informar algo. Lo diseñado tiene dos tipos de información, la semántica, como el dato, y la estética, como estructura formal del dato.

MEDIOS ( CANALES ): son el mecanismo físico de la comunicación, son los vehículos para transmitir los mensajes.

RECURSOS : son todo lo que interviene en dichos vehículos, los recursos materiales, los recursos humanos y los recursos energéticos.

RECEPTOR : sujeto-individual o colectivo- a quien se dirige el mensaje.

REFERENTE: es lo que se dice al receptor. El referente es el tema del mensaje, de lo diseñado, es la interpretación o versión que hace

el diseñador de dicho tema.

MARCO DE REFERENCIA: consiste en un conocimiento, una experiencia y una valoración general e inmediata de la realidad. El diseñador debe partir del marco de referencia que tiene el receptor para elaborar el mensaje.

FORMACION SOCIAL : son las instancias económicas, políticas e ideológicas de cada sociedad.

También son instancias que deben tomarse en cuenta: la incidencia -- del medio en determinado período y su radio de acción.

### 3.1 MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION

Los mass media o medios masivos de comunicación "son a la vez esos canales de difusión o medios de expresión que se dirigen no a un individuo o persona, sino a un "público-destinatario" definido por ciertas características socioeconómicas y culturales en el que cada receptor es anónimo" (15). Los medios masivos son un aparato de amplificación social, esto es, no utilizan los canales naturales sino los técnicos, que hacen posible a la incidencia de un mensaje en millones de personas que poseen carácter común o actúan conjuntamente ante un fenómeno.

Para Abraham Moles los principales mass media por su orden de aparición en la historia, son: los carteles publicitarios, la prensa, el cine, la radio y la televisión. Las características generales de éstos pueden ser la infraestructura, el público al que llegan y la re-

lación que establecen con éste (además de los recursos que procura - y de ser instrumento de poder económico y político).

### 3.2 EL CINE

El propósito fundamental del cine es la producción animada de imágenes reales o ficticias en un espacio y tiempo determinado. El cinematógrafo sirve para transmitir el movimiento, y la imagen es la base de la información de este medio. Dentro del cine, el dibujo animado ha fijado sus propias leyes, bajo la interpretación, ideas y creatividad del artista gráfico.

"La imagen es un soporte de la comunicación visual que materializa - un fragmento del mundo perceptivo (entorno visual), susceptible de subsistir a través del tiempo y que constituye una de las componentes principales de los mass media (fotografía, pintura, ilustraciones, escultura, cine, televisión)" (16).

La trayectoria de las imágenes ha seguido distintas etapas y son: el contorno, el detalle, la escultura como imagen tridimensional, las medias tintas (reproducción de matices intermedio de grises, mediante una trama de puntos negros), la proyección de sombras, observar desde distintos ángulos un objeto, la yuxtaposición de diversos elementos en la composición, la perspectiva, la fotografía, la estereoscopia, el cine y el holograma que nos representa la imagen en el espacio, consolidando el mundo de la imagen.

Las características de las imágenes son: el grado de figuración fun-

dado en la representación gráfica o copia fiel del mundo real, y se muestra claramente con la fotografía, el grado de iconocidad o abstracción como la manera en que se puede recrear un objeto, un paisaje, un hecho, a partir de la interpretación hecha por el individuo del mundo visual (pintor, diseñador, escultor,). Toda imagen además, contiene un grado de complejidad y sólo puede ser comprensible en la medida en que el que la contempla pueda distinguir en ella formas conocidas, las imágenes tienen un formato determinado para poder ser apreciadas en el espacio visual establecido (periódico, revista, cartel o cine). La imagen es un todo, que nos permite establecer un pensamiento visual para poderlo representar.

El cine es una manifestación gráfica que se ha desarrollado en el seno de las actividades de la vida diaria, de la científica, la tecnológica, la artística, la política o la de entretenimiento por la capacidad de información visual que contiene.

### 3.3 IDENTIDAD O IMAGEN CORPORATIVA

" Un símbolo en un dispositivo pictórico o gráfico destinado a ser utilizado en lugar del nombre, y aunque con frecuencia se le emplee junto a éste, ha de ser capaz de tener una existencia propia. En cambio, un logotipo es una manera de exhibir el nombre de la empresa. En términos de diseño, esto puede ser tan simple como indicar el uso de un cierto tipo de letra con un cierto

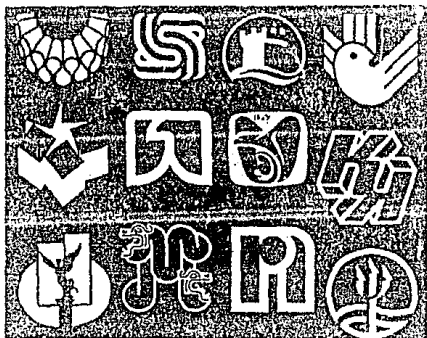
estilo de espaciado, o bien tan complicado como para presentar el nombre proyectado en un objeto tridimensional." (17)

La economía moderna se sustenta en la oferta y la demanda de bienes de consumo, estando éstos bajo la pugna de los distintos sectores productivos y de servicio, públicos y privados, que necesitan obtener y conservar una posición en el mercado, a través de una imagen distintiva, denominada identidad de empresa o identidad corporativa. Existen también instituciones de otra naturaleza: educativas, culturales o profesionales, que usan una imagen distintiva para mostrar las características esenciales de sus actividades. La personalidad es el conjunto de propiedades, de cualquier corporación o institución, que se quiere proyectar, para ser reconocida tanto por el público interno (el personal que labora en los centros), como por el externo (el público que utiliza o consume lo que se le ofrece). Esto se logra con la identidad, que se convierte en un modo objetivo para garantizar su paso adecuado en el mundo de la comunicación.

Los elementos que conforman una identidad son:

- El símbolo : Que "es el rasgo visual más definido que posee una empresa o institución. Es, por decirlo de alguna manera, la expresión de la identidad física a través de una simple marca visual. Así, el símbolo consigue reemplazar a la empresa desde el punto de vista material, y obtener de la gente el mismo efecto de reconocimiento que se le otorgaría a la compañía si pudiera estar fí-

sicamente presente." (18) Es también el vehículo de comunicación que tiene como función esencial evocar valores vinculados a la empresa o institución que lo usa.



Diferentes logotipos que aparecen en el libro "Marcas Simbolos y Logos en México".



Logotipos usados por diferentes dependencias universitarias.

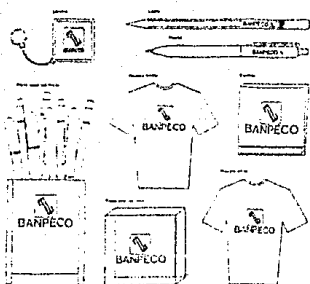
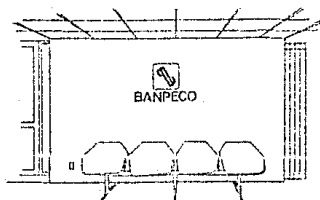
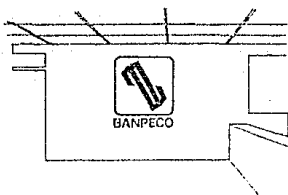
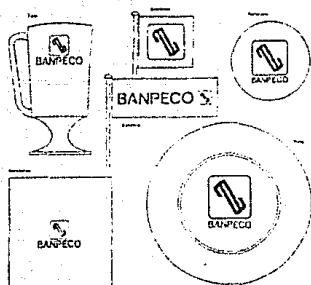
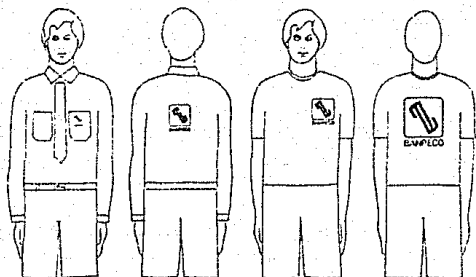
			
			
			
			
			
			
			
			

Distribución de elementos ( símbolo + logotipo ), normales e invertidos, de BANPECO.

- Las características más definidas de los símbolos corporativos, según Luis Tejeda Palacios en su libro "Gestión de la Imagen Corporativa", son: símbolos abstractos totalmente arbitrarios que están fuera de cualquier semejanza con objetos, animales o personas, y que por lo general son geométricos, los símbolos de semejanza, que normalmente son construidos con letras derivadas del nombre de la empresa o institución, y los símbolos figurativos que son los que se reconocen e identifican fácilmente y que contienen un grado de estilización en la forma (ya sea de personas, animales u objetos).
- El logotipo es la "combinación de letras en signos gráficamente armonizados, que simbolizan, por ejemplo, una firma o una institución y que fijan su imagen en el ánimo del público." (19) Es el nombre, tanto en iniciales como deletreado, otro aspecto del planteamiento visual de la identidad, que va a consistir en la unión o suma del símbolo con un logotipo y que constituyen el identificador físico de la empresa o institución.
  - El nombre comunicativo es el utilizado por la empresa o institución para que se efectúe el proceso de reconocimiento (CONACYT, INRA, etc.) y puede coincidir o no, con el nombre del logotipo (nos referimos a que no necesariamente el logotipo coincide con la razón social con que se registra una empresa o institución, como en el caso de BANAMEX, cuyo registro es Banco Nacional de México), pero es más fácil de recordar que éste.



Aplicación del -  
logotipo de BAN -  
PECO.



- El color es otro elemento de la personalidad física de una compañía o institución (en el caso de la UNAM la combinación de azul marino y oro), que cumplen una función distintiva que concentra el reconocimiento en el público de una manera selectiva, además de ser un elemento relevante en el logotipo.

- La tipografía es otro de los elementos de identificación visual. Con ella se va a escribir el nombre en el logotipo y en general se utiliza en la papelería y en los diferentes lugares de promoción que se establezcan (la tipografía puede ser diseñada especialmente o puede usarse la que se ofrece en el mercado).

- La señalética o sistema de señalización, se encarga de orientar y dirigir mediante el uso de pictogramas ("sistema de escritura en el que los elementos son representaciones sumamente simplificadas, aunque perfectamente reconocibles, de los objetos en cuestión.") (20). Estos pueden ser en forma de masa o silueta, y en forma abstracta, o sea que no derivan de imágenes figurativas (como pueden ser las señales de circulación), que se utilizan en la fachada externa, como en la señalización direccional interna (para indicar unidades de producción, oficinas, laboratorios, etc.), hasta la señalización de servicios al público.

La identidad corporativa o de imagen debe tener un sistema de -- transmisión, distribución y difusión que permita la comunicación corporativa para garantizar que los mensajes emitidos por la empresa o institución tengan una adecuada información, en forma de

proyecciones de imagen dirigidas al público receptor.

Existe una marcada diferencia entre la transmisión publicitaria de la identidad corporativa de una empresa que ve al público como un consumidor potencial no sujeto de opinión, y la transmisión de identidad de institución cuya información se rige por reglas diferentes, nada tiene que ver con la promoción comercial, aunque vaya dirigido a un público masivo o selectivo, sus destinatarios son personas que han establecido una relación con la institución, son sujetos o personas de opinión. Mediante este proceso de comunicación la institución deberá participar y hacerse presente como unidad social en la opinión pública.

Existen varios tipos de consorcios, ejemplo de éstos serían el grupo ALFA y el grupo VISA, ambos se caracterizan por ser regionales, familiares y funcionan mediante un conjunto de empresas de distintas ramas industriales con fines netamente lucrativos participando en la bolsa, en obtención de financiamientos, integración de monopolios -- verticales, etc. En estos casos el consorcio permanece oculto y cada una de las empresas que lo conforman tiene su propio logotipo o más bien su identidad corporativa.

Hay otro tipo de consorcios que funcionan de manera distinta, como serían las trasnacionales que utilizan un solo logotipo o identidad corporativa para avalar diversos productos (en el caso de SONY, la fabricación de cassettes, televisiones, etc. maquilados en distintos lugares).

La identidad de la Universidad Nacional Autónoma de México, se puede considerar un caso especial, ya que por ser una institución que abarca docencia, investigación y extensión de la cultura, necesita para el ejercicio de éstas de escuelas, institutos, museos, centros culturales, etc., siendo imprescindible que el mundo de su imagen se diversifique y se creen logotipos para dependencias que, por el tipo de funciones que desempeñan, precisan de una imagen distintiva. Un ejemplo es la Filmoteca de la UNAM, puesto que como archivo fílmico tiene un reconocimiento internacional; aparte de conservar películas, también tiene fotografías de películas, libros de cine, carteles, guiones, equipo, etc.

Por otra parte las películas que se conservan en la Filmoteca son exhibidas, estudiadas y analizadas para aumentar nuestro conocimiento sobre el cine, por los estudiosos de éste; además forma colecciones de películas de valor artístico de la cinematografía nacional e internacional ya que la difusión de la cultura fílmica es una de sus actividades primordiales.

Por estas razones, en la publicidad corporativa la forma es la identificación del mensaje que se presenta al receptor, ya sea lingüístico, gráfico, televisivo, cinematográfico, etc.

El contenido es lo que se le proporciona al receptor con datos suficientes para entender el mensaje.

La materia o aspecto físico se refiere al soporte del mensaje, ya sea gráfico, verbal, televisivo o cinematográfico. En este trabajo

nos interesa, específicamente, la técnica de animación en logosímbolos o logotipos como una estrategia de las instituciones para su difusión, ampliando su nivel de comunicación y como continuidad de un programa o proyecto de identidad. En este caso el logosímbolo o logotipo ejerce la función de puente comunicativo entre la institución y lo que va a presentar, para dar a conocer el contenido, fijando la atención y suscitando el interés. El diseño de la animación se basa en el concepto del grafismo unido con lo visual, con el sonido y el movimiento, para obtener un resultado óptimo.

NOTAS :

11. Béla Balázs, Evolución y esencia de un arte nuevo...p 28
12. Abraham Moles, La Comunicación y los Mass Media..., p 119
13. " " " " " " " ..., p 135
14. " " " " " " " ..., p 129
15. " " " " " " " ..., p 449
16. " " " " " " " ..., p 339
17. Ray Murray, Manual de técnicas...p 71
18. Luis Tejada, Gestión de la Imagen...p, 36
19. Abraham Moles, La Comunicación y los Mass Media..., p 435
20. " " " " " " " ..., p 541

## CAPITULO II

1. EL CINE DE ANIMACION: ANTECEDENTES .
2. LA ANIMACION EN MEXICO
3. LA REALIZACION DE UNA PELICULA DE ANIMACION
- 3.1 EL USO DE LA ANIMACION EN LOGO SIMBOLOS O LOGOTIPOS EN TV .

## EL CINE DE ANIMACION : ANTECEDENTES

" La cinematografía se base técnicamente en el fenómeno de la inercia de la visión, es decir, en la capacidad de nuestra retina de retener la imagen de un objeto - una fracción de segundo después de su desaparición. El fenacquistoscopio de 1832 fué el primer aparato que aprovechó dicho fenómeno para rehacer un movimiento - a partir de imágenes aisladas en paso continuo. Todas las formas posteriores y más complicadas del film tienen su origen en este invento ". (1)

Una serie de hallazgos subsecuentes de juguetes científicos, acompañados de dibujos de diversas figuras en distintas fases de movimiento se fueron perfeccionando hasta llegar a las proyecciones, con dos grandes maestros de este espectáculo: Méliés y Reynaud.



Georges Méliés.



Emile Cohl.



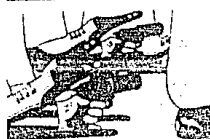
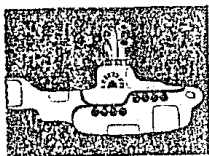


El primer dibujo animado de Emile Cohl fue Fantasmagorie (Fantasmagoría), película de 36 metros de longitud cuya proyección sólo duraba un minuto y 57 segundos. Su segunda película fue La pesadilla del fanteche.

El fanteche de Emile Cohl.

"La toma de imagen por imagen abría perspectivas inmensas que aún no hemos terminado de descubrir. Sus pioneros fueron, antes de 1914, el norteamericano Winsor Mac Coy, el español Segundo de Chomon, el ruso Starevich, el francés Emile Cohl. Las películas que éstos realizaron según la nueva técnica crearon entonces, además del dibujo animado que debía conocer su rápida boga, los muñecos animados, los recortes (trozos de cartón articulados), las sombras chinescas (siluetas móviles en negro), los objetos animados, los dibujos que se hacen solos, los modelos animados, etcétera." (2)

El cine de animación ha desarrollado su propio lenguaje con gran capacidad significativa y enriquecimiento en su contenido visual. Las nuevas técnicas surgen en contraposición de lo ya establecido, lo que alentó a nuevas búsquedas de formas gráficas, experimentando con el arte abstracto, naif, surrealismo, grabado, etc. Estos cambios se manifiestan después de la Segunda Guerra Mundial, período que se caracterizó por una protesta continua, que produjo una ruptura estética que requería de nuevos espacios, bajo una serie de razo



Submarino Amarillo ( the -  
Beatles ) animación pop -  
85 minutos de duración.



La Huella, realizada por -  
Cardon, 1975.

nes ideológicas e históricas.

"Así el cine de animación tiende a fundirse, en su futuro próximo, - con la cineplástica en que soñaba proféticamente Elie Faure en 1922. Después de haber visto dibujos animados "secos, lamidos, rígidos, - verdaderos grafitos", deseaba verlos "animar en profundidad, modelar por valores y medias tintas... con el corazón de Delacroix, la potencia de Rubens, la violencia de Goya, la fuerza de Miguel Angel, "para crear" una sinfonía visual... más emocionante que las sinfonías sonoras del más grande de nuestros músicos". (3)

Debido al inmenso potencial creador del film de animación, en la actualidad éste se desarrolla a nivel internacional, imponiéndose la - premiación de las películas mejor realizadas en el género, en términos de calidad e interés, en festivales de cine como Annecy (Francia), Zagreb (Yugoslavia), y Ottawa (Canada), por hablar tan sólo de los - tres más importantes. Nace así una nueva generación de especialistas de la visión, o bien, especialistas en solucionar problemas del campo publicitario en términos de animación; éstos se valen de recursos técnicos de la computadora (con programas de animación), convirtiéndola en una herramienta más de diseño que ofrece nuevas alternativas creadoras. Sí bien es cierto que el diseño asistido por computadora no ha surgido como un movimiento o estilo en el seno de la gráfica, su presencia está transformando en más de un aspecto el lenguaje -- del diseño.

## 2. LA ANIMACION EN MEXICO

" Dibujos animados en el cine mexicano. Sí señores, la industria cinematográfica cuenta con una nueva rama, o sea lo que México esperaba; películas de dibujos animados, con sabor a nopalitos compuestos, mole, memelas y todo el encanto nacional.

Y es más, técnicos mexicanos están al frente de ella. Son tres jóvenes dinámicos y entusiastas, como propietarios y dirigentes." Novedades, "México en la Cultura", 3 de abril de 1949.

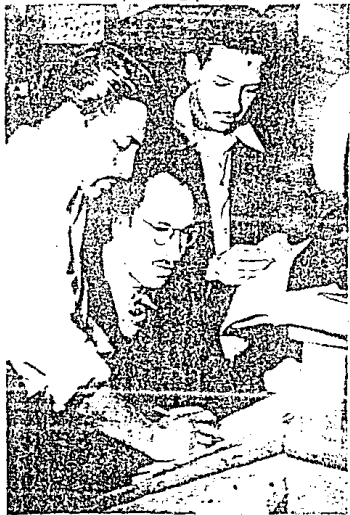
Para principios de los años cincuenta ya se hablaba de una producción de cortos animados bastante loable, simultánea a la incursión de este género en comerciales para televisión. Recordemos que el nacimiento oficial de este medio en México fue el primero de septiembre de 1950.

Ya para entonces informa Excelsior:

" apenas a fines de 1954, después de 22 años de proyectos, que no lo graban hacer realidad la idea tantas veces intentada, el teatro Alameda exhibió la primera película de monitos a colores hecha en México, y desde entonces una legión de más de 70 dibujantes ha estado la borando intensamente..." El gallo Molina es creación de Ernesto Terrazas, el dibujante mexicano a quien debe Walt Disney su famoso personaje "Pancho Pistolas". (4) Estas notas nos demuestran que se tenía experiencia en el campo de la animación. A pesar de estos ante-



Las primeras de los dibujos. Cada uno de los que produjeron para que luego pasen a la cámara donde se toma el personaje central. Después, habrá que ponerle el "movimiento" para transformarlo a la pantalla.



Para cada gesto, para cada ademán del diminuto personaje, hay una reunión de técnicos. Cada quien expresa su criterio y dice lo que a su juicio sería mejor. Fotos suministradas por el "Foro" en poses de un noble técnico.

## Un Nuevo Intento Mexicano Para Cine de Caricaturas

Un grupo de jóvenes entusiastas trabaja sin descanso para hacer en México una variedad filmica que será muy interesante.

Entre de unos días habrá visto en su cine predilecto un corto de dibujos animados. Ese corto es el que será un momento más de los últimos años de los dibujos animados. Ha sido hecho por muchos jóvenes mexicanos que son los integrantes de un grupo que forma "Dibujos Animados de México".



Siempre ha el taller donde trabajan estos jóvenes animadores, para darnos cuenta, y después a través del cine.

Y aquí tiene usted al "repositorio castillo", el personaje que será el personaje central a los dibujos. No sabemos cómo se llamará en la pantalla, pero deseamos para él la mayor popularidad.

Entre que son siendo desarrollando para ser realizadas sus ensayos y sus angustias. "Dibujos Animados de México", nos dice, más el deseo de hacer aquí una cosa original, un momento que en forma chisuta ponga al tanto al público de los acontecimientos de mayor interés.

Después de hacer películas se "mueven" se dice pronto. Hay que ver los cientos de dibujos que cada escena requiere; y la cantidad de observación que captar el movimiento implícito; y tantas y tantas problemas como abarca el campo que ha inventado en Hollywood, Walt Disney. Aquí tiene usted unas gráficas de estos muchachos en pleno trabajo.



"Le prohibe fumar". En una de las películas, el letterero se grita al visitante. Y tienen razón; hace muy poco tiempo, un letrado acabó con los "castillos". Para ellos siguientes terrores, en su campo.

ESTO, noviembre 5 de 1949, página 6.

cedentes y de contar con primeras figuras en esta materia disminuyó considerablemente la producción ("se calcula el costo de una película de 600 a 700 pies más o menos, con duración de 7 minutos, tendrá un costo de doscientos mil pesos", publicó el diario ESTO en noviembre de 1949), y básicamente se quedó el trabajo de maquila para los estudios Disney, Hanna Barbera y otros.

El cine de animación en nuestro país ha tenido la característica de un subgénero, ya que no existe continuidad en la producción por falta de una adecuada infraestructura para la exhibición y la distribución, tanto a nivel comercial, como cultural, no tiene apoyo alguno de la televisión comercial. Lo costoso de la obra y la falta de mercado la hacen ver como una actividad no remunerativa.

Esto no sucede con la publicidad, puesto que existen en México aproximadamente 14 empresas dedicadas a la producción de cortos y comerciales con dibujos animados (Filmographics, Cine Enfoque, TAC, etc.). En los años setenta se realizan los primeros largometrajes de dibujos animados en México: "Los tres reyes magos" y "Los supersabios", de Cinematográfica Americana S.A.; en esta última cinta colabora Carlos Sandoval, que fué uno de los pioneros de la animación en México. Corresponde también a este período el cortometraje "Los 10 derechos de los niños", realizado por diez países, que participaron con 6 minutos cada uno (URSS, Canadá, México, entre otros) y que al parecer es único en el género.

En el período transcurrido de la presente década, las realizaciones



Desde el momento en que se creó la industria cinematográfica en México, se ha buscado una forma de popularización del cine que se ajuste a las condiciones económicas del país.

Quince años antes de "Zorro", José Antonio Rodríguez creó el primer cine mexicano con la serie de las "Cinco Centonas".

El primer cine mexicano con la serie de las "Cinco Centonas".

El primer cine mexicano con la serie de las "Cinco Centonas".

## DIBUJOS ANIMADOS en el CINE MEXICANO

Siempre se ha buscado una forma de popularización del cine que se ajuste a las condiciones económicas del país. En el caso de México, esto se ha logrado gracias a la creación de la industria cinematográfica y a la búsqueda de una forma de popularización del cine que se ajuste a las condiciones económicas del país.



Una escena del primer cine animado "Zorro" en la serie de las "Cinco Centonas".

## EL NARIGÓN MENDIETA

Equipo de PEPE IBARRA  
Cine de J. CABRAL



Una escena del primer cine animado "Zorro" en la serie de las "Cinco Centonas".

### ¿Qué es el Extranjerismo?

El extranjerismo es el fenómeno que se produce cuando un individuo o grupo de individuos se adaptan a una cultura ajena. Este proceso puede ser voluntario o involuntario, y puede tener consecuencias positivas o negativas para el individuo y para la sociedad.

de largometrajes en animación son: "Roy del espacio", "Katy la oruga", "El pequeño ladronzuelo" (película mexicana distribuida en EUA, al igual que una lista de 12 películas de dibujos animados, denominada "Clásicos de Oro", serie cuya realización demorará cinco años y el medimetraje "El gran acontecimiento"; estas últimas son realizaciones de Fernando Ruíz. El taller de animación de Cinematográfica Nacional realiza su primer medio metraje, a cargo de Enrique Escalona, denominado "Tlacuilo", animación literal de los códices prehispánicos. Otros intentos en este género han sido los realizados en los centros universitarios donde se imparte la carrera de diseño gráfico, que incluye la animación como materia en los planes y programas de estudio; sin embargo, no existe un registro de los trabajos realizados en esta clase por los alumnos, además, esta materia se encuentra poco desarrollada y a un nivel artesanal por la falta de una infraestructura adecuada.

Lo que debe señalarse es el notorio crecimiento del cine independiente de animación en México, que ha alcanzado el reconocimiento internacional en los festivales especializados, con cortometrajes como: "Historia de los juegos olímpicos" de 1968, "Y si eres mujer" de 1977, "El día de Puerto Rico" de 1977, "La persecución de Pancho Villa" de 1979, "Blap" de 1979-80, "Lotería" de 1981, "Crónicas de Caribe" de 1982, "Vámonos recio" de 1982-83, "Ligia Elena" de 1983, "A toda costa" de 1984. Estos pueden ser ejemplos clásicos de cine -



de autor, que nos muestran cómo la animación puede llegar a un control mayor sobre la obra, mejorando, experimentando la riqueza plástica de las técnicas dentro de este género, en donde todas las ideas se pueden realizar, hasta poder compararla con la del pintor o la -- del escultor.



"CRONICAS DEL CARIBE"

Animación, 16mm, color, 1967, México  
Dir.: Francisco López y Emilio Watanabe  
Dur.: 35 minutos

\*Gran Coral a la mejor película de dibujos animados, Festival del Nuevo Cine Latinoamericano, La Habana, 1968  
\*Ariel Especial, México, 1968

PELICULA " CRONICAS DEL CARIBE "

\*Seleccionada para el 26o. Festival de Cine de Oberlin



"Y SI ERES MUJER"

Animación, 16mm, color, 1977, México  
Dir.: Guadalupe Sánchez  
Dur.: 6 minutos

" Y SI ERES MUJER "

### 3. LA REALIZACION DE UNA PELICULA DE ANIMACION

La película de animación es la que se realiza imagen por imagen o - aquella en la que cada fotograma (se llama así a cada una de las fotografías fijas que componen la película cinematográfica), es creado especialmente.

Sus etapas son:

#### PREPRODUCCION

- Guión; es la descripción y narración literaria de una historia que fija en líneas generales las acciones y los diálogos.
- Guión Técnico; es en donde se describe en términos de escenas y secuencias cinematográficas, las informaciones técnicas necesarias; planos, tiempos, angulaciones y movimientos de cámara, desplazamiento de personajes, diálogos, narraciones, comentarios y efectos sonoros de cada toma.
- Story board; es la visualización de la película en dibujos, colocando normalmente un cuadro por escena; además reúne los elementos clave de la historia, ya que supone movimiento, aunque sólo se indica mediante una descripción verbal o con flechas superpuestas y es lo que se presenta para la comprensión de la película.
- Modelos o estudio de personajes, escenografía y planeación de color; se ve a los personajes utilizables para que puedan ser anima-

dos, hasta tenerlos perfectamente definidos, se ve los personajes que duran más en la película y los escenarios en donde más se desarrollarán las acciones. Aquí también se planean y deciden los tiempos de colores que se usarán.

Sucede lo mismo con muñecos, o con cualquier otra técnica que se vaya a emplear.

#### PRODUCCION

- **Sonido;** en animación depende del guión ya que se realiza para tener marcadas las voces, para lograr que coincidan los labios con el diálogo y la sincronización aproximada de los movimientos dibujados con el sonido y la música.

Las pistas de sonido son: de diálogos (que es la primera que se realiza en caso de que existan); de efectos, de ambientes y musical.

- **Lay out;** es donde se crean los modelos a animar, la escenografía, el tamaño y tiempos en que se va a filmar, si hay efectos especiales, además de los diálogos para su grabación. Por decirlo de otra manera es la elaboración de las escenas minuciosamente planeadas, que fueron contempladas en el story board, precisando posiciones de los personajes, tamaño de encuadre, etc.

A partir de aquí todo tiene que estar en registro.

Se puede decir que es el asistente de dirección, la base para la planeación de la película. Aquí se realizan los

lay out de escenografía y los lay out de animación y se deben incluir mutuamente las calcas de ambos por necesidades de registro, para que las áreas queden perfectamente delimitadas.

- Animación; es dibujar en su lugar y tamaños exactos las posiciones, extremos y centros de todos los movimientos de los personajes y objetos que intervienen en la película. -- Aquí se usa la hoja de exposición y el lay out para que el animador efectúe su trabajo. Algunas películas son animadas totalmente en otras por movimientos de cámara.
- Intercalación; consiste en obtener los dibujos intermedios necesarios, apoyándose en los dibujos extremos de la animación.
- Fondos; es donde se dibujan las escenas de fondo para cada secuencia de la película. Es necesario que el fondista sepa lo que sucede cuando un fondo se mueve a determinada velocidad bajo la cámara y los efectos de sobreposición de transparencias sobre el fondo, por si suceden brinco, si el fondo se "come" al personaje, etc.  
Se basan en el diseño del lay out y son sobre registro.
- Prueba de línea; es la filmación de la animación en papel aún, sin colorear, lo que permite hacer correcciones y se puede usar para ciertas escenas o para toda la película.

- Entintado; es calcar a tinta china todos los dibujos definitivos (los de la animación e intercalación), sobre micas transparentes, otra forma es mediante copias xerox.
- Delineado y color; es pintar las micas (por el frente va el delineado y por atrás el color), los fondos, los personajes, etc.
- Checado; se hace con respecto a la hoja de animación, escena por escena para el departamento de cámara.
- Filmación; operación final o última fase de la realización de una película.
- Regrabación; es la grabación final de la película, en donde se unen todas las pistas de sonido, de efectos, música, la sincronización, etc.

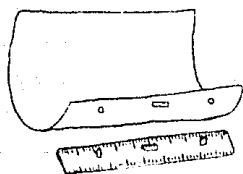
#### POSTPRODUCCION

- Edición en copia de trabajo y sincronización con los labios
- Corta de negativo; si es en distintos formatos se ensamblan los distintos negativos.
- Sonido, regrabación; se reúnen las pistas de voces, ambientes, efectos y música. Se realiza el transfer de magnético a óptico.
- Primera copia de imagen; es en rushes (copia sin sonido que se hace de una toma para ver si salió bien).
- Copia de laboratorio a una sola luz del negativo cortado y del so-

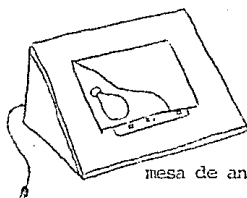
nido óptico.

- Copia compuesta con correcciones de luz.

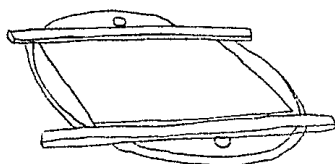
---



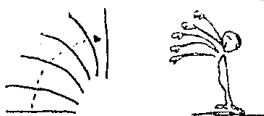
regla de registro y papel.



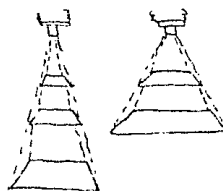
mesa de animación



disco de animación



gráfica de movimiento.



campo abarcado por la cámara.

Este es el procedimiento más generalizado de la técnica de animación y básicamente el que se utiliza en las películas de dibujos animados, pero también hay otros procedimientos, como sería el de muñecos, cartones recortados o plastilina, que se pueden tener completos desde el principio, su posición se va modificando manualmente y pueden ser articulados durante la filmación.

Los dibujos animados para la televisión se han visto afectados más por el uso de la palabra, que viene a sustituir a la acción y distrae la atención de la imagen ( en este caso el trabajo se efectúa en las hojas de exposición ), de manera que se utilizan lo más posible los mismos dibujos ya elaborados, o sea los personajes andando en una dirección o en otra, planos cercanos de los personajes hablando, para evitar que los dibujos no sean ciclos (series de dibujos que se repiten); la mayoría de estos dibujos son fijos, con resultados poco satisfactorios pero que responden a la necesidad de simplificación de los comerciantes de la animación para televisión.

Otro aspecto de la animación es el de la especialización en el campo de los títulos de créditos para el largo, medio y corto-metrajés, para los títulos destinados a la presentación de programas, películas o intermedios en T.V. y, asimismo, en fragmentos de animación intercalados en films de imagen real, o en el movimiento, ya usual, de los logosímbolos o logotipos.

### 3.1 EL USO DE LA ANIMACION EN LOGOSIMBOLOS O LOGOTIPOS EN T.V.

La explosión gráfica en el advenimiento de los años cincuenta trajo consigo la creación de animación de diversas índoles, que causó un poderoso impacto visual.

Además de que la T.V. es un medio que permite cambiar o reforzar los valores estéticos conocidos y adaptar los gustos a objetivos prefijados, se le atribuyen elementos capaces de modificar el estado de ánimo de los individuos, de las comunidades, y hasta de una época.

Después de treinta años aparece una nueva generación de gráficos que invade de imágenes animadas la televisión, producidos en su gran mayoría por procedimientos electrónicos, como el Video Writer, que es un generador de caracteres, del ADO 200 o el Chyron, que pueden crear volúmenes e inclinaciones tanto de letras, letreros o dibujos, recuadro de imágenes en movimiento y simultaneidad de tres o más recuadros. No obstante, no cabe comparación con la calidad, la creatividad y los resultados del cine de animación, porque el movimiento que producen - estos aparatos es parcial y sistemático. Hay que entender el lenguaje icónico de las máquinas para poder dar un enriquecimiento real al servicio de la gráfica, ya que actualmente este medio es manejado por ingenieros que no pueden explotar el potencial creativo de ésta técnica. La televisión es el medio por el cual nos hemos familiarizado con la animación de logosímbolos o logotipos - con las máquinas antes mencionadas esta técnica resulta mucho más barata que la realizada por -



los medios tradicionales y por ello se produce en mayor escala -, por ejemplo en los noticieros ( ECO, 7 DIAS, NOTIVISA, etc. ), tanto en IMEVISIÓN como en TELEVISÁ; lo mismo sucede con los cortes de canal ( canal 4, 5, 7, 13, etc. ).

La creación gráfica en la televisión necesita empezar a tomar conciencia de sus potencialidades, ya que por ahora la animación como tal tiene un desarrollo creciente en cuanto a la ejecución, la concepción, y la creación de gráficos destinados al cine.

NOTAS :

1. C. W. CERAM, Arqueología del cine ..., p 24.
2. Geroges Sadou, Las maravillas del cine..., p 143.
3. Geroges Sadoul. Historia mundial del cine..., p 461.
4. Excélsior, abril de 1953.

### CAPITULO III

1. DIRECCION DE ACTIVIDADES CINEMA  
TOGRAFICAS: ANTECEDENTES.
2. ESTRUCTURA.

## 1. DIRECCION DE ACTIVIDADES CINEMATOGRAFICAS: ANTECEDENTES.

1957, El lunes 14 de octubre aparece en la Gaceta de la UNAM un reconocimiento a la labor de diversos grupos estudiantiles que crearon cine-clubes en escuelas y facultades como Filosofía y Letras, Derecho, Ciencias y Ciencias Químicas, entre otras. " Los cine - clubes están llamados a contribuir poderosamente a esas tareas de difusión y promoción de la cultura cinematográfica. Un cine-club debe dirigir sus mayores esfuerzos hacia el conocimiento y la comprensión de tales obras importantes en la cinematografía, para darles a conocer y explicar al público, en cada caso, su significación particular dentro del panorama artístico del mundo". ( 1 )

El balance de actividades de la Dirección General de Difusión Cultural, en el mes de diciembre del mismo año, manifiesta el apoyo y la orientación a los alumnos que organizan cine-clubes.

1958. La Dirección General de Difusión Cultural realiza su primera temporada de cine internacional, y programa filmes de diferentes partes del mundo, en el Auditorio de Humanidades de C.U. Para junio del mismo año gracias al apoyo moral de esta Dirección General de la UNAM se inaugura el Cine Club de la Asociación Universitaria de Cine Experimental.

1959. La Dirección General de Difusión Cultural crea la Sección de Actividades Cinematográficas, que a partir de entonces realiza una serie de labores entre las que se encuentra la fundación del Cine-Club de la Universidad, el 18 de julio, e inicia los trabajos destinados a la con-

-formación de la filmoteca. Estos consistieron en:

- a) El establecimiento de contactos con algunas filmotecas latinoamericanas y norteamericanas.
- b) Mantener correspondencia con la Federación Internacional de Archivos del Film para el registro de la Filmoteca Universitaria.
- c) Recurrir a embajadas y legaciones diplomáticas para solicitar documentación y colaboración material.
- d) Realizar entrevistas con particulares y cinéfilos mexicanos para conformar un registro de las copias de películas valiosas existentes en el país.
- e) La localización de ejemplares de obras de la cinematografía mundial que, con la ayuda de particulares, enriquezcan el acervo de la filmoteca.

1960. Dicho trabajo culmina el 8 de julio, fecha en que el Dr. Nabor Carrillo, rector de la UNAM, recibió de manos del Sr. Manuel Barbachano Ponce los rollos correspondientes a las películas "Países" y "Torero", que el mencionado productor donó generosamente a la Universidad ( 2 ). Prácticamente con dicho donativo se funda la Filmoteca de la UNAM.

En mayo del mismo año se inicia el trabajo docente con la organización de un curso titulado "Cincuenta Lecciones de Cine", que fué impartido por especialistas en la materia como Alejandro Galindo, José Revueltas, Juan de la Cabada y Emilio García Riera, entre otros.



# GACETA DE LA UNIVERSIDAD

INFORMACION INTERNA DE LA

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Vol. VII - Núm. 29

Lunes 18 de julio de 1960

Núm. 309

GENIVIA

## FILMOTECA DE LA UNIVERSIDAD

El día 8 del mes en curso el doctor Nabor Castelló, Rector de la Universidad de México, recibió de manos del señor Manuel Barbachano Ponce los sellos correspondientes a las películas Raíces y Torero, que el mencionado productor donó generosamente a la Universidad. Este donativo funda prácticamente la filмотeca oficial de la UNAM.

En la ceremonia realizada para recibir las películas estuvieron presentes, con el señor Barbachano y el doctor Castillo, el doctor Efraín C. del Pozo, Srto. General de la UNAM; el señor Henríque González Castañeda, Director de Publicaciones; el señor Tomás García, Asesor de Relaciones Públicas; el señor José Barros Sierra, Jefe de la Oficina de Prensa; el señor Benjamín Orozco, Subdirector de Difusión Cultural y el señor Manuel González Laanúa, encargado de la Sección de Actividades Cinematográficas de la misma dependencia.

Como se informó en una pasada Gaceta, la Sección de Actividades Cinematográficas inició hace tiempo los trabajos destinados a la conformación de una filмотeca. Estos trabajos consistieron, por una parte, en el establecimiento de contactos con algunas filмотecas latinoamericanas y norteamericanas, que ofrecieron una información muy estimable. Por otra parte, se mantuvo correspondencia con la Federación Internacional de Archivos del Film, para obtener el registro de la filмотeca universitaria, y se acudió a embajadas y legaciones

diplomáticas de otros países para solicitar de ellas documentación y colaboración material.

También se organizaron entrevistas con particulares y consejos mexicanos para conformar un registro de las copias volantes existentes en el país. Estas entrevistas hicieron posible que se localizaran ejemplares de ciertas grandes obras de la cinematografía mundial que, con la ayuda de particulares e instituciones, pronto enriquecerán el acervo de nuestra incipiente filмотeca.

El cine, como sabemos muy bien, ha alcanzado en el mundo un prestigio que excede el de su simple valor como instrumento difusor e informador. El cine ha conquistado la consideración académica y ha ocupado un sitio en las aulas universitarias porque, pese a su relativa juventud, ha dado ya muestras de su poder creador en los campos de la cultura y el arte.

La necesidad de una filмотeca se hace, entonces, urgente en un país como el nuestro, donde prospera la industria cinematográfica económica y técnicamente y donde se manifiestan por el arte cinematográfico tantos intereses.

Sin este organismo de información y formación, sin una filмотeca bien provista, no será posible a nuestros cineastas del futuro conocer a fondo la historia del cine, ni emplear con provecho las experiencias técnicas y artísticas de los demás cineastas del mundo.

1961. La sección de Actividades Cinematográficas inicia:

a) El Cine Debate Popular, para buscar un mayor acercamiento del fenómeno cinematográfico con aquellos sectores sociales que han quedado fuera de las actividades universitarias en la materia.

b) La impresión de folletos cinematográficos, conteniendo básicamente los ciclos de cine programados por los cine-clubes.

c) La publicación Cuadernos de Cine que se dedican a el estudio de la cinematografía. El No. 1 fue dedicado al cine polaco, el 2 a Luis Buñuel, etc.

c) El programa de Radio UNAM "El cine y la Crítica ", a cargo de Manuel González Casanova y Carlos Monsivais, donde se efectuaban análisis de la teoría y la práctica cinematográfica.

e) El programa de televisión " Cine en la Cultura", producido por Eduardo Lizalde y Manuel González Casanova, que tenía el mismo objetivo.

1962. En apoyo a la enseñanza del cine se realiza el curso "Lecciones de Análisis Cinematográficos ", dirigido por los más distinguidos realizadores del cine nacional.

La sección de Actividades Cinematográficas edita la colección Anuarios Cinematográficos, sobre la exhibición de películas en la Universidad.

1963. La Sección de Actividades Cinematográficas se convierte en el Departamento de Actividades Cinematográficas de la UNAM, que amplía sus funciones con la creación del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos.

1970, La Directiva del Consejo Nacional de Difusión Cultural ( organismo encargado de reglamentar y coordinar la difusión cultural a nivel nacional ), establece los siguientes lineamientos sobre las actividades cinematográficas:

- a) Que en cada una de las universidades se organice un cine- club.
- b) Que se nombre a una persona del Departamento de Cine de la UNAM para que coordine todas las actividades de esta especialidad que se efectúen en la provincia.
- c) Que se lance una convocatoria para la creación de la Federación Nacional de Cine Clubes.
- d) Que dado el alto costo de las actividades cinematográficas, los cine-clubes busquen los medios de ampliar sus recursos económicos, con aportaciones privadas o mediante promociones que beneficien su trabajo.
- e) Que los cine-clubes establezcan para sus socios cuotas adecuadas, para ejercer algún control de sus miembros y para estar en condiciones de orientarlos mejor, culturalmente hablando.
- f) Que se establezca una serie de cursillos en el Centro Universitario de Estudios Cinematográficos para capacitar a los dirigentes de los cine-clubes y a las personas que estén dedicadas a la técnica cinematográfica.
- g) Que se organicen cursillos de apreciación cinematográfica que recorran las diferentes universidades de provincia.
- h) Que se forme un inventario temático de las filmaciones de material



didáctico.

i) Que sea mayor la difusión de las publicaciones de cine y que se establezca el canje de las revistas.

j) Que a largo plazo se organice en cada una de las universidades - una sección de actividades cinematográficas

k) Que se pida colaboración de las instituciones de cultura superior para localizar películas por perderse, para que sean adquiridas por la Cinemateca de la UNAM, o que se obtenga autorización para hacer una copia de ellas.

l) Que se estudie la posibilidad de crear un organismo que produzca y concentre películas científicas y artísticas.

m) Que de acuerdo con sus posibilidades, las distintas instituciones de difusión cultural paguen una cuota de colaboración, por concepto de préstamo de películas a la Cinemateca de la UNAM, para el incremento y el mantenimiento de películas (3).

En este mismo año se crea la Asociación de Cine Clubes de la UNAM, integrado por los cine-clubes estudiantiles de escuelas y facultades - de la máxima casa de estudios.

Durante casi diecisiete años la actividad de la Filmoteca se restringió al rescate de películas, a la distribución de títulos para los cine-clubes, al apoyo académico en la Escuela Nacional Preparatoria, para los cursos de iniciación cinematográfica, o a la formación de cineastas en el CUEC. Debido a la falta de definición orgánica de las

En la última sesión de trabajo de la Comisión Nacional de Cultura, se discutieron los planes de trabajo de la Dirección General de Cultura y Artes, para el año 1970. En esta sesión participaron el Secretario de Cultura, el Subsecretario de Cultura y el Director General de Cultura y Artes.

La Comisión Nacional de Cultura, que se reunió el día 27 de agosto de 1970, en el salón de actos de la Universidad Nacional Autónoma de México, tuvo a la cabeza al Secretario de Cultura, el Subsecretario de Cultura y el Director General de Cultura y Artes.

En la sesión se discutieron los planes de trabajo de la Dirección General de Cultura y Artes, para el año 1970. En esta sesión participaron el Secretario de Cultura, el Subsecretario de Cultura y el Director General de Cultura y Artes.

La Comisión Nacional de Cultura, que se reunió el día 27 de agosto de 1970, en el salón de actos de la Universidad Nacional Autónoma de México, tuvo a la cabeza al Secretario de Cultura, el Subsecretario de Cultura y el Director General de Cultura y Artes.

En la sesión se discutieron los planes de trabajo de la Dirección General de Cultura y Artes, para el año 1970. En esta sesión participaron el Secretario de Cultura, el Subsecretario de Cultura y el Director General de Cultura y Artes.

La Comisión Nacional de Cultura, que se reunió el día 27 de agosto de 1970, en el salón de actos de la Universidad Nacional Autónoma de México, tuvo a la cabeza al Secretario de Cultura, el Subsecretario de Cultura y el Director General de Cultura y Artes.

En la sesión se discutieron los planes de trabajo de la Dirección General de Cultura y Artes, para el año 1970. En esta sesión participaron el Secretario de Cultura, el Subsecretario de Cultura y el Director General de Cultura y Artes.

**ACCIÓN SOBRE EL INTERCAMBIO CULTURAL**

La Comisión Nacional de Cultura, que se reunió el día 27 de agosto de 1970, en el salón de actos de la Universidad Nacional Autónoma de México, tuvo a la cabeza al Secretario de Cultura, el Subsecretario de Cultura y el Director General de Cultura y Artes.

En la sesión se discutieron los planes de trabajo de la Dirección General de Cultura y Artes, para el año 1970. En esta sesión participaron el Secretario de Cultura, el Subsecretario de Cultura y el Director General de Cultura y Artes.

# GACETA UNAM



Revista de la Universidad Nacional Autónoma de México

Sección de Cultura y Artes

Publicación mensual de la Universidad Nacional Autónoma de México

Volumen 1, Número 1, Agosto de 1970

**DIRECTIVA DEL COMITÉ NACIONAL DE LA DIFUSIÓN CULTURAL**



Dr. Gerardo Ruiz

El Comité Nacional de la Difusión Cultural, que se reunió el día 27 de agosto de 1970, en el salón de actos de la Universidad Nacional Autónoma de México, tuvo a la cabeza al Secretario de Cultura, el Subsecretario de Cultura y el Director General de Cultura y Artes.

En la sesión se discutieron los planes de trabajo de la Dirección General de Cultura y Artes, para el año 1970. En esta sesión participaron el Secretario de Cultura, el Subsecretario de Cultura y el Director General de Cultura y Artes.

La Comisión Nacional de Cultura, que se reunió el día 27 de agosto de 1970, en el salón de actos de la Universidad Nacional Autónoma de México, tuvo a la cabeza al Secretario de Cultura, el Subsecretario de Cultura y el Director General de Cultura y Artes.

En la sesión se discutieron los planes de trabajo de la Dirección General de Cultura y Artes, para el año 1970. En esta sesión participaron el Secretario de Cultura, el Subsecretario de Cultura y el Director General de Cultura y Artes.

La Comisión Nacional de Cultura, que se reunió el día 27 de agosto de 1970, en el salón de actos de la Universidad Nacional Autónoma de México, tuvo a la cabeza al Secretario de Cultura, el Subsecretario de Cultura y el Director General de Cultura y Artes.



1977-1978

**LA  
 FILMOTECA  
 DE LA UNAM  
 AMPLIAS  
 FUNCIONES**

Impulsada desde el inicio del primer semestre de este año, la Filmoteca de la UNAM amplía sus funciones.

Comunicación No. 10

**LAMERITONA  
 (Continúa)**

Las actividades y acciones de la Filmoteca de la UNAM, desde el primer semestre de este año, se han desarrollado en un marco de actividades que se han ido realizando de manera progresiva.

En el primer semestre de este año, la Filmoteca de la UNAM, a través de la Comisión Ejecutiva de Actividades Cinematográficas, se ha dedicado a realizar actividades que se han ido realizando de manera progresiva.

**NOVA ESCENA DE LA  
 FOTOCINEFILA UNAM**

Después de haberse organizado la Filmoteca de la UNAM, se ha iniciado una serie de actividades que se han ido realizando de manera progresiva.

En el primer semestre de este año, la Filmoteca de la UNAM, a través de la Comisión Ejecutiva de Actividades Cinematográficas, se ha dedicado a realizar actividades que se han ido realizando de manera progresiva.

Muchas de las funciones que se han ido realizando de manera progresiva, se han ido realizando de manera progresiva.

Las actividades y acciones de la Filmoteca de la UNAM, desde el primer semestre de este año, se han desarrollado en un marco de actividades que se han ido realizando de manera progresiva.

En el primer semestre de este año, la Filmoteca de la UNAM, a través de la Comisión Ejecutiva de Actividades Cinematográficas, se ha dedicado a realizar actividades que se han ido realizando de manera progresiva.

Después de haberse organizado la Filmoteca de la UNAM, se ha iniciado una serie de actividades que se han ido realizando de manera progresiva.

En el primer semestre de este año, la Filmoteca de la UNAM, a través de la Comisión Ejecutiva de Actividades Cinematográficas, se ha dedicado a realizar actividades que se han ido realizando de manera progresiva.

Muchas de las funciones que se han ido realizando de manera progresiva, se han ido realizando de manera progresiva.

Muchas de las funciones que se han ido realizando de manera progresiva, se han ido realizando de manera progresiva.

Gaceta UNAM 15 de diciembre de 1977.

actividades cinematográficas dentro de la UNAM, la Filmoteca se ve en algunas ocasiones formando parte del Departamento de Actividades Cinematográficas y en otras del CUEC, además se le denota indistintamente Cinemateca o Filmoteca.

1971. El CUEC adquiere la calidad de Centro de Extensión Universitaria y se separa del Departamento de Actividades Cinematográficas.

En abril el Consejo Universitario expide el reglamento de exhibiciones públicas, que regirá las actividades de la Asociación de Cine Clubes.

1977, Es hasta este año cuando se establece el orden jurídico de la Filoteca, ampliando sus funciones y separándola del Departamento de Actividades Cinematográficas. Sus tareas quedaron definidas de la siguiente manera:

- a) Localización, recopilación, restauración y conservación del material fílmico y televisivo, que por su calidad e interés, artístico, histórico, científico, humanístico o documental, lo ameriten.
- b) Conservación de los originales o, en su caso, de los intertipos producidos por la UNAM y de los adquiridos por ella.
- c) Intercambio y colaboración con organismos nacionales e internacionales que persiguen propósitos similares.
- d) Presentación regular de servicios de información, que permitan a los estudiosos del cine y la televisión emplear con provecho las experiencias técnicas y artísticas del pasado y del presente.
- e) Desarrollo y fomento de la cultura cinematográfica y televisiva mediante la difusión de un acervo y a través de la elaboración de películas y programas de televisión.
- f) Conservación de grabaciones de las voces de personas relacionadas con el cine y la televisión, bandas originales de películas y música especialmente escrita para las mismas. ( 4 ).

Con esto se puntualizan y formalizan las funciones que había venido -

realizando desde su fundación la Filmoteca, adscrita a la Coordinación de Extensión Universitaria.

1978. Al quedar definidas las funciones, los servicios y el nombre de la Filmoteca de la UNAM, tanto para la comunidad universitaria, como también para toda persona física que la requiera, o para cualquier otra institución, se hace necesario el uso de un logotipo o logosímbolo que indentifique a la dependencia. Este diseño es realizado por el D.I. Jorge Canales, y es la imagen con la que se conoce hasta la fecha no sólo a la Filmoteca, sino también a la ahora Dirección de Actividades Cinematográficas.



Logotipo de la Filmoteca  
UNAM.

## Auerdo de creación de la Coordinación de Difusión Cultural

Jorge Carpizo, rector de la Universidad Nacional Autónoma de México, con fundamento en el artículo 24, fracción VII, del Estatuto General de la UNAM, y

### CONSIDERANDO:

Que la UNAM tiene como función sustantiva, la docencia, la investigación y la extensión de los beneficios de la cultura;

Que en 1947, se creó la Dirección General de Difusión Cultural, con el propósito de integrar las diversas actividades de difusión de la cultura de esta Casa de Estudios;

Que entre 1947 y 1957, el programa establecido a la difusión artística, humanística y científica, decidió que se concentraran actividades específicas de ese sector;

Que con el propósito de sistematizar las actividades de difusión cultural realizadas a través de la Dirección General de Difusión Cultural, de las dependencias que de ella se habían derivado, así como de las actividades externas, fue creada en 1957 la Coordinación de Extensión Universitaria;

Que al recibir conocimiento de los programas de extensión de la UNAM, ha sido necesario por su carácter de tareas de dignidad y cooperación de esfuerzos entre las distintas dependencias encargadas de las tareas de extensión, para coordinarlas entre la Coordinación de Extensión Universitaria y la Dirección General de Difusión Cultural;

Que el 25 de marzo de 1958, se creó la comunidad universitaria y a la opinión pública el Programa de Política Cultural Universitaria;

Que la Secretaría de los programas, en el Programa Académico 1958, es un esquema de la actual estructura académica, con el objeto de racionalizarla y actualizarla;

Ha tenido a bien expedir el siguiente:

### ACUERDO:

ARTÍCULO PRIMERO. Se crea la Coordinación de Difusión Cultural, con los recursos que oportunamente sean habidos a la Coordinación de Extensión Universitaria y la Dirección General de Difusión Cultural;

ARTÍCULO SEGUNDO. Las funciones de la Coordinación de Difusión Cultural, serán las siguientes:

- I. Entender con la mayor amplitud posible los beneficios de la cultura artística, humanística y científica;
- II. Promover y organizar los que ofrecen los Centros de Extensión Universitaria;
- III. Planear, programar, realizar y evaluar las actividades dentro del cumplimiento de las funciones anteriores;

IV. Vincular las tareas extensivas con la docencia y la investigación;

V. Impulsar la participación de docentes, alumnos, investigadores y trabajadores en el cumplimiento de las actividades;

VI. Fomentar la creatividad intelectual;

VII. Impulsar las actividades de extensión universitaria que realicen las diversas dependencias de la Universidad;

VIII. Representar a la UNAM en las actividades culturales en las que participe;

IX. Preparar la base de datos de materias de Extensión Universitaria para las actividades artísticas, humanísticas y científicas;

X. Las demás que le confiere la Ley Orgánica de esta Casa de Estudios;

ARTÍCULO TERCERO. Para el cumplimiento de sus funciones, la Coordinación de Difusión Cultural, integrará los cuerpos docentes que ofrece el área de docencia y planeación de actividades culturales mencionadas;

ARTÍCULO CUARTO. Integrará además a la Coordinación de Difusión Cultural las siguientes dependencias: Dirección General de Extensión Universitaria, Dirección de Música y Danza, Centro de Estudios Literarios, Dirección de Traducción, Dirección de Cinematografía, Radio UNAM, Biblioteca de la UNAM, Centro Universitario de Estudios Cinematográficos, Centro Universitario de Estudios de la Cultura, Centro de Investigaciones Sociológicas, Museo de Etnología de Lengua Estremenosa y Centro de Investigación Musical;

ARTÍCULO QUINTO. Los Centros de Difusión Cultural — la Casa del Lago y Museo del Objeto del Palacio de México — incrementarán sus actividades procurando una mayor integración con las otras unidades a las que sirven;

ARTÍCULO SEXTO. El cumplimiento de este Acuerdo no significará disminución alguna a crédito de nuevas plazas, en el proceso de reestructuración de puestos que oportunamente se efectúen en cualquiera de las unidades;

ARTÍCULO SEPTIMO. El Coordinador y sus colaboradores, presentando una muestra de trabajo, serán el responsable de coordinar las labores de difusión cultural de la UNAM;

### TRANSITORIO

ARTÍCULO PRIMERO. Este Acuerdo entrará en vigor el día de su publicación en la Gaceta UNAM;

"POR MI RAZA HABLARÉ EL ESPAÑOL"  
Ciudad Universitaria, DF, marzo 3 de 1958

EL RECTOR  
Dr. Jorge Carpizo

UNAM

3 de marzo de 1958

Gaceta UNAM 3 de marzo de 1958.

1958 El 3 de marzo aparece en la Gaceta de la UNAM el acuerdo del rector Jorge Carpizo por medio del cual se crea la Coordinación de Difusión Cultural en sustitución de la Dirección General de Difusión Cultural. Con esta nueva estructura desaparece el Departamento de Actividades Cinematográficas y se crea la Dirección de Cinematografía.

1987. El 2 de marzo se publica en la Gaceta de la UNAM el acuerdo del rector que, con fundamento en el artículo 34, fracción décima, del Estatuto General de la UNAM, establece la creación de la Dirección de Actividades Cinematográficas de la UNAM, que "tendrá como objetivo la difusión de la cultura cinematográfica, en beneficio de la comunidad universitaria, nacional", con las siguientes funciones:

1. "Producir y exhibir materiales cinematográficos de alta calidad.
2. Fomentar el desarrollo de los cine-clubes estudiantiles.
3. Coordinar todas las proyecciones cinematográficas públicas en la UNAM.
4. Realizar publicaciones especializadas en cine, así como materiales de apoyo.
5. Organizar, incrementar y coordinar el archivo fílmico y de video en la UNAM.
6. Organizar, desarrollar y promover el videoclub universitario.
7. Las demás que le confiera la legislación universitaria", ( 5 )

Es así como se establece la fusión de la Filmoteca y de la Dirección de Cinematografía, ambas dependientes de la Coordinación de Difusión Cultural de la UNAM, con la responsabilidad de continuar e intensificar los proyectos encomendados.

## 2.- ESTRUCTURA.

En la dependencia instituida la Filmoteca funciona como subdirección, que se ocupa fundamentalmente de la preservación e incremento del

## Acuerdo de creación de la Dirección de Actividades Cinematográficas de la UNAM

Jorge Carpizo, rector de la Universidad Nacional Autónoma de México, con fundamento en el artículo 34, fracción décima, del Estatuto General de la UNAM, y

### CONSIDERANDO:

Que la Universidad tiene entre sus principales atribuciones la de extender a la comunidad universitaria y a la población en general los beneficios de la cultura en todas sus áreas: humanística, científica y artística, incluyendo el arte cinematográfico como un medio de expresión y comunicación social;

Que siendo el cine el arte a través del cual se difunden masivamente los valores culturales de las sociedades actuales, es necesario contar con un organismo que promueva la producción, exhibición y distribución de películas de alta calidad, la localización, el rescate, la conservación y la clasificación de material fílmico y televisivo, así como las demás funciones inherentes a los archivos fílmicos;

Que es necesario el desarrollo de la exhibición cinematográfica a través de los cine clubes estudiantiles para la formación de una cultura cinematográfica en la comunidad universitaria;

Que la Universidad debe participar en el quehacer fílmico nacional mediante la producción de materiales de contenido social que reflejen y refuercen la identidad nacional difundiendo nuestros valores culturales; y

Que el desarrollo de las actividades fílmicas en la UNAM, particularmente en años recientes, dio lugar a la creación de responsabilidades y dispersión de esfuerzos entre las dependencias encargadas de difundir la cultura cinematográfica.

He tenido a bien expedir el siguiente

### ACUERDO:

**ARTICULO PRIMERO:** Se crea la Dirección de Actividades Cinematográficas de la Universidad Nacional Autónoma de México, adscrita a la Coordinación de Difusión Cultural, con los recursos humanos, materiales y presupuestales de la Dirección de Cinematografía y de la Filmoteca de la UNAM.

**ARTICULO SEGUNDO:** La Dirección de Actividades Cinematográficas de la

UNAM tendrá como objetivo la difusión de la cultura cinematográfica, en beneficio de la comunidad universitaria y nacional.

**ARTICULO TERCERO:** Para el cumplimiento del objetivo antes señalado, la Dirección de Actividades Cinematográficas tendrá las siguientes funciones:

- I. Producir, distribuir y exhibir materiales cinematográficos de alta calidad.
- II. Fomentar el desarrollo de los cine clubes estudiantiles.
- III. Coordinar todas las proyecciones cinematográficas públicas en la UNAM.
- IV. Realizar publicaciones especializadas en cine, así como materiales de apoyo.
- V. Organizar, incrementar y coordinar el archivo fílmico y de video de la UNAM.
- VI. Organizar, desarrollar y promover el videoclub universitario.
- VII. Las demás que le confiera la legislación universitaria.

**ARTICULO CUARTO:** El Director de Actividades Cinematográficas será nombrado y removido libremente por el Rector, a propuesta del Coordinador de Difusión Cultural.

**ARTICULO QUINTO:** El presente acuerdo entrará en vigor el día de su publicación en la Gaceta UNAM.

Ciudad Universitaria, DF, 27 de febrero de 1987.

EL RECTOR  
Dr. Jorge Carpizo.



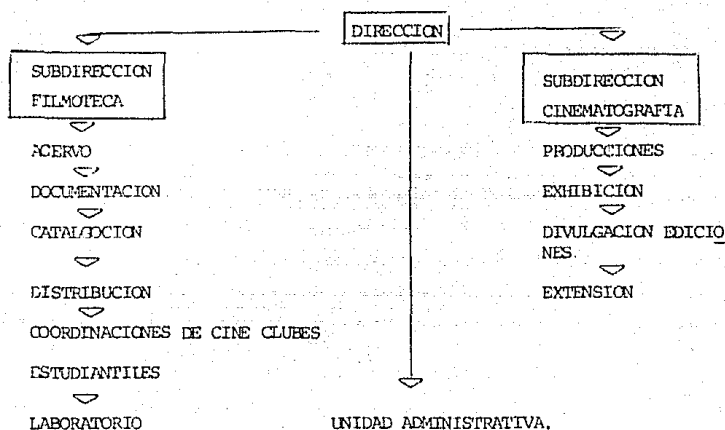
acervo ( sobre todo después del lamentable incendio de la Cineteca - Nacional en 1982, que causó la pérdida irreparable de una parte del archivo filmico de nuestro país ), que se ha convertido en el más importante del país. Consta actualmente de 9,888 películas, unas propiedad de la UNAM y otras bajo custodia.

La filmoteca realiza además investigaciones en torno al cine: Documentos de Filmoteca, Notas para la Historia del cine en México, Legislación Cinematográfica Mexicana, Cartelera Cinematográfica 1930-1939, 1940-1949, etc. La cinta de plata y el cine y la Revolución Mexicana, entre otros. También se encarga de la distribución de materiales a instituciones gubernamentales, a cine-clubes, para exhibiciones ambulantes, etc.

La Subdirección de Cinematografía se encarga de la producción de filmes de carácter testimonial, científico y cultural, además de la exhibición de películas en los diversos canales y salas ( Julio Bracho, José Revueltas, Fósforo y Cinematógrafo del Chopo), o en los lugares a los que tiene acceso la UNAM. También es responsable de las publicaciones, de la organización y difusión de las actividades de toda la dependencia.

Es así como la Universidad difunde a la comunidad universitaria, y a la población en general, los beneficios de la cultura, comprendiendo al arte cinematográfico como un medio de expresión y de comunicación social.

La dirección de Actividades Cinematográficas se encuentra organizada de la siguiente manera:



#### A. ACERVO

Este departamento se ocupa de la localización, la recopilación, la adquisición, la restauración y la conservación de materiales y equipo fílmico, lo mismo que de colecciones.

Dichos materiales se acopian por medio de donaciones de particulares, por intercambio con otros archivos, por compra, préstamo y depósito. Se ha creado un manual para archivos fílmicos, buscando, su mejor funcionamiento, pues como el cine representa uno de los elementos más característicos de la cultura, creatividad y comunicación contemporánea.

neas, su conservación es de suma importancia.

#### B. DOCUMENTACION.

La finalidad del Departamento de Documentación es coleccionar y tener disponibles todos los materiales no filmicos relacionados con el cine nacional e internacional, para ponerlos a disposición del público. Tiene a su cargo:

- a) Registro
- b) Catalogación
- c) Documentos
- d) Iconografía
- e) Hemerografía
- f) Biblioteca
- g) Fonoteca

#### C. CATALOGACION

La catalogación es la recopilación, evaluación y ordenamiento sistemático de información sobre las películas que posee el archivo. Este departamento se ocupa de :

- a) Investigación filmográfica
- b) Ficheros
- c) Catalogación e indentificación de los materiales del acervo
- d) Investigación sobre la producción del cine nacional.
- e) Registro de la exhibición en la zona metropolitana.
- f) Servicio a investigadores.

- g) Servicio a departamentos de la Dirección
- h) Banco de datos del cine nacional

#### D. DISTRIBUCION

Las películas y materiales afines se coleccionan y preservan para ser vistos mediante:

- a) Préstamo
- b) Alquiler
- c) Video Club
- d) Programación nacional e internacional
- e) Adquisiciones y ventas

#### E. COORDINACION DE CINE CLUB ESTUDIANTIL

Esta coordinación tiene por objeto dar a sus miembros y al público en general una cultura cinematográfica, estableciendo:

- a) Coordinación de cine clubes estudiantiles
- b) Centro de apoyo a cine clubs nacionales
- c) Cine móvil
- d) Exhibiciones públicas de la UNAM
- e) Relaciones con asociaciones nacionales e internacionales

#### F. LABORATORIO

La mayor parte del trabajo básico de un archivo cinematográfico se organiza alrededor de los procesos de laboratorio, ya que una cinta que

se va a conservar debe copiarse en el mismo formato en el que fue creada ( los originales de 35 mm se copian en película de 35 mm, los originales de 16 mm se copian en películas de 16mm). En algunos casos es necesario el transfer, que consiste en el traspaso de un formato a otro ( 35 mm a 16 mm, etc.). Ya que los originales pueden reducirse de tamaño por motivos de difusión, el archivo desarrollo o adopta criterios para evaluar la calidad del trabajo tanto en las copias como en el proceso de conservación.

#### G. EXHIBICION.

Se encarga de establecer premisas de exhibición no comercial del archivo a :

- a) Salas
- b) Cine clubes oficiales
- c) Circuitos
- d) Cine Infantil

#### H. PRODUCCION

Tiene por objeto la creación de películas de carácter testimonial, científico y cultural, mediante:

- a) Largometrajes
- b) Coproducciones
- c) Cortos Universitarios
- d) Cortos con material del archivo

- e) Fotografía
- f) Testimonios
- g) Grabaciones
- h) Video

#### I. EXTENSION

Para brindar a los usuarios un panorama amplio sobre la cultura cinematográfica, además de las exhibiciones de películas la Dirección de Actividades Cinematográficas ofrece:

- a) Cursos
- b) Talleres
- c) Conferencias
- d) Exposiciones
- e) Cine científico
- f) Congresos
- g) Festivales

#### J. DIVULGACION Y EDICIONES

Se encarga de las publicaciones periódicas, que registran la opinión contemporánea y la información actual y reciente de la cinematografía, mediante:

- a) Revistas
- b) Libros
- c) Impresos
- d) Información a los medios

- e) Radio
- f) Eventos
- g) Informes

K. UNIDAD ADMINISTRATIVA.

Esta unidad es la responsable de:

- a) Recursos humanos.
- b) Recursos financieros
- c) Recursos materiales y servicios

En esta forma es como la dependencia universitaria cumple con sus tareas.

NOTAS .

1. GACETA UNAM, ... 14 de octubre de 1957
2. " " ,... 18 de julio de 1960
3. " " ,... 31 de agosto de 1970
4. " " ,... 15 de diciembre de 1977
- . " " ,... 27 de febrero de 1987



CAPITULO IV.

1. ANIMACION DEL LOGOTIPO DE  
FILMOTECA DE LA UNAM.

2. PROCESO DE REALIZACION

A) GUION

B) STORY BOARD

3. ANEXOS.

#### ANIMACION DEL LOGOTIPO DE FILMOTECA DE LA UNAM.

"El objeto artístico como cualquier otro producto - crea un público sensible al arte, un público que sabe gozar de la belleza. La producción no crea pues - únicamente un objeto para el sujeto, sino también -- un sujeto para el objeto". Carlos Marx (1).

La realidad objetiva es independiente del individuo y la belleza requiere, necesita de una persona receptiva para que pueda existir como realidad, como experiencia. La belleza o el concepto de ésta va - ligada íntimamente al hombre, es una experiencia humana que se enriquece según la época y la cultura que, como forma ideológica, es producto la reproducción en la mente humana de la vida en una sociedad dada.

La fuente más rica de experiencia, ha sido y seguirá siendo el hombre. El estudio de su comportamiento y en particular de sus métodos de percepción de la realidad y formación de imágenes son nuestra determinante, ya que la materia prima que se puede utilizar para reproducir la realidad consta en su totalidad de objetos materiales y hechos físicos. Por medio de éstos pueden expresarse procesos mentales, mediante acciones humanas o dramáticas (gestos del rostro, movimientos corporales, etc.) elementos visuales o puramente plásticos (forma, color, medida, textura, etc.) elementos sonoros o auditivos (el ruido como dato acústico de la realidad empírica, la palabra como nota exterior e instrumental de las personas, el discurso hablado, y el sentido común de la na

rración), y los sentidos del tacto ( de respuesta o fenómenos físicos regularmente ), gusto y olfato ( sentidos básicamente químicos ), y es mediante ellos que el hombre se apropia de la realidad que le rodea; además, es por estos medios que se expresa el pensamiento y los sentimientos humanos en la forma más directa y familiar. Es también con todos los sentidos que el hombre se afirma en el mundo objetivo. " Por consiguiente, se requiere la objetivación del ente humano, en el aspecto teórico y en el aspecto práctico, tanto para hacer humanos los sentidos del hombre como para crear sensibilidad humana correspondiente a la total riqueza de la esencia del hombre y de la naturaleza. " ( 2 ) Para que sea capaz de los goces humanos debe poseer una capacidad sensitiva, o en otras palabras un oído musical, una mirada para la belleza de las formas, etc. y no solamente una sensibilidad limitada, marcada por las necesidades prácticas del individuo.

La mayor parte de la información que reciben los hombres es mediante los órganos de los sentidos, que son nuestra primera fuente de conocimiento.

Es precisamente en torno a los sentidos donde se sustenta la animación del logotipo de la Filmoteca de la UNAM, a manera de apología visual de dos sentidos que se consideran la base de la comunicación audiovisual, la vista y algunos elementos necesarios para el espectáculo cinematográfico ( un público, una sala de cine, un set, etc. ) y una máquina que es la generadora de imágenes, la cámara, que descubre experimenta y utiliza las formas existentes.

El logotipo de la Filmoteca se basa precisamente en la estilización de una cámara cinematográfica, que ha sido hasta ahora la expresión de la personalidad de la dependencia universitaria.

## 2. PROCESO DE REALIZACION

Es necesario hacer énfasis en algunas de las diferencias que existen entre el cine de animación y el cine de imágenes reales. La cámara de cine o de video imprime un número determinado de imágenes por segundo de manera continua cuando se pone en movimiento. Cuando éstas imágenes son reales, al proyectarse a la velocidad con que se tomaron, reproducen la impresión de movimiento.

En el cine de animación el movimiento de la cámara es discontinuo: al disparar sólo se permite la impresión de una imagen y constantemente se modifica la posición de lo que está ante ella - ya sean dibujos, muñecos, objetos, etc. -, antes de obtener la siguiente. De esta forma, al proyectarse de manera continua esas imágenes se percibe un movimiento inexistente en la realidad.

Sus personajes y escenografías pueden ser dibujados o realizados en cualquier material, en una representación bidimensional o tridimensional, pueden ser abstractos o figurativos, e incluso se pueden usar imágenes reales sometidas a las modificaciones que sean requeridas. Precisamente en este apartado es donde, en el manejo de los elementos visuales ( forma, color, textura, etc. ), recae la acción de la imagen e incurre en el campo pictórico que ha sido la base para la animación y lleva implícito un peso estético en virtud de su dependencia directa

de las artes plásticas desde su origen, Esto da distintas posibilidades de expresión visual a cualquier idea, sin sujeción a las leyes y limitaciones de la realidad. Ya que cada fotograma es creado especialmente antes de empezar a rodar, hay que tener todos los elementos preparados de antemano pues, como en el cine de animación no existe el montaje propiamente dicho, lo que se filma es el resultado final.

Por otro lado, las exigencias de este género lo hacen muy caro y muy lento de realizar. Es un trabajo que tarda años, requiere de equipo especializado y de un grupo numeroso de personas ( dibujantes, animadores, camarógrafo, checador, fondista, etc. ), y representa en algunos casos más trabajo e inversión que los de una película normal.

Para la animación del logotipo de la Filmoteca de la UNAM se enfrentaron varios problemas. Por un lado la estilización del símbolo ( de una cámara cinematográfica ), no permite alteraciones en su forma, pues la distorsión sería tal que perdería su legibilidad, o sea, la claridad con que es percibido el mensaje y la imagen; además, la disposición de ésta con el texto ( la tipografía ), en reducción sufre empastamiento e impide su lectura. Si el logotipo se plantea en el campo tridimensional pierde parte de su imagen por la estilización que tiene; quedaría muy voluminoso y ocuparía gran espacio en pantalla. Si se caricaturiza, puede caer nada más en un personaje simpático y restarle personalidad a la institución.

Todo esto llevó a plantear la necesidad de una escenografía o ambientación en torno al logotipo, para lo que se consideraron tres alterna-

tivas: la primera fué la de representar a los directores destacados de la cinematografía nacional, pero dada la diversidad de criterios que existen entre los críticos e historiadores respecto a la calidad y jerarquización de éstos, se desechó. Además se tomó en cuenta que éstos serían del conocimiento del público cinéfilo y no del público en general.

La segunda proponía a los artistas distinguidos en el ámbito cinematográfico ( María Félix, Pedro Infante, Dolores del Río, Jorge Negrete, Cantinflas, etc. ), pero se descartó por considerar que no aportaba algo nuevo. La tercera fué la idea del espectáculo cinematográfico como tal ( como el trabajo colectivo que es ), y en el que como espectadores podemos gozar por medio de nuestros sentidos. Por esta razón optamos por esta última alternativa.

Otro problema fue el alto costo de este tipo de producciones. Esta sería aproximadamente de 15 millones de pesos ( el uso o alquiler de una mesa de animación con todo el equipo cuesta alrededor de 4 millones de pesos por 10 segundos de filmación y la animación que se plantea es de 30 segundos; el costo de la película negativa en color de 400 pies en 35 milímetros es de \$ 268,755.00 + iva, y la de 16 milímetros es de \$ 239,694.00 + iva; además del pago de laboratorio, etc. ) Por esto, la posproducción que se realizó para presentar este trabajo fue filmada en video 3/4 con transfer a beta, y la técnica utilizada pa

ra la animación del logotipo de la Filmoteca de la UNAM fue la de POP o STOP MOTION ( se basa en parar la cámara para que entren a cuadro los cartones o micas necesarias para la animación ). La duración es de 50 segundos, la música que se utilizó es la de " Tablatura" de los siglos XVI al XVIII, lado 2 Colección Voz Viva UNAM, Música Colonial ( la grabación de sonido y cámara se realizaron caseramente, o mejor dicho, artesanalmente).

**NOTAS :**

1. Balázs Béla, Evolución y esencia... p 28
2. Karl Marx y F. Engels. Cuestiones de arte y ... p 49



A. GUION.

En fondo rojo, y con base en la técnica de stop motion, aparece en trazo una fila de butacas con personas sentadas en una sala, con luz de seguridad que simula el momento del inicio de una película. En la misma sala, en un panning vertical rápido, surge del lado derecho del espectador, en dibujo, un camarógrafo; de la cámara se proyecta una luz hacia una pantalla panorámica que aparece al lado izquierdo del espectador y luego, por pop, ésta se convierte en una pantalla televisiva.

Corte a:

Sobre fondo azul aparece un recuadro color magenta en el que se delinea en varios pasos un ojo, que corresponde a una cara dibujada; se hace énfasis en la oreja ( cuyo diseño es más -

académico que el resto de los dibujos ).

Cortes a:

En un fondo negro con un collage de recortes de papel de diferentes colores se pasa a fondos conformados por diversas manchas, que a la vez se suceden sobre diversos fondos blancos, sobreponiendo el escudo de la UNAM, hasta que aparece un apunte que evoca el edificio de San Ildefonso ( lugar donde se encuentra actualmente la Dirección de Actividades Cinematográficas y, por consiguiente, la Filmoteca ).

Corte a :

Nuevamente aparece un fondo negro, para dar paso a un set del cual emerge el logotipo de la Filmoteca, para concluir con el-

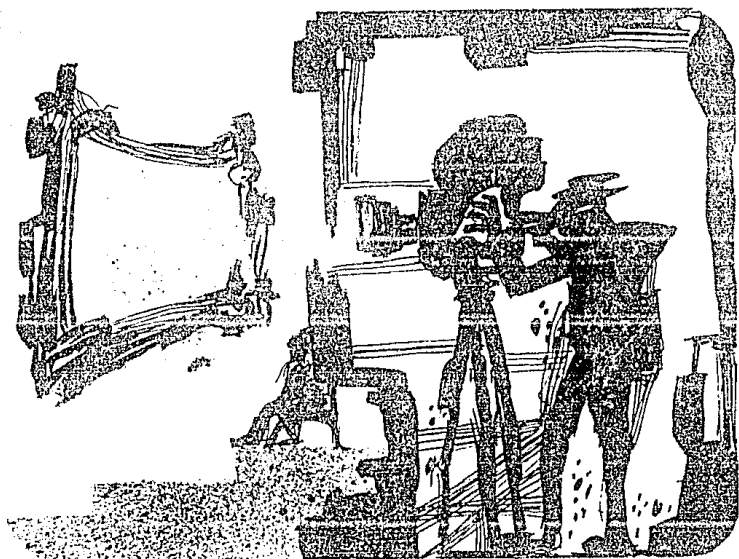
letrado de " presenta " que  
aparece abajo de dicho logo  
tipo como preámbulo a la en  
trada de la película a pro  
yectar.

## B. STORY BOARD



PG. 1.9 segundos.

aparece después de un fundido, quedando por un tiempo  
corto, la fila de butacas.



P.G. 5.7 segundos.

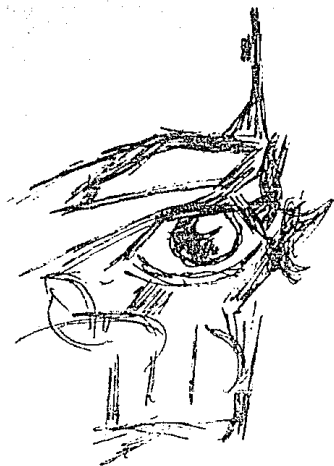
sobre el fondo de butacas aparece en 5 pasos el camarógrafo; posteriormente, por el lado izquierdo del espectador y del camarógrafo, entra una pantalla panorámica que se transforma en una de vídeo.



PG. 5.7 segundos.

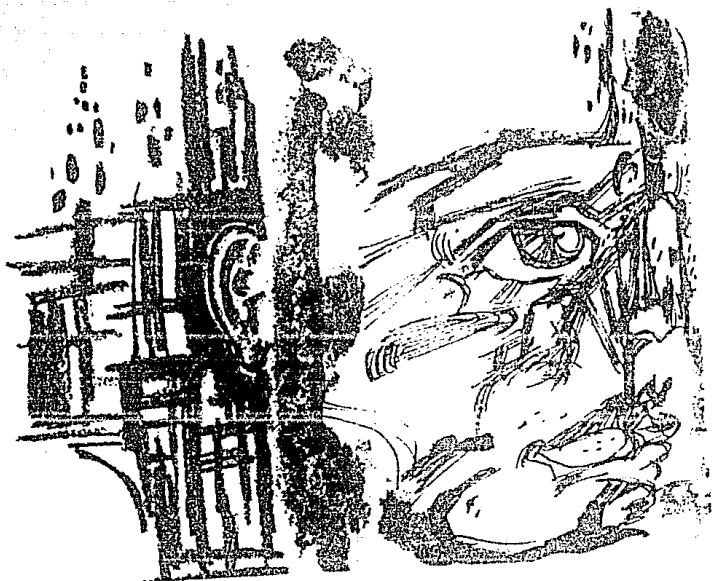
sobre un fondo azul aparece en varios pasos en recuadro magenta y,  
en dibujo, la conformación paulatina del ojo.





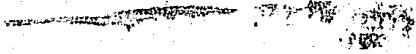
PG. 5.7 segundos

se continúa con la conformación del ojo en 6 pasos.



PG. 3.8 segundos

ya conformado el ojo se sobrepone a un fondo de cara dibujada y posteriormente aparece la oreja en contraste con el resto del fondo.



PG. 5.7 segundos

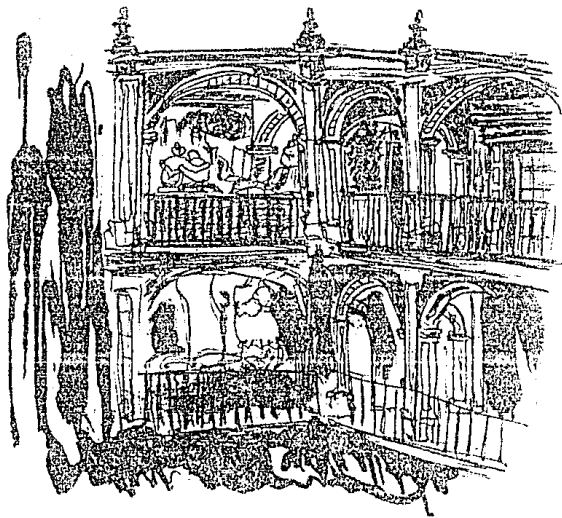
partiendo de un fondo negro se van conformando manchas con diferentes efectos.



PG. 5.7 segundos  
en fondo blanco se conforman diversas manchas, sobreponiendo el escudo de la Universidad

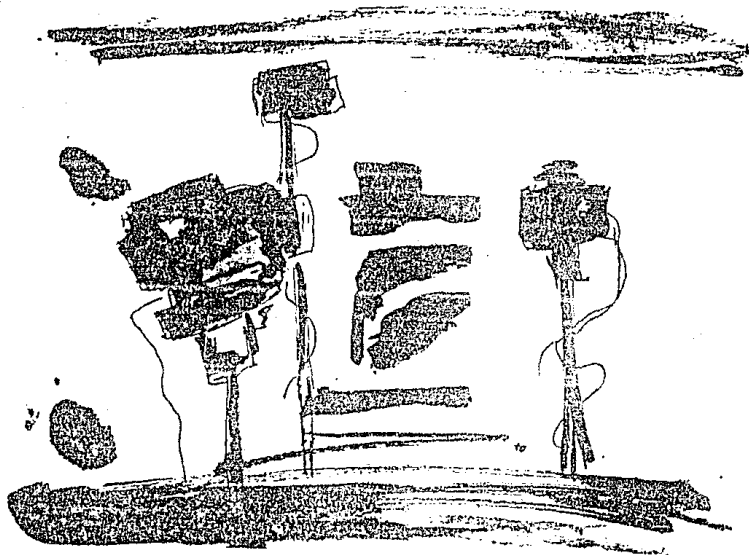


Fig. 1.9 segundos  
sólo el escudo de la UNAM



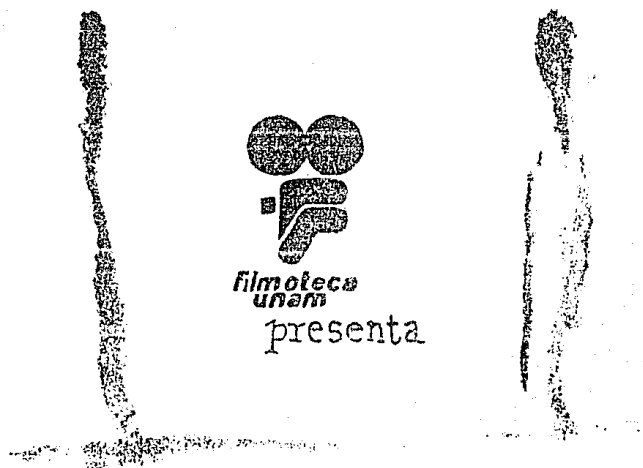
PG. 1.9 segundos.

aparece en dibujo el actual recinto de Filmoteca, el antiguo Colegio de San Ildefonso.



PG. 1.9 segundos.

a partir de un fondo negro aparece un set.

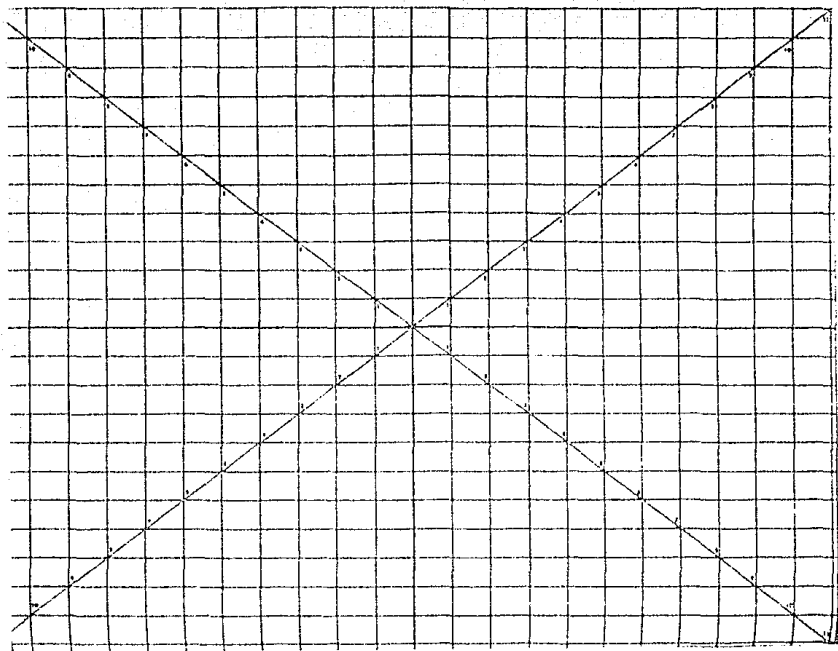


PG. 3.8 segundos.

sobre un fondo texturado se sobrepone el logotipo de Filmoteca de la UNAM y posteriormente aparece la palabra " presenta ", como prefu-  
lo a la película que se va a proyectar.



### III. ANEXOS.



La pantalla es el sistema de registro, que permite colocar en cuadro los materiales para la filmación.



PG (plano general o long shot), es el que da la idea total del lugar y sus colindancias, y establece las relaciones básicas entre las partes que componen el todo.

PMG (plano medio general o medium long shot), el sujeto se ve representado de cuerpo entero.

PPM (primer plano medio o medium close up), el encuadre es a medio torso.

PP (primer plano o close up), se muestra sólo una parte del sujeto, la cabeza, las manos, etc.

FONDO-ESCENOGRAFIA (background), diseño o figuración de fondo.

PANEO (panning), movimiento panorámico de la cámara sobre su base fija, de izquierda a derecha, de arriba hacia abajo, etc.

SET, lugar preparado con escenografía, iluminación, etc.

DISOLVENCIA (dissolve), cuando se pasa de una imagen a otra haciendo fade-out con la primera imagen y fade in con la segunda, se puede hacer rápido o lento.

FADE, aumentar y disminuir electrónicamente la claridad de la luz en las imágenes. Cuando aumenta la claridad y aparece la imagen se denomina fade-in y fade-out cuando ocurre lo contrario.

FADE IN, recurso usado para dar noción del tránsito del tiempo.

FADE OUT, (disolvencia), escena que desaparece mediante la disminución de la claridad.

LAYOUT (boceto), proyecto, preliminar poco acabado.

**STORY BOARD**, presentación visual de la historia, se usan hojas especiales, compuestas de una serie de recuadros que muestran el desarrollo de una acción y del sonido. Es la base para una filmación.

**OVERLAY** (bandera), tira de papel que se usa para sobreponer varios elementos diferentes del montaje en un mismo espacio.

**ZOOM BACK**, alejar rápidamente la lente de la cámara.

**ZOOM IN**, acercar rápidamente la lente de la cámara.



## EL CINE EN LA UNIVERSIDAD

La cultura del siglo XX dispone de muchos instrumentos para su desarrollo, pero entre ellos se cuentan uno especialmente característico de nuestra época: el cine, herramienta figurativa de gran fuerza.

El cine, que fue al principio un juguete, una curiosidad científica, se convirtió en manera de ser más adecuada inicial para un arte complejo el que se afianza en formas posibles.

En poco más de un siglo de existencia, la cinematografía mundial ha producido un grupo de obras maestras de ideas importantes que constituyen la tradición básica sobre el arte cinematográfico.

La evolución de la técnica ha estado inevitablemente relacionada con el desarrollo de este arte, que requiere para su realización de perfeccionados medios técnicos y gran número de artistas operarios.

Los cineastas que han hecho del cine una nueva rama de la expresión artística y la literatura, han estado obligados a conquistar los recursos humanos y técnicos de un arte nuevo, de gran complejidad. Como muestra de la necesidad de la técnica, podemos señalar que la cinematografía ha producido hasta un arte uniforme tanto a escala de películas elaboradas con fines exclusivamente comerciales e las directrices imperativas, así como obras de extraordinario valor estético y humano, verdaderas obras maestras de la vida y de la cultura humana.

En el terreno de la literatura, tampoco por caso, el cine está destinado a servir como libro del futuro. La reconstrucción física de ciertos acontecimientos históricos y la interpretación subjetiva una intensidad tan palpable y completa como el más completo trabajo literario. La reconstrucción de los sucesos que sustentan la producción de este libro de ideas cinematográficas es, por eso mismo, una de las más importantes de la cultura humana. Así, la película puede hacer en tal sentido tanto que el libro producido por un libro de la literatura escrita por un investigador de dicha actividad académica.

El cine, entonces, puede llegar a cumplir una importante función educativa y, por lo tanto, una función social. Es necesario difundir el conocimiento de las obras maestras del cine y promover la formación sobre el mundo cultural del que es inherente a toda gran manifestación artística.

Los cineclubes están llamados a contribuir poderosamente a esta tarea de difusión y promoción de la cultura cinematográfica. Un cineclub debe dirigir sus labores educativas hacia el conocimiento y la comprensión de estas obras maestras de la cinematografía, para darlas a conocer y explicar al público, en cada caso, su significación particular dentro del panorama artístico del mundo.

Por esta razón, es digno de encomio la labor que empiezan a hacer algunos grupos estudiantiles de la Universidad de México, que han organizado cineclubes en sus respectivas escuelas y facultades. Hasta ahora, han funcionado estos organismos en la Facultad de Filosofía y Letras, la Facultad de Derecho, la de Ciencias, la Escuela de Ciencias Químicas, la de Artes Plásticas, la de Arquitecturas, la de Ingeniería y las Preparatorias Nos. 2 y 3, y muy pronto otras escuelas podrán a fundar sus cineclubes.

Este interés por todos conceptos académico y los universitarios hacen con el público a un arte que debe tener un lugar importante, para bien de la cultura en general.



## Nuevas Actividades de Difusión Cultural

Durante el año de 1957 la Dirección General de Difusión Cultural mantuvo el ritmo de sus trabajos ordinarios y se proyectó, además, por introducción actividades de nuevo género, para estimular en mayor forma el interés de los universitarios, y el público en general, por la cultura.

La realización periódica de los más importantes e individualmente un elemento que presta grandes beneficios a los individuos particulares y a los que se desean de trabajos docentes en las instituciones de estudio. El poder de orientación que un libro ejerce, por ejemplo, puede ejercer sobre el público, está comprendiendo su buena parte, por la poderosa herramienta que ofrece en forma concisa, clara y fácil, respecto de un tema.

Este proceso de constante renovación puede realizarse, en clara, dentro de un mismo género de actividades, y depende del grado de vitalidad cultural que se manifiesta en todos los puntos del trabajo académico. Ante las fuerzas culturales, el libro adquiere de la salubridad, pueden obtenerse los conocimientos, interesantes, al mismo tiempo, que de concisos, ofrecida a la medida de las exigencias académicas e instructivas, sobre su explotación, se está en el momento de darla para adaptarse en el aula como un elemento esencialmente universitario.

Para la explotación de nuevas actividades académicas debe siempre el fin de las nuevas explotaciones, más o menos un cambio, perfección, inclusión o ajuste a las posibilidades de explotación pública.

Así, la Dirección General de Difusión Cultural, intensificó en este año los trabajos que se hacen con buenas resultados en otras universidades, como: conferencias populares de la Universidad Nacional y otras instituciones, Imperio de los reinos españoles y españoles, obras de conferencias, estatuas, exhibiciones de artes plásticas, etc. Y, por otra parte, para dar a las nuevas explotaciones a los que hemos hecho referencia en otros años, se está en el momento de darlos a conocer al público, planeando para mantener el conocimiento de nosotros, para organizarnos y representarnos, en forma que sea realista, histórica y social; la reciente serie de conferencias a propósito de la literatura en lengua española en el siglo XX, que tiene un gran interés y de la desatención con una buena parte; la nueva temporada de libros, en la que han participado elementos de diversas facultades y escuelas; la institución de un curso de historia moderna en la Facultad de Ciencias, que está destinada a fomentar el interés por la cultura mundial del estudiante; la oferta de un taller de teatro que se está en la Escuela de Medicina; la nueva serie de conferencias populares de arte libre, en el patio de la Escuela de Arquitectura, etc.

Una vez más de esta actividad es la creciente concentración de actividades culturales en la Ciudad Universitaria, que así puede darse luego, en forma de representaciones dramáticas o musicales en otros lugares de la ciudad y en cualquier parte al alcance de la población estudiantil; los recitales, exposiciones, conferencias y demás actos que deben cumplir su función.

Las clases de conferencias sobre teatro o cine, especialmente dedicadas a orientar el entusiasmo de los alumnos que organizan rivales o grupos de teatro, han recibido también la atención necesaria.

El trabajo de difusión cultural que la Universidad hace al calor, para ser un trabajo útil y universitario, debe tener presente en cuenta las necesidades que se presentan en un momento dado los estudiantes o el público al que dirige el mensaje cultural, sin dejar por eso de cumplir su obligación social. Así, en un momento, en todos los casos, los intereses sociales y académicos por los problemas de la realidad y la cultura del país y del mundo. Corresponden, por esa razón, a la Universidad, la atención especial de los libros de cultura en que aparecen en representación los elementos del estudiante.

ASOCIACIÓN UNIVERSITARIA DE CINE EN ESTADOS UNIDOS  
 "CARRERA 501" Diferente programación cinematográfica por  
 hora. Fichman Palace a las 10 y 10:30 horas. "El mundo de  
 la TV" film cinematográfico dirigido por Juan Segura con  
 interpretación por Chirón Webb. A las 11:25 y 20:30 horas.  
 Inmensidad a las 11:30 horas. Tercera temporada de 1959  
 denominada "Clases avanzadas del sistema artes" Instituto  
 de Humanidades Ciudad Universitaria.

### Sábado 10

CINE CLUB DE LA UNIVERSIDAD "Luzes de la ciudad" de  
 Charles Chaplin. Primera parte del Cine Club nocturno. "La  
 comedia en el cine" por el Dr. Ezequiel García al principio de la

partida. "Análisis de la obra de la Ciudad Universitaria"  
 A las 12 horas. (Dirección General de Difusión Cultural)

### Domingo 11

PROGRAMA RADIOFÓNICO. Tercera temporada de la  
 comedia en México, primera su programación diaria bajo  
 la dirección de Alberto Hualde. A las 14 horas, por XEB  
 (Radio Universidad).

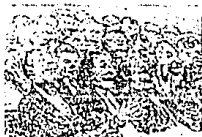
PROGRAMA RADIOFÓNICO "La Hora Inocente" Program  
 de educación y recreación bajo la conducción de Raúl Sa  
 ventini y la Dirección General de Publicaciones. A las  
 16:00 horas, por XEB (Radio Universidad).

## DIRECCIÓN GENERAL DE DIFUSIÓN CULTURAL

### CINE CLUB DE LA UNIVERSIDAD

HISTORIA Y TÉCNICA DEL CINE  
 (continuación del libro)

LA COMEDIA EN EL CINE  
 (de la época muda al principio de la parlante)



Octubre 3  
 Cortos de Mickey Rooney y  
 Shirley Temple.

Octubre 10  
 Luzes de la Ciudad,  
 de Chaplin.

Octubre 17  
 Cinematina, de Harold  
 Lloyd.

Octubre 24  
 La vida alegre, de  
 Lubitsch.

Octubre 21  
 Sopas de Ganso, Hnos. Marx.

Noviembre 7  
 El fantasma va al Oeste,  
 de René Clair.

Noviembre 14  
 Una noche en la ópera,  
 Hnos. Marx.

Noviembre 21  
 Tiempos Modernos,  
 de Chaplin.

ABONO PARA ESTUDIANTES: \$ 12.50

ABONO GENERAL: \$ 25.00

AUDITORIO DE HUMANIDADES

Gaceta UNAM, lunes 4 de octubre de 1959.





# GACETA DE LA UNIVERSIDAD

INFORMACION INTERNA DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Vol. VII - Núm. 22

Lunes 30 de mayo de 1960

Núm. 502

UNIVERSIDAD  
NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

## LECCIONES DE CINE

La Dirección General de Difusión Cultural, a través de su sección de Actividades Cinematográficas, ha organizado un ciclo titulado Conocemos Lecciones de Cine.

En estos cursos participan distinguidos elementos de la cinematografía nacional y especializada en crítica cinematográfica.

Los participantes serán los señores Francisco Pina, José Luis González de León, Julia de la Cabada, José Becnelas, Carlos Fernández, Walter Puentes, Raúl Lora, Alejandro Cabada, Carlos Vela, Emilia García Rúa, Hershilia Lafrankó y Eduardo Lizalde. Las lecciones se iniciarán el día 4 de junio con la conferencia Orígenes del Cine del señor Pina, y proseguirán de acuerdo con el programa incluido en páginas interiores.

La Universidad ha decidido, en los últimos tiempos, dar atención más cuidadosa al fomento del cine y la producción cinematográfica. Cuando el cine se ha convertido en patrimonio vital de las grandes masas populares; y cuando su conteni-

do es tan diverso y heterogéneo, la Universidad está obligada a contribuir en la difusión de los conocimientos más valiosos de este género artístico.

Con los recursos inherentes a su estructura, el cine tiene la capacidad de difundir y recoger ideas con enorme eficacia. Pero, sin la orientación que las Instituciones Académicas y los representantes de la cultura aportan, la producción cinematográfica amenaza convertirse en una mole amorfa y desorientada de ideas y valores.

Estas lecciones que la Dirección de Difusión Cultural ha organizado, significan un intento más de aportar algo a este trabajo de orientación.

Las lecciones se destinarán por ahora a un grupo limitado de personas interesadas en el cine, que podrán recibirlo de acuerdo con las bases que se anotan también en páginas interiores; pero, a la larga, estas clases de orientación universitaria se transformarán en medidas universitarias para la orientación general.

Gaceta UNAM, lunes 30 de mayo de 1960.

# EL CINE



# Y LA GUERRA

Miércoles 20, a las 19:30.

"PAZA LOS QUE LLAMAN"

de ALOJA y NAMIKOV

(Estreno)

CINE CLUB FILOSOFIA Y LETRAS  
AUDITORIO HUMANIDADES, C. U.

Jueves 21, a las 17 y 19:30.

CICLO ALFRED HITCHCOCK

CINE CLUB CIENCIAS  
AUDITORIO CIENCIAS, C. U.

Sábado 23, a las 17 hrs.

Domingo 24, a las 16 hrs.

CINE-DEBATE-POPULAR

"LOS DIOS VENCIDOS"

de Edward Dmytryk

AUDITORIO HUMANIDADES, C. U.

PAGINA 2

## LECCIONES DE CINE 1962

ANALISIS CINEMATOGRAFICO

Poner curso

CARLOS VELO

"FORERO"

Sabados, 9 a 11, a partir del 9 de junio

AUDITORIO CIENCO DE FILOSOFIA  
Y LETRAS

Inscripciones: 100 peso, RECTORIA.

Lunes 18, a las 19:30: CINE ITALIANO

"ESCIPIÓN EL AFRICANO"

de Gerardo G

CINE CLUB UNIVERSIDAD

AUDITORIO HUMANIDADES, C. U.

## CUADERNOS DE CINE

Ya pueden comprarse los tres primeros números  
Colección de Cuadernos del Cine, que edita la Sección  
Actuación, Generación y Arte.

El No. 1, está dedicado al Cine Polaco y los edita  
por Nando Cardozo. El No. 2, se refiere a la obra  
de gran documental, y en él analiza Eduardo Lizaso  
cinefobo de este gran cineasta. El No. 3 es una obra  
sobre el Cine Italiano, de José de la Colina.

### *Cine Club de la Universidad*

El próximo 25 de junio el Cine Club de la Universidad principia a su Ciclo del todo el para cineasta  
Luis Antonio Bardem (1916-1982) con la película  
ga "Bienvenido Mr. Marshall". El 2 de julio presentará  
obra dirigida por Bardem con la exhibición de "C" de  
El 9, presentará "La Muerte del Cid", el 16 "Calle  
en una maestra, y el 23 de julio terminará el ciclo  
exhibición de "La Vergine".

El cine Club de la Universidad organiza todos los  
los 15 días de junio, en el Auditorio de Humanidades de la  
Universidad.

Gaceta UNAM, 18 de junio de 1962.





## EPILOGO.

El cine de animación es una rama de la cinematografía vinculada estrechamente con el proceso plástico-gráfico de ambos lenguajes. Es también, por esta razón, un recurso o herramienta del diseño gráfico. La personalidad de una institución o empresa es el conjunto de las características que se proyectan para que aquélla sea reconocida por el público destinatario. Empleando un logotipo o logotipo se crea la identidad que garantiza el paso al mundo de la comunicación, donde se recurre al uso de los diferentes medios de promoción.

Es en este apartado que establecimos la necesidad de integrar la animación a la identidad corporativa, como una opción más en la proyección de la imagen.

Es necesario puntualizar:

- Que para el proyecto de diseño de un logotipo se requiere estudiar todas las posibilidades de aplicación no sólo en el campo impreso o arquitectónico, sino también en el del cine o en el video, para que se presente en su justa dimensión.
- La práctica de este género cinematográfico en el campo del diseño se ha visto sustentada casi exclusivamente por la capacidad creativa, ya que la escasez de equipo, de presupuesto, etc., no han permitido un desarrollo profesional más amplio, y de ahí que ésta no haya superado su carácter artesanal.

## BIBLIOGRAFIA

- ARNHEIM, R  
El Pensamiento Visual, Paidós Estética /7, España, 1986
- ARNHEIM, R.  
El cine como arte, Ediciones Infinito, Buenos Aires, 1971.
- AICHER, OTL  
Sistemas de Signos en la Comunicación Visual, GG DISEÑO, Barcelona,  
1979.
- AKOUM, ANDRE  
Las artes, Ediciones Mensajero, España, 1977.
- ARAUJO, EDUARDO  
Primeros Impresores e Impresos en Nueva España, Colección Aniversario,  
Miguel Angel Porrúa, S.A., México 1979.
- ABRUZZES, ALBERTO  
La Imagen Fílmica, Colección Comunicación Visual, GG, Barcelona,  
1978.
- ARTES VISUALES, Revista de Arte.  
" El arte público en México: LOS GRUPOS", México 1980.  
No. 23.
- ARTES VISUALES. Revista de Arte.  
" Cien años de la Fotografía en México ", México 1976,  
No. 12
- AULA ABIERTA SALVAT.  
El Poder de la Imagen, Colección Temas Clave, Barcelona, 1981,  
No. 44

- BANCO DE MEXICO.  
Gráfica del Siglo XIX, México, 1987.
- BALAZS, BELA  
Evolución y Esencia de un Arte Nuevo, Colección Comunicación Visual, GG, Barcelona, 1978.
- COSIO VILLEGAS, DANIEL  
Historia Mínima de México, El Colegio de México, México, 1974
- CENTRO DE INVESTIGACION Y SERVICIOS MUSEOLOGICOS.  
Origen, Desarrollo y Proyección de la Imprenta en México, UNAM, 1981.
- CARRERA STAMPA, MANUEL  
" Códices ", Enciclopedia de México, Tomo 2, México, 1977.
- CUADERNOS DE COMUNICACION. Revista de Comunicación.  
" Un quincuagenario que agoniza ", México , 1981, No. 76.
- CURIEL, FERNANDO  
Fotonovela Rosa, Fotonovela Poja, Cuadernos de Humanidades 9, UNAM, 1980.
- CREMOUX, RAUL  
¿ Televisión o Prisión Electrónica ?, Archivo del Fondo, Fondo de Cultura Económica, México, 1974.
- DE LOS REYES, AURELIO  
Los Orígenes del Cine en México ( 1896-1900 ), Lecturas Mexicanas, No. 61, SEP-PCE, México, 1984.
- DE LOS REYES, AURELIO  
Cine y Sociedad en México 1896-1930, UNAM, 1983.

- DONDIS, D.A.  
La Sintaxis de la Imagen, Colección Comunicación Visual, GG, Barcelona, 1976.
- DORFLES, GUILLO.  
Nuevos Ritos, Nuevos Mitos, Palabra en el Tiempo, Editorial Lumen, Barcelona, 1969.
- DORFLES, GILLO  
Símbolo, Comunicación y Consumo, Palabra en el Tiempo, Editorial Lumen, Barcelona, 1975.
- ENCISO, JORCE.  
Sellos del Antiguo México, Editorial Innovación S.A., México, 1947.
- EISENSTEIN, SERGIO  
Reflexiones de un cineasta, Palabra en el Tiempo, Editorial, Lumen, Barcelona, 1970.
- EISENSTEIN, SERGIO  
El sentido del cine, Siglo XXI, Editores, México, 1986.
- FRUTIGER, ADRIAN  
Signos Símbolos Marcas Señales, GG DISEÑO, Barcelona, 1981.
- FONDO DE CULTURA ECONOMICA  
La Caricatura Política II, Fuentes para la Historia de la Revolución Mexicana, México, 1974.
- FOTO ZOOM. Revista de Fotografía.  
Breve Historia de la Fotografía en México I ", México 1983, No.97.



- FOTO ZOOM , Revista de Fotografía.  
" Breve Historia de la Fotografía en México II", México, 1983,  
No. 99.
- FOTO ZOOM, Revista de Fotografía.  
" Breve Historia de la Fotografía en México III", México, 1984  
No. 101.
- HERDEG WALTER.  
Film + TV GRAPHICS 2, Edited by / Herausgegeben von / Réalisé par,  
Zurich, 1976.
- INBA, MUSEO CARRILLO GIL.  
" De los Grupos los Individuos ", México, 1985.
- INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGIA E HISTORIA  
Los Códices de México, México, 1979.
- J. GELB, IQNACE  
Historia de la Escritura, Alianza, Universal, España, 1982.
- KINSEY, ANTHONY  
How to make animated movies, The Viking Press, New York, United  
States, 1970.
- LOWENSTEIN, OTO  
Los Sentidos, Breviarios No. 203, Fondo de Cultura Económica, Méxi-  
co, 1978.
- LXX ANIVERSARIO DE EXCELSIOR  
Edición Especial Coleccionable, Nos, del 1 al 7, México, 1987.

- LAYBOURNE, KIT  
The Animation Book, United States, 1979.
- LIBROS DE MEXICO. Revista de CEPROMEX.  
" La Caricatura Política del Siglo XIX", México, 1988, No. II.
- LEON-PORTILLA, MIGUEL  
Los Antiguos Mexicanos, Lecturas Mexicanas No. 3.
- LIBROS DE MEXICO. Revista de CEPROMEX.  
" Vicente Rojo Trayectoria de un Diseñador Gráfico ", México,  
1987, No. 6
- LIBROS DE MEXICO. Revista de CEPROMEX.  
" Los Libros del México Antiguo ", México, 1985, No. 1.
- LIBROS DE MEXICO. Revista de CEPROMEX.  
" Los Heraldos -e- la Historieta ", México, 1987. No. 9.
- MOLES, ABRAHAM  
La comunicación y los Mass Media, Ediciones Mensajero, España, 1985.
- MURAY, RAY.  
Manual de Técnicas, GG DISEÑO, Barcelona, 1980.
- MAGENTA, Revista de Diseño.  
" Grupo Madero ", " Diseño y Diseñar ", " Definición General de D  
seño", México, 1984, No. 3
- MOORHOUSE, A.C.  
Historia del Alfabeto, Breviarios No. 160, Fondo de Cultura Econó-  
mica, México, 1982.

- MARX, KARL  
Cuestiones de Arte y Literatura, Ediciones de Bolsillo, Ediciones Península, Barcelona, 1975.
- PIERANTONI, RUGGERO  
El ojo y la idea, Paidós Comunicación/ 15, España, 1984.
- PERISIC, ZORAN  
Los Dibujos Animados, Ediciones Omega, Barcelona, 1979.
- PRJEIO, DANIEL  
Diseño y Comunicación, Colección Ensayos, UAM Xochimilco, México, 1982.
- RUIZ CASTAÑEDA, MARIA DEL CARMEN  
El Periodismo en México, UNAM, 1980.
- SADOUL, GEORGES  
Las Maravillas del Cine, Breviarios No. 29, Fondo de Cultura Económica, México, 1960
- SADOUL, GEORGES  
Historia Mundial del Cine, Siglo XXI Editores, México, 1980.
- TEJADA PALACIOS, LUIS  
Gestión de la Imagen Corporativa, Editorial Norma Colombia, 1967.
- TIEJENS, ED.  
Así se hacen películas de dibujos, Parramón Ediciones, Barcelona, 1977.
- WESTHEIM, PAUL  
El Grabado en Madera, Breviarios No. 95, Fondo de Cultura Económica, México, 1981.

- WONG, WUCIUS

Fundamentos del diseño bi-tridimensional, CG DISEÑO, Barcelona,  
1981.

- TRIANGULO. Revista Estudiantil de la ENAP.

La comunicación gráfica y la universidad 1968-1980, México, 1983.  
No. 1.