

1
2-y

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS



TESIS QUE PARA OPTAR POR EL TITULO DE
LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO

PRESENTA:



DIRECCION
ESCUELA NACIONAL DE
ARTES PLASTICAS
AV. CONSTITUCION No 600
Santiago, Chile

LUDWIGA BALBUENA ROBLES

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis 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.

INTRODUCCION

INDICE

CAPITULO I. CONCEPTOS TEORICOS

GENERALES.

1.1 Qué es el diseño.

1.2 Importancia de la percepción en el diseño.

1.3 Estructura de la comunicación visual.

1.3.1 Elementos básicos de la comunicación visual.

1.4. Características del cartel.

1.4.1 Tipos de cartel

1.4.2 Elementos gráficos que componen un cartel.

1.5 Composición fotográfica.

1.5.1 Técnicas visuales de composición.

1.5.2 Normas básicas de composición fotográfica.

CAPITULO II. EL CAMPO DE TRABAJO (CREA).

2.1 Características generales de la institución.

2.1.1 Estrategias y objetivos de la institución.

2.1.2 Areas y servicios que ofrece la institución

2.1.3 Tipos de medios de difusión que manejan.

2.2 Análisis gráfico de sus carteles.

2.2.1 Análisis de la imagen.

2.2.2 Análisis del texto.

2.2.3 Análisis del color. - Selección de alternativas de solución.

2.2.4 Análisis del Tamaño. - Análisis y síntesis fotográfica

CAPITULO III. EL PROYECTO GRAFICO. -Estructuración del diseño.

3.1 Finalidad del cartel en el CREA. 3.7 Primera etapa de bocetaje

3.2 Análisis del área cultural. Integración de elementos

3.3 Determinar el lugar y las características culturales del medio en que funcionará el objeto de diseño. Anteproyecto

- Alternativas finales.

3.4 Instalaciones del CREA.

- Presentación.

3.5 Establecer los medios económicos y productivos con que se cuenta para la realización de nuestro objeto de diseño.

- Conclusiones.

Proyección Fotográfica.

- Bibliografía.

3.6 Primeras imágenes.

INTRODUCCION

En mi trabajo presento un proyecto gráfico alternativo para la solución de los carteles que utiliza el Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud (CREA), utilizando la técnica de composición fotográfica.

La aplicación de la técnica de composición fotográfica en la estructura de un cartel, se eligió tomando en consideración que para tomar fotografías de alta calidad es preciso acostumbrar a nuestros ojos a ver lo que les rodea, tomando en cuenta los diversos elementos básicos que estructuran una imagen: formas, líneas, estructuras, texturas y analizar de qué forma interactúa cada uno de ellos y el cómo actúan en la percepción de una imagen. Además, utilicé elementos de composición: equilibrio, encuadre, ángulo de visión y otros.

Se observará de qué forma estos elementos podrán aplicarse dentro de un cartel para representar gráficamente la idea que se desea transmitir.

Nuestra técnica se aplica al cartel ya que éste es uno de los principales medios de comunicación, pues establece el contacto entre el emisor y el receptor a través de la imagen y el texto.

La finalidad de un cartel tomando en cuenta todos los aspectos de diseño, es provocar el impacto visual y retener el interés total.

Este objetivo se logrará captando aspectos visuales que resulten atractivos al espectador.

Los carteles que hasta la fecha se han desarrollado dentro del CREA, gráficamente se han basado en su mayoría en la técnica de la ilustración, con una deficiencia de diseño en su estructura compositiva.

El problema a que me refiero es que dentro de la institución se manejan mensajes con un contenido de gran importancia dirigidos a la juventud mexicana.

La técnica utilizada en ellos ha sido aplicada a sus carteles de una manera muy limitada, lo que restringe sus posibilidades expresivas y con ello su efectividad. Siendo posible fortalecer la capacidad de comunicación de la institución (CREA) con la sociedad civil, la juventud y el estado, se utiliza la alternativa propuesta para la comprensión del significado con la forma gráfica.

El proyecto está dividido en tres capítulos.

CAPITULO I.

El primero presenta el problema y da a conocer el proceso de comunicación y elementos que lo componen, además da una visión general de estos elementos que son parte de la comunicación.

CAPITULO II.

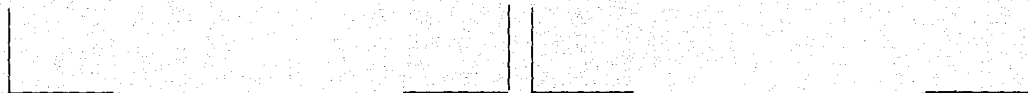
En el segundo se hace un análisis del CREA como organismo promotor de mensajes para la juventud y los medios que utiliza para este fin.

CAPITULO III.

En el último se exponen las bases teóricas del proyecto, se ubica el proyecto en el texto al que pertenece, se explican aspectos generales de nuestro enfoque de diseño y se determinan objetivos en relación al soporte gráfico y al usuario (contexto social).

Al final presento la elaboración del proyecto gráfico, así como las conclusiones en relación al proyecto en cuestión.

CAPITULO I



CONCEPTOS TEORICOS GENERALES

1.1. QUE ES EL DISEÑO.

En el diseño en general una de las primeras etapas es la del embellecimiento externo de las cosas. Se podría decir que la segunda etapa es de tipo funcional ya que si se crea o se fabrica algún producto éste debe cumplir con los dos requisitos.

También se puede considerar al diseño como un producto de tipo visual con un fin o con un propósito determinado. Un diseño con objetivos satisfechos es aquél que cumple con toda su expresión visual requerida para su funcionamiento.

Un diseñador para poder enfrentar los problemas en la sociedad debe dominar un lenguaje usado en el diseño gráfico, "lenguaje visual". Este lenguaje parte de bases ya establecidas. Estas bases o conceptos no son reglas que se tengan que usar como una receta de cocina, son parte de una organización visual del diseñador.

Este mismo, dentro de una sociedad, es parte de la comunicación. Además se comunica a través de imágenes para realizar su trabajo como tal.

En la creación de imágenes, un buen número cumple sólo con requisitos esenciales, como el ser simples, legibles y atractivas, pero que no cumplen con su objetivo básico: informar. Esto se debe a que muchas veces se puede crear algo con un fin y no como parte de un medio de comunicación. Mediante una imagen se debe transmitir el contenido del mensaje. Para esto el diseñador se enfrenta a problemas de tipo socio-cultural, etc.

Un diseñador debe tomar en cuenta los siguientes aspectos: políticos, tecnológicos y cultural. Estos son una herramienta importante, para que el diseñador transmita sus mensajes de manera fiel a la situación social de su contexto de trabajo.

En el diseño siempre está presente el acto de composición con un fin determinado. El orden de los elementos varía según la funcionalidad del mensaje o el uso que se les quiera determinar, ya que muchas veces la forma del producto depende de la función.

Al hablar de una función determinada, es imposible objetivarla, ya que no se tiene una constante y directa comunicación con el público. Así que la comunicación o el objetivo de nuestro mensaje no siempre es certero.

La capacidad de crear se consideraba como un medio fundamental para arquitectos, diseñadores e ingenieros entre otros. Pero esta capacidad tiene que ser creativa para poder renovar constantemente la comunicación.

Una manera más de poder definir el diseño, es por los resultados que provoca ante el espectador. El diseño empieza desde que el promotor piensa en la idea de crear algo y este algo suscita un cambio en la sociedad. Así, el

proceso de diseño es considerado un cambio de alguna u otra manera. Un diseñador desempeña su trabajo mediante la previsión de las situaciones futuras, para ser transferidas por medios gráficos con un mensaje específico.

El objetivo primordial de un diseñador es predecir los efectos y reacciones que pueda tener el producto creado, así como también los elementos que lo componen.

Este proceso de cambio vendría siendo una serie de pasos que comienza con la recopilación de información previa y finaliza con la introducción y efectos que pueda provocar en la sociedad. Este mismo proceso de diseño debe generar más variaciones para la creación futura de los próximos diseños. Además el mismo diseñador debe ofrecer propuestas que produzcan buenos resultados demostrando su capacitación para resolver cualquier tipo de problema en la sociedad. Esto podría considerarse como un acto moral de diseño. Lo primero que debe tomar en cuenta un diseñador es que la información que utilice debe ser lo más contemporánea para poder situarse en el problema. Además tiene que previsualizar

los efectos deseados para obtener una buena respuesta del público.

Un diseño en su desarrollo puede cambiar en una forma tan drástica que en muchas ocasiones es necesario elaborarlo nuevamente. El diseño no sólo es para satisfacer necesidades, sino que el artista puede expresar su estilo individual en cada una de las creaciones, ya sea con un fin estético o funcional.

1.2. IMPORTANCIA DE LA PERCEPCION EN EL DISEÑO.

El mensaje visual y su resultado final dependen del espectador y de su capacidad perceptiva ya que cada uno de nosotros tiene su propio criterio en la mecánica de la percepción.

En la comunicación visual, el ver es un requisito esencial, ya que éste absorbe la información al sistema nervioso por medio de los ojos.

Además, existe otro elemento llamado sintaxis visual. En él existe una serie de componentes que por abstractos que sean conforman toda una estructura de comprensión, aunque en otros mensajes existen símbolos como medio de apoyo y estos símbolos ya conocidos por el público no requieren de una previa explicación.

* La percepción la definimos como un elemento del conocimiento para aprender las propiedades reales de un objeto en forma general o particular.

El hombre depende de todas sus funciones para poder percibir los objetos, ya que ningún ser orgánico ni elemento, existen aislados. Todo es una estructura de elementos ligados entre sí.

La variedad de los elementos a los que nos referimos son parte de una percepción y están ligados entre sí, mencionaremos los sentidos externos: gusto, olfato, oído, vista y tacto, cada uno de estos sentidos tiene su función propia.

El relacionar o discriminar el material sensible ante nuestros sentidos constituye parte del fenómeno percepción en general.

Las formas que uno puede percibir son determinadas por otro tipo de sentidos, sentidos internos: sensorio común, fantasía, memoria y cogitativa. El sensorio común interrelaciona las sensaciones percibidas por nuestros sentidos externos, discrimina o relaciona el objeto percibido; la fantasía trabaja en presencia o en ausencia del objeto; la memoria es nuestro centro de almacenaje de la información captada por nuestros sentidos externos; la cogitativa distingue lo bueno y lo malo del objeto, lo conveniente y lo inconveniente esta, recurre a todos los sentidos para realizar su discriminación futura.

Al mencionar todo este conjunto de características, conceptos y elementos tenemos en cuenta que el acto de percepción en el hombre es muy complejo, ya que ningún elemento puede trabajar aislado de los demás. Cabe señalar que el percibir significa ampliar nuestro conocimiento por medio de nuestros sentidos o sensaciones.

La variedad de formas perceptivas depende principalmente del ojo, este está comprendido por tres zonas:

Zona periférica: Esta zona nos percibe el blanco y el negro así como el claro y oscuro.

Zona intermedia: Percibe el blanco y el negro así como el amarillo y el azul.

Zona central: Sensible a todos los colores así como la luminosidad, relieves y otras cosas.

El ojo en su conjunto no percibe ningún objeto aisladamente, sino que lo percibe conjuntamente con los demás.

El acto de ver es simple, es más bien un análisis global del objeto. Después proseguirá un análisis minucioso del objeto.

Al visualizar un objeto, de momento no se analizan los detalles del mismo, sino que primero se estudia al objeto

de una manera general. Al visualizar un objeto, estamos descubriendo su existencia en el espacio.

Así el ojo percibe todo aquello que se relacione con la composición. Ahora hablaremos sobre el valor cualitativo de la visión. Este tipo de valor es bueno y existe cuando dentro de la composición existen diferencias por color, tamaño y forma. Al no existir diferencia clara entre los elementos la composición puede resultar bastante confusa.

En la percepción visualizar un objeto en composición comprende tres pasos:

El primero como ya lo habíamos mencionado, se encarga de dar una visión global y adaptar al ojo el objeto o composición.

En segundo término, tenemos la discriminación de elementos en la composición o selección de ellos.

Finalmente vuelve el área central, que por segunda vez analiza los elementos de toda composición. Los tres actúan de una manera rápida y simultánea.

Si en una composición existen elementos iguales, sin diferencia ni jerarquía alguna, el ojo hace su selección de manera instintiva.

La mayor o menor percepción del objeto o composición depende del carácter mismo del signo. Se puede además establecer una jerarquía del signo a través de sus características.

Así, una buena composición debe tener formas evidentes, pero de una manera unificada para obtener un resultado final satisfactorio. Además, el ojo percibe semejanzas de varios objetos iguales que capta de una manera única.

Dentro del espacio mismo, la composición ocular ordena de una manera natural los elementos en el centro, puesto que todas las fuerzas de una composición se equilibran en el centro. El punto central en el que el ojo ordena los objetos se llama centro óptico o centro de interés pero este centro no siempre coincide con el centro geométrico de composición.

El ojo agrupa por semejanza de color o de tamaño. En toda composición debe haber un punto de interés o de resalte óptico.

A parte de ser el signo de interés de la composición, existen otros elementos que son: el color, el tamaño y la textura.

1.3. ESTRUCTURA DE LA COMUNICACION VISUAL.

La comunicación visual es parte de nuestra vida diaria, es un sistema de lenguaje construido por imágenes que pueden tener un significado igual o diferente para muchas personas.

La comunicación visual tiene sus limitantes confrontándola con el lenguaje verbal, pero una imagen es muy efectiva para la descripción de algún concepto, idea u objeto.

Todas las imágenes tienen valores expresivos diferentes, así como el receptor tiene modalidades de percepción visual diferentes. Estas dos características se deben

tomar muy en cuenta para una fácil y eficaz comunicación visual.

Para la resolución de un problema de comunicación visual se requiere de un conocimiento profundo del problema, así las posibilidades de resolución serán diversas y adecuadas al problema. Se puede también definir la comunicación visual como todo lo que ven nuestros ojos.

A lo largo de nuestra investigación poco a poco se presentarán preguntas acerca de nuestro mundo visual, y se harán análisis y estudios a través de experiencias para poder desarrollar una metodología capaz de educar tanto al emisor como al receptor. Uno de nuestros sentidos más importantes para que se pueda establecer la comunicación es la vista, ya que la mayor parte de nuestras decisiones es acerca de lo que vemos, pero a pesar de ser una función que diariamente se realiza, todavía no sabemos darle el uso adecuado.

Al uso de los elementos de la comunicación visual se les da una gran importancia, ya que nos aproximan a una realidad ambiental. El acto de visualizar imágenes en

nuestra mente significa comenzar a desarrollar el proceso de creación, así como a realizar un acto de comunicación más eficiente.

El lenguaje ha ocupado uno de los primeros lugares en el proceso de comunicación, ya que es esencial en el desarrollo de nuestra cultura. La comunicación verbal consta de una educación y aprendizaje de letras y sonidos, para que después el uso combinado de estos elementos de como resultado un lenguaje.

El lenguaje es un medio de comunicación eficiente, por lo tanto su estructura es bastante compleja. A la comunicación visual se le considera como un medio comunicador efectivo, ya que en la comunicación verbal se necesita una previa preparación para comprender el mensaje.

Al hablar de una composición visual, estamos citando un medio de comunicación o adiestramiento para elaborar

mensajes con facilidad de comprensión, ya que la capacidad receptiva en cada uno de nosotros es de manera diferente.

La comunicación visual no puede ser codificada, por lo que se ha hablado anteriormente cada individuo tiene su forma de interpretar las imágenes, es muy difícil establecer una regla o códigos generales.

Dentro de la previsualización el diseñador maneja a su modo el elemento visual con la técnica apropiada según lo más conveniente, con una serie o etapas de bocetaje para realizar una selección de las mejores ideas. Además de la previsualización que también es parte de la composición visual ésta es comprendida por diferentes técnicas visuales de composición.

El contraste es una de las técnicas más visibles dentro de la composición, cuando en un mensaje visual la imagen coincide con el contenido crea resultados satisfactorios, este problema es resuelto con el uso de técnicas visuales aplicadas según la información que quiera manejarse.

Nuestro mundo visual significa comprensión de todo lo que vemos pero no es solamente ver por ver, es necesario llegar a la asimilación de un módulo visual más complejo. Para la comunicación visual son importantes un conjunto de métodos y técnicas de composición, éstos deben estar basados en una metodología para que el desarrollo del mensaje sea más satisfactorio.

La comunicación visual se establece a través de nuestra visión, ésta depende del qué y cuánto vemos y se desarrolla de manera casual o intencional. El tipo de comunicación casual como su nombre lo indica, el contenido de su mensaje es subjetivo. La comunicación intencional puede ser maniobrable a nuestro antojo y el sentido puede ser funcional. Algo muy importante es la comunicación, es que el emisor o creador de los mensajes los transmita en forma clara y concisa.

Los mensajes gráficos son el código de la comunicación visual, este tipo de comunicación se establece por medio de Emisor-Código-Receptor. Existen tres variables dentro de los receptores, una de ellas es la sensorial, en esta tenemos la representación física que le da cada receptor. Otra de las variables depende de las características que constituyen al receptor. Por último tenemos el aspecto cultural, como su nombre lo indica trabaja según el tipo de formación respectiva que tenga el receptor.

3.1. ELEMENTOS BASICOS DE LA COMUNICACION VISUAL.

La capacidad del hombre para poder ver los objetos es una respuesta a la luz o sea que la experiencia visual depende del carácter total. Así es posible percibir todos los elementos visuales gracias a la luz que es un factor importante tanto en diseño como en fotografía. La luz nos ofrece la posibilidad de poder captar estos elementos visuales, línea, color, contorno, dirección, textura, escala y dimensión entre otros.

La gran variedad de contenido de un mensaje depende en gran parte de la expresión subjetiva del artista, de la manipulación de nuestros elementos visuales y de la elección estratégica de técnicas para poder representar el mensaje.

Los elementos visuales son básicos dentro de nuestro mundo visual, aunque son pocos resultan indispensables para la elaboración de un mensaje visual y además se manejan en forma selectiva.

El recurrir a los elementos visuales para resolver un problema de tipo visual es un método excelente, ya que su potencial expresivo es bastante grande además, estos elementos están presentes en nuestro entorno natural. Uno de nuestros elementos más simples puede tener intenciones muy complejas según la manipulación que el artista tenga sobre ellos. Para mejor comprensión de los elementos visuales se hace un análisis a fin de entender sus cualidades específicas.

EL PUNTO.

Conceptualmente el punto es invisible además, es caracterizado como la más pequeña y elemental de las formas. Se considera geoméricamente que su forma más común

es la redonda, aunque el punto real puede tomar diversas maneras de representación generadas de diversos orígenes geométricos, así las posibilidades en la forma de un punto son ilimitadas; Es parte de los elementos básicos del diseño; pertenece al grupo de los elementos de tipo conceptual que no son visibles directamente si no que parecen estar presentes, el punto nos indica posición, no tiene largo ni ancho y es generado por el principio o el fin de una línea o por dos líneas que se cruzan.

Hablando de comunicación visual, el punto juega un papel muy importante ya que es considerado como la unidad más simple de la comunicación visual. Su fuerza visual es bastante grande, es una herramienta para la medición cuanto más complicadas sean las mediciones mayor es el número de puntos que se utilicen. La acumulación de puntos crea la ilusión de tono y color.

LINEA.

Es generada por el deslizamiento del punto, dando así un salto de lo estático a lo dinámico. Se considera como un

elemento derivado del punto. Cuando un punto se desplaza en cualquier dirección se genera una línea.

La dirección es la misma, pero la línea se prolonga indefinidamente. Así la línea es la forma más simple de la posibilidad del movimiento. La línea está compuesta por otros elementos: tensión y dirección. Los tipos de líneas son: horizontal, vertical, inclinada y curva.

CONTORNO.

Existen tres tipos de contornos básicos: cuadrado, circular y triangular equilátero; cada uno tiene sus cualidades específicas, están delimitados por el recorrido de una línea en movimiento en distinta dirección; Poseen largo y ancho, pero no grosor, tienen posición y dirección. A partir de estas tres formas básicas se derivan la gran multitud de formas que existen en la naturaleza.

DIRECCION.

Toda forma tiene una dirección. El cuadrado, la línea horizontal y vertical, el triangular, la diagonal, el círculo y la curva. La horizontalidad y verticalidad de un cuadrado se asocia con la estabilidad visual. El triangular es lo contrario de la estabilidad, su posición es inestable. El circular tiene un significado de infinito y de repetición.

TONO.

Es la intensidad u oscuridad de los objetos, Siempre y cuando exista la presencia de luz, ésta cubre los objetos que posean una claridad o una oscuridad, las variaciones de luz son los diferentes grados tonales que existen. El tono es el que nos ayuda a expresar la dimensionalidad de los objetos.

COLOR.

El color está íntimamente ligado con nuestras emociones, es un elemento básico para la creación de

nuestros mensajes visuales. El color en la fotografía acerca mejor a la realidad. Además nos provoca un estímulo que asociamos con un significado.

TEXTURA.

La textura puede ser percibida mediante el tacto o la vista.

Existen texturas que contienen cualidades de tipo táctil que se pueden sentir o de tipo visual que no se sienten, pero se ven.

Una textura real está compuesta por cualidades táctiles y visuales complementadas por un tono y un color específicos. La mayor parte de nuestras experiencias texturales es óptica.

ESCALA.

Los elementos visuales tienen capacidad para modificarse, así por ejemplo, no existiría lo grande sin lo pequeño. La gran variedad de modificaciones que tienen estos elementos da origen a una gran cantidad de escalas. Por eso, estos elementos están sujetos a muchas variables modificadoras. Esta variedad de escalas depende de la relación entre el tamaño de los objetos.

1.4. CARACTERISTICAS DEL CARTEL.

Existe un elemento con alto nivel comunicativo, además forma parte de nuestro mundo visual, se trata del cartel; este es una nueva forma generada por una extraña combinación de colores, de un juego de técnicas y elementos con que cuenta el diseñador para satisfacer necesidades de comunicación visual.

En la actualidad el auge publicitario, comercial, institucional y cultural ha creado su propio lenguaje y ha dado paso a nuevas formas de comunicación cada vez más eficaces. Una de las formas a las que me refiero es el cartel, relacionado con todas las formas de comunicación visual así como todas las obras de arte. Por ello tiene algo de arte y mucho potencial comunicativo.

El cartel es muy usado en muchas campañas publicitarias, pero nuestro objetivo para el uso que le daremos es el de invitar a todos los jóvenes mexicanos a participar en los

certámenes nacionales del premio CREA, General Francisco J. Múgica en los géneros de poesía, cuento, composición musical, canto, fotografía, etcétera.

El cartel es un magnífico recurso para la formación de conductas positivas ya que por sus características especiales es muy versátil y se adecúa a las necesidades que se presentan en el proyecto.

En determinados problemas de comunicación visual el cartel no es un elemento primordial sino un factor básico.

Al cartel se le considera como un medio de comunicación de masas, se dirige hacia un público con ciertas características de tipo cultural, religioso o intelectual. Nosotros, seguidamente representamos gráficamente ideas, conceptos que llevan implícitos algún mensaje específico.

El cartel es lo mismo, generado por un problema que requiera solución gráfica y se puede realizar en imágenes llamativas significando las formas. Así la imagen es reforzada por algún texto colocado de manera ordenada que ofrece en su conjunto una información fácilmente recordable.

La función del cartel consiste en sugerir despertar el interés del receptor, introducirse con agilidad en la mente del observador, hacer que recuerde el mensaje; puede ser informativo, convincente o de otro tipo. Produce toda una serie de mecanismos psicopsicológicos en el receptor. Actúa como informador, tiene funciones de tipo ambiental, estético y de orden creativo.

Dentro de sus cualidades, una de las más importantes es la de atraer, impactar y luego informar siendo lo más breve posible. El motivo gráfico o la imagen proporciona la atracción inicial, por consiguiente debe de ser llamativo complementado con el texto que se debe leer a distancia considerable. El cartel debe influir en el

receptor de forma impactante y rápida con esto se entiende que el mensaje debe estar al alcance de todo receptor o en especial hacia aquel receptor al cual va dirigido.

1.4.1 TIPOS DE CARTEL

El cartel se divide en tres tipos: Informativo, Formativo e Informativo-Formativo.

El informativo: como su nombre lo indica se utiliza para informar sobre algún evento, actividad, cursos, conferencias, reuniones sociales, juntas, convenciones o cualquier otro evento y actividad. Utiliza un tratamiento de tipo directo, sin deformaciones en cuanto a la información, esto se debe a que en la mayoría de los casos su mensaje es de mucha importancia y casi siempre se apoya en un texto para reforzar su contenido.

En algunos casos existen carteles que sólo llevan texto, en los cuales el texto en la mayoría de los casos se convierte en motivo gráfico. En este caso se recomienda la utilización de fondos vivos que llaman la atención que

despierten interés en el observador y lo induzca a enterarse del contenido. La combinación de la imagen con el texto refuerza la información que despertó interés en el receptor y lo mueve a enterarse del contenido. Es recomendable utilizar textos cortos en colores contrastantes que proporcionen sólo la información indispensable.

Formativo: se utiliza como un medio para formar criterios que nos hagan reflexionar como un acto de conciencia, nos forma hábitos y es capaz de hacernos cambiar de actitud. Este tipo de cartel es magnífico para estimular al público en cualquier empresa. El cartel formativo es indispensable a las instituciones ya que bien utilizado es un magnífico recurso para la persuasión y formación de conductas positivas y es eficaz en la formación de hábitos para que los jóvenes tomen conciencia de la importancia que desempeñan dentro de la participación ciudadana.

En estos carteles la imagen domina sobre el texto. En el tratamiento de la imagen se aplican diferentes factores como son los físicos y emotivos. Estos factores forman parte de la funcionalidad del cartel, además de esto debe poseer un intenso atractivo visual que llame la aten-

ción y tener una potencia emotiva suficiente para retener la del espectador y gran fuerza comunicativa en su mensaje.

Formativo-Informativo: esta combinación de contenidos en un cartel se hace pensando en las necesidades de cualquier persona teniendo el derecho de recibir el contenido de nuestros mensajes. Por lo que un cartel puede ser enviado a muy diversos contextos sociales. Por ello puede tener un carácter muy particular en cada persona dependiendo de cada caso.

1.4.2 ELEMENTOS GRAFICOS QUE

COMPONEN UN CARTEL

La función del cartel es llamar la atención de una manera espontánea. Esto quiere decir que debe ser muy independiente de la voluntad del observador. Entre los factores que desempeñan esta función los más importantes son: motivo gráfico, tipografía y color.

El motivo gráfico o la imagen del cartel nos resume la idea a su mínima o máxima expresión sin dejar de ser clara y significativa. Si llegáramos a exagerar la simplificación de nuestro motivo gráfico, se reduce el número y nivel de los observadores.

El motivo puede tener infinidad de tratamientos y estos son utilizados según el mensaje o como las condiciones del problema lo requieran, pero conservando el significativo real de la misma. El motivo gráfico está constituido

básicamente por formas y se establece por tres tipos de formas: naturales, geométricas y abstractas.

Naturales: son formas reales y representativas del objeto mismo sin ninguna alteración en su naturaleza propia. Son unas de las más interesantes para el receptor, esto se debe a que constantemente está en contacto con ellas.

Su representación puede ser total o parcial de figuras humanas, objetos o animales de la naturaleza, cosas que el hombre crea y que le rodean constantemente. Entre las formas naturales se incluyen las formas animales y vegetales, siendo más llamativas aquellas que se manejan con mayor frecuencia. Estas formas son siempre motivo de interés para el observador, son el punto que atrae espontáneamente su atención.

Este tipo de formas serán las más utilizadas en el transcurso del proyecto ya que el uso de la fotografía es un medio que nos representa una realidad visual. Gracias a ella

nuestras formas naturales son incomparablemente las que más se asemejan a la realidad interpretándola así casi con una perfecta exactitud.

Geométricas: son formas simplificadas bastante perceptibles e identificables, son los rasgos más distintivos o la geometrización de cualquier forma natural. Como ya se dijo se perciben y se identifican inmediatamente, pueden ser simples o compuestas, no exigen un gran esfuerzo perceptivo porque se encuentran ligadas íntimamente a la experiencia común del observador. Además están representadas por un carácter de expresividad e impacto visual.

Abstractas: son imágenes con significado simbólico o un estilo personal del diseñador, su estudio requiere mayor observación, no tiene relación con algo conocido, son imágenes que han sido usadas simbólicamente en una forma expresiva de una manera personal del creador, exigen por lo tanto una mayor participación del receptor.

Un punto que debo mencionar es el de los tratamientos a utilizar dentro del proyecto que será el de las formas

naturales. Este tipo de forma no es la finalidad específica del proyecto, sino uno de los medios para que mis objetivos sean satisfactorios en la comunicación y fijación del mensaje a través de la fotografía.

Con la ayuda de la fotografía se pretende crear formas de tipo natural llamativas, imágenes que despierten interés. Debemos tener presente que la imagen en un cartel no es el fin en sí misma, sino un medio de tipo visual para llegar a una comunicación satisfactoria con la ayuda de los demás elementos que componen al cartel.

Color: otro de los elementos de gran importancia es el color, es bastante fundamental en el cartel por medio del contraste que es uno de los métodos más impactantes en el color y uno de los más usados en el cartel. Este tiene que ser logrado de una manera eficaz, pero con el mínimo número de colores. Su importancia es de tipo psicológico ya que está relacionado con las sensaciones del hombre.

El color juega un papel importante dentro del cartel ya que es un instrumento de impacto complementado con

el contraste. Este es un factor de primer orden, para atraer la atención actúa como una llamada de atención y sujeta la atención del espectador.

Los contrastes de letras o formas sobre fondo de color son más atractivos. Además actúan sobre la capacidad reflexiva y emocional del receptor. El impacto del color en el cartel depende de su tonalidad, claridad, saturación entre otros elementos. Así que combinando una serie de colores de un modo adecuado aumenta la eficacia de nuestro cartel y del mensaje a transmitir.

Los colores intervienen en la sensibilidad del hombre, esto ha llevado a la utilización de los colores como medio de expresión emotiva. De las cualidades y ventajas que tiene el color para la elaboración de los carteles, se pueden mencionar la impresión subjetiva de tener temperatura y la asociación de colores y conceptos.

En la práctica, se acostumbra la combinación de dos colores o más en cuyo caso no se registran los colores aisladamente, sino que se les une por medio de la percepción.

Texto: su principal función es reforzar el mensaje que nos refiera el motivo gráfico e informar la idea evento o motivo del cartel y en sí mismo es un elemento importante en la composición, ya que ayuda a dar la impresión de equilibrio.

Deben tomarse en cuenta todas las consideraciones anteriores. La redacción debe de ser correcta, el tipo de letra o familia debe de ser la adecuada a la imagen y al mensaje que se quiera comunicar, el tamaño de la misma y la colocación del texto; debe cuidarse que ambos no compitan.

Uno de los objetivos obligatorios del cartel en sus elementos es que la redacción debe visualizarse en pocos segundos, por esto los textos serán claros, cortos y legibles.

Estos elementos se jerarquizan en colocación, tamaño, color y tipo de familia, como ya se indicó, el texto debe estructurarse con más de un mínimo de elementos para evitar competir con la imagen, aunque en algunos casos el texto puede ser el centro de interés del mensaje.

Para permitir una rápida percepción, es recomendable que los textos sean cortos y claros, buscando al igual que la imagen dar su mensaje con el mínimo de elementos y evitar palabras o frases largas.

Se busca el texto que mejor explique el mensaje. El nivel cultural y social del receptor a quien va dirigido el mensaje es determinante en la redacción de los textos.

Tipos de Texto, Encabezado y pie.

El encabezado: casi siempre es el título del cartel, es el elemento del texto que primero llama la atención por lo cual generalmente se escribe con letras de mayor tamaño y con una o dos palabras que simplemente refuercen la imagen. El pie refuerza al encabezado, el tipo de letra es más pequeño con textos cortos.

Tipo de Letra: la familia de la letra debe corresponder a la estructura general de la composición, el tipo de imagen y la temática que se esté tratando.

En los carteles del CREA por el tipo de imágenes naturales es conveniente usar letra sencilla y legible para que el mensaje sea comprendido por el receptor. La letra se elige también según el nivel cultural del receptor. El tamaño de la letra será elegido de tal manera que el texto pueda ser leído a una distancia aproximada de 3 ó 4 metros.

En cuanto a la colocación de los textos es más recomendable el horizontal, además es el más legible, no es recomendable colocarlos en forma vertical o inclinada porque se requiere de mayor tiempo para su lectura.

Composición: Es la distribución de los elementos anteriormente mencionados en nuestra área de trabajo. La composición en el proyecto, desempeña el papel más importante, ya que la aplicaremos a la fotografía en los carteles para que nuestros elementos tengan diversas opciones en su distribución.

El mensaje depende de la distribución que se dé a nuestros elementos, formando así unidad entre ellos (imagen, texto, color, etc.).

mentos que funcionen conjuntamente sobre el receptor y clarifiquen el mensaje.

El objetivo de aplicar la composición fotográfica, es que desde la toma de la imagen gráfica este factor se está tomando en cuenta, así llevando en la impresión un cierto estudio en su significado, no nada más en la imagen sino que también en el resto de los elementos que lo componen.

Al hablar de una buena composición me refiero a la efectividad que pueden tener los carteles armonizando todos los elementos que lo componen.

El mensaje se integra a través de la composición, formando así una unidad que cumpla con las funciones de un cartel, permitiéndole conocer al receptor su contenido en un vistazo rápido. Por tanto es recomendable no usar elementos demasiado pequeños.

Se debe evitar también la utilización de elementos aislados que interrumpan la continuidad de la composición, así que, dentro del cartel debe existir una unidad de ele-

1.5 COMPOSICION FOTOGRAFICA

El significado de un mensaje no sólo se expresa en la elección del tema, sino también en el orden que le demos a nuestros elementos. La disposición de estos elementos debe interactuar como un todo en el papel de la composición.

El significado de un mensaje mucho depende de qué tan acertada sea la composición. Esta ocurre en gran parte a los elementos, y su función es mantenerlos unidos para crear un ambiente dentro de la imagen que exprese fácilmente el mensaje.

Muchas veces nos hemos preguntado, ¿qué es una buena fotografía?

Una buena fotografía depende de la reacción que provoque. Una de estas reacciones es sorprender al espectador, esto se puede lograr visualizando la escena original.

El saber ver fotografías es importante, ya que a esto se le llama estructurar visualmente. Acostumbrar los ojos a ver es lo más importante, en base a esto hay que identificar los elementos básicos que componen la imagen, los cuales son los siguientes: líneas, estructuras, texturas y saber qué papel desempeña cada uno de ellos en la imagen; así como el uso de nociones básicas de composición: regla de tercios, encuadre, ángulo de visión, etc. Un elemento bastante importante para la fotografía es la luz, es indispensable tener conocimiento básico sobre ella.

El saber ver fotográficamente es uno de los puntos claves para una buena imagen. Esta imagen es la que debe atraer visualmente a cualquier espectador, debemos buscar cosas que llamen nuestra atención, así como temas que aparentemente insignificantes pueden tener mucha expresión. Al educar poco a poco nuestra visión lograremos

mos estar capacitados para desarrollar un estilo personal o sentirnos atraídos por cierta temática.

Cada fotografía que se toma dice algo con relación al tiempo, el tiempo a que me refiero es captar los momentos decisivos, momentos espontáneos que ocurren una sola vez, donde se conjugan todos los elementos de una manera armónica. Son momentos inesperados de la vida cotidiana.

Mencionaré algunas características de los elementos con que contamos: Formas; La silueta de un objeto es la que debe de crear el impacto sobre el espectador, hay que saber utilizarlas de una manera ventajosa para crear un impacto espectacular, una de las técnicas para este propósito es el contraste. Identificaremos el mejor ángulo para que nada nos obstruya el detalle de la forma que deseamos destacar.

Líneas: Nos refieren la dirección y la distancia de algún objeto, son parte de las formas y nos conducen hacia el centro de interés de la fotografía, transmiten la sensación de acción y fuerza; la línea es usada de tal manera que

puede transmitirnos una gran sensación de profundidad, conduce nuestra mirada a lo que pueda ser algo insignificante.; Existen líneas bien definidas, el impacto de éstas es más fuerte y son fáciles de reconocer, las líneas curvas son más suaves, sutiles y delgadas; las líneas en nuestra composición conectan elementos no relacionados entre sí.

Textura: La textura le da a nuestra imagen una gran sensación de realismo y atrae nuestro sentido del tacto. Las texturas revelan las condiciones reales de un objeto, además nos transmiten la sensación de una tridimensionalidad, nos da la oportunidad de captar las propiedades que componen al objeto, peso, volumen, dureza y otras características; La luz es otro elemento que complementa para poder transmitir la sensación de textura.

Cada uno de los elementos mencionados puede ser la temática de una fotografía, casi se podría considerar que cualquier fotografía depende de estos elementos. La utilidad de éstos es bastante indispensable para estructurar una fotografía, por lo tanto debe de existir una gran fle-

xibilidad dentro de un fotógrafo para crear una composición satisfactoria.

Esto se logra gracias a la gran versatilidad de nuestra cámara y además podemos cambiar de ángulo según lo requiera la toma o usar los mecanismos selectivos de la cámara, velocidad de obturación y diafragmas. Estos elementos darán pauta al tipo de significado o contenido que se le quiera dar a su fotografía.

Se recomienda que antes de tomar una fotografía, se analice la escena para encontrar la mejor disposición de todos nuestros elementos y transmitir la idea. Debe tomarse en cuenta que en nuestro plano existe un llamado peso visual, a este plano se le distribuyen nuestros elementos de manera que exista un equilibrio; esto se logra por medio de colores, áreas vacías o llenas.

El equilibrio nos puede ayudar a destacar nuestro centro de atención, existe una regla que de cualquier manera destaca nuestro centro de interés (regla de tercios) en esta regla existen posibilidades de composición bastante interesantes.

Hablaré un poco de la perspectiva por considerar, que es un elemento que influye en nuestra composición. Esta se altera de una manera sencilla cambiando el ángulo de la cámara, uno de nuestros ángulos más realistas es el horizontal al nivel de nuestros ojos.

Al colocarnos de manera contrapicada, nuestro sujeto adquiere una sensación de superioridad y una toma desde arriba disminuye las proporciones del objeto. Los ángulos ya mencionados son libres de elegir según las condiciones que requiera nuestra toma.

Otro sistema de composición es el encuadre, una ventana de agujero, cualquier tipo de encuadre es efectivo para llamar la atención del espectador, es como una especie de segundo encuadre, disimula fondos y detalles molestos, transmite profundidad y nos sitúa en el contexto de la toma.

Mencionaba que el observar es bastante interesante ya que esta acción es una obra de tipo creativo y esto que observamos lo podemos representar por medio de la fotografía. Podría considerarse a la fotografía como un sistema de lenguaje en la cual se imprimen acontecimientos de todo tipo, según el fotógrafo será su temática preferida.

Todo este tipo de mensajes que uno quiera crear a través de la fotografía se puede lograr mediante ciertas bases, éstas deben partir de la claridad y la sencillez para que nuestra interpretación o nuestro mensaje no se preste a confusiones.

Este lenguaje también maneja una gramática que se aprende con un cuidadoso estudio desarrollando un estilo propio de la personalidad y posibilidades creativas de cada individuo dentro de sus fotografías.

Se tienen grandes posibilidades creativas dentro de la técnica fotográfica para poder plasmar un mensaje, pero se debe tomar en cuenta que cada fotógrafo tiene una visión diferente.

Haré mención acerca del equipo básico con que podemos tomar nuestras fotografías.

Por lógica lo principal dentro de nuestro equipo necesario para un fotógrafo es una cámara, no nos interesa lo costosa que pueda ser, mientras el fotógrafo tenga una visión bien formada se obtendrán buenas fotografías.

Según la aptitud y experiencia en cada uno de nosotros crecen las exigencias, ante éstas uno escoge el tipo de cámara que se adapte a sus posibilidades económicas y creativas. El tripí es otro de nuestros instrumentos de trabajo, un disparador de cable y un fotómetro es todo lo que necesitamos para iniciar un verdadero trabajo.

Por último mencionaré que una de las tareas primordiales para un fotógrafo es controlar la luz, este es un elemento primordial de nuestras creaciones tanto para el volumen como para el color. A consecuencia de la luz aparece el color en nuestra composición. El color es un elemento de nuestra capacidad de visión, su percepción depende de la intensidad luminosa.

La creación de imágenes es buena con el uso adecuado del color para poder crear un juego armonioso de colores dentro de nuestra composición.

A la diferencia que existe en cada uno de los colores se le llama contraste, éste puede variar de una manera óptima hasta la mínima. Además el color influye en el ser humano de una manera psicológica, por ejemplo el rojo significa amor, el amarillo odio, y así sucesivamente, pero este significado varía según el tipo de cultura que tenga el individuo. Los colores afectan nuestros sentidos y formación visual.

1.5.1 TECNICAS VISUALES DE

COMPOSICION

El contenido y la forma son elementos básicos de la comunicación visual ya que el contenido es el mensaje o la información que se quiere transmitir y la forma varía en formato según la función. Por medio de la composición de un medio informativo, se controla la interpretación y el contenido que se da a los mensajes por que la comprensión del significado depende tanto del receptor como del creador

Contenido (mensaje-significado).

Forma (diseño, medio, composición).

De la composición dependen muchísimo el mensaje y el significado. El mensaje y el método de transmitir ideas dependen del dominio que se tenga de la técnica usada. El uso de las técnicas y la habilidad que se posea en el manejo de ellas es de gran importancia, ya que no se

cuenta con opciones disponibles para resolver problemas de comunicación.

Algunas técnicas de la comunicación visual son:

Equilibrio: tiene una importancia de gran ayuda para el diseñador, así como el contraste. Esta técnica es necesaria para la percepción humana.

Simetría: se establece un equilibrio simultáneo en que el elemento de un lado es igual al del otro trazando un eje central, aunque existen otras maneras de conseguir la simetría.

Asimetría: no existe un equilibrio formal aunque se pueda lograr variando los elementos.

Regularidad: se establece un orden por medio de la información de elementos.

El contraste además de llamar la atención es una técnica que acaba con un elemento enemigo del diseño, el aburrimiento. En el contraste podemos crear efectos de gran contenido y llamar la atención de cualquier espectador.

El contraste es una llamada de atención a todo significado, es el que define básicamente las ideas.

Contraste de colores: el tono es el que domina en un objeto, después existe el contraste total de colores (cálido-frío).

Contraste de contornos: llamar la atención mediante el efecto dramático.

Contraste de escala: este tipo de contraste es manipulado mediante la proporción de los elementos. La utilización de todos los tipos de contrastes que existen es una herramienta de gran utilidad, ya que tiene variedad de elementos básicos que son: línea, tono, color, dirección,

contorno y movimiento, sobre todo la proporción y escala, además para la creación de mensajes más notorios.

El contraste, cuando se percibe dentro del campo en que se encuentra, debe existir una diferencia entre este y la forma.

Si no hay contraste no hay forma perceptiva. La luz es un elemento esencial de la forma, ya que ella determina el grado de percepción de cualquier forma. Las cualidades de percepción de la luz son:

1. La luz puede definirse en cromática y acromática.
2. Existe la presencia de un matiz y saturación, estos dos elementos se manifiestan sólo con la luz cromática.

De tales características surge el contraste existiendo una variación en cada uno de ellos.

Equilibrio: es una de las formas de percepción más importante, más fuerte y firme del hombre. Entre los ejes horizontal y vertical se establece una estructura que mide el equilibrio.

Tensión. Muchas cosas visualmente son inestables, pero al aplicarse los ejes horizontal y vertical nos refiere una sensación de estabilidad. La tensión es un elemento muy valioso para usarlo como refuerzo del mensaje en la comunicación visual.

Contraste y armonía: el contraste es un elemento importante ya que en el campo visual, es usado para enfatizar el significado del mensaje o simplificarlo, Aunque ambas se determinan como contrarios, los dos son muy importantes para el mensaje visual.

La armonía: es un elemento que ayuda a organizar y racionalizar algún problema dado, Para que el contraste se manifieste la luz es la fuerza visual clave, la fuerza fisiológica de la visión, Así el tono es tan importante como la presencia de la luz, crea un contraste en las cosas, de esta manera se clarifican y representa gran ayuda para el mundo de la visión.

Al llamar una figura equilibrada, no necesariamente nos referimos a una simétrica, hay formas más complejas en que se puede manifestar el equilibrio y este proceso puede ser intuitivo en lugar de físico. Debemos evitar la ambigüedad por ser un efecto molesto y como su nombre lo indica bastante confuso.

Coherencia: se mantiene uniforme constantemente.

Variación: existe cambio dentro de un orden lógico.

Audacia: el propósito del mensaje es lógico, aunque simplemente bueno.

Realismo: una forma de imitar la realidad.

Neutralidad: no compite en ningún momento.

Distorsión: cambio brusco de la realidad.

Acento: hace notar una cosa contra un todo.

Transparencia: existe la posibilidad de ver lo que hay detrás.

Plano: ausencia de perspectiva y sombras claroscuro.

Opacidad: la ocultación de lo existente dentro de algo.

Profundo: presencia de las mismas.

Singularidad: enfatizar un elemento apartándolo de su entorno.

Unidad: los elementos deben estar interrelacionados entre sí para parecer un solo elemento.

Yuxtaposición: se unen dos elementos existiendo una relación mutua.

Fragmentación: son piezas entre sí que conservan su carácter único.

Secuencialidad: establece un orden lógico con elementos iguales.

Economía: integrada por elementos mínimos de composición.

Difusividad: la imagen no es clara, crea un efecto de suavidad.

Profusión: rico en elementos compositivos.

Simplicidad: como su nombre lo indica se manifiesta de una manera simple y elemental.

Reticencia: construir un mensaje usando elementos mínimos.

Complejidad: su progreso de organización es complicado, existen numerosos elementos.

Exageración: su forma de expresión es de manera amplia e intensificada.

Predictibilidad: recurre a lo ya establecido y con un mínimo de información.

1.5.2. NORMAS BASICAS DE COMPOSICION

Espontaneidad: se produce sin cuidado con gran carga emotiva.

Actividad: refleja un movimiento continuo de los elementos.

Pasividad: se mantiene firme e invariable, produce un absoluto reposo.

Sutileza: elementos de gran delicadeza.

FOTOGRAFICA

Normalmente dentro del área de las artes plásticas algunos artistas obedecen a ciertas reglas fundamentales, que son parte de la composición de sus trabajos, así el fotógrafo cuenta con algunas reglas fundamentales que le pueden servir de complemento para lo que él quiera crear. Además contamos con diversos elementos visuales como son: forma, textura y línea.

Cualquiera de ellos puede transformarse en la temática de una fotografía, sin embargo la mayoría de las fotografías dependen de estos elementos. Así un fotógrafo querrá utilizar estos elementos para crear una imagen bastante significativa.

Además, el fotógrafo con la ayuda de algunas reglas dispone de mucha flexibilidad, más de la que se puede imaginar para crear una verdadera composición. La manera

en que cada uno de nosotros utilice las reglas de composición depende de lo que se desee expresar o de las conexiones visuales que se quieran establecer.

Estas reglas no deben ser utilizadas de manera automática, pero sí con ciertas consideraciones generales que el fotógrafo debe tomar en cuenta. La finalidad de tomar en cuenta estas reglas es crear un mensaje que le lleve con eficacia a nuestro público. Dentro de la composición es preciso analizar todos los elementos de que se disponga, para después organizarlos conforme al efecto esperado.

Encuadre: esta regla hace que el punto de interés sobresalga en toda la escena, puede convertirse en uno de los instrumentos más poderosos en la fotografía, además nos ayuda a darle mayor interés a una imagen. El encuadre nos acerca a la escena, le da la sensación de profundidad a la imagen. También sirve para disimular fondos y detalles molestos. El encuadre no sólo es un medio eficaz de dirigir la atención del espectador, sino que su versatilidad es bastante mayor.

Regla de tercios: a menudo una fotografía tiene un peso visual compuesto por diversos elementos de la imagen, a esto se le llama equilibrio, se obtiene frecuentemente mediante el contraste de colores, tonalidades, objetos y áreas vacías, al existir un equilibrio se puede destacar el punto central de la atención.

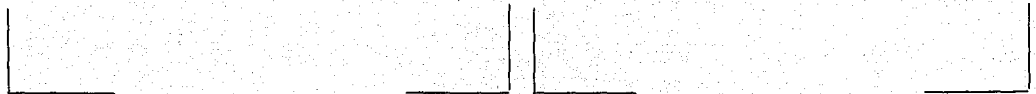
Una de nuestras reglas para destacar el centro de interés es la regla de tercios, esta regla nos da una gama de posibilidades para poder estructurar nuestra imagen. Cuando uno observa el visor de la cámara imaginará que éste se divide en tercios, horizontal y verticalmente. Nuestro sujeto puede estar colocado en una de las cuatro intersecciones, con estas posibilidades se logra un equilibrio dentro de la imagen y así sucesivamente se pueden hacer diversas combinaciones para realizar una agradable composición.

La mejor perspectiva: la perspectiva se puede alterar modificando el ángulo de la toma. La misma toma puede ser radicalmente diferente tomada desde ángulos distintos. El ángulo al nivel de los ojos aporta realismo a nuestra escena, un ángulo en contrapicada puede dominar al es-

pectador y adquirir poder. Así la toma se hace por el contrario en picada, los sujetos aparecen disminuidos en cuanto a su tamaño. Así la perspectiva es la elección desde el punto de vista o el ángulo que deseamos fotografiar.

Sencillez: no necesariamente una fotografía debe de estar compuesta por múltiples elementos para ser buena. Muchas de las mejores fotografías que tomamos están compuestas por un pequeño detalle. Así se comprende que un mensaje sencillo se capta mejor. En muchos casos el aislamiento de la imagen produce mayor impacto y crea una composición más vigorosa.

CAPITULO II



EL CAMPO DE TRABAJO (CREA)

2.1. CARACTERISTICAS GENERALES

DE LA INSTITUCION.

Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud.

Breve historia.

El 3 de enero de 1950, el entonces Presidente de México, Lic. Miguel Alemán, reúne a sus principales colaboradores, el objetivo de tal junta de gobierno era el de crear un instituto que se ocupara de los jóvenes, de sus problemas, ayudando a la vez a lograr soluciones a los mismos. El Presidente Alemán estaba consciente de la fuerza vital que representaban los jóvenes y sabía también que su encausamiento dependía para el sano desarrollo de la nación.

El resultado de esa reunión ministerial fue un sencillo decreto que establecía la creación del Instituto Nacional de la Juventud Mexicana (INJM). Sin embargo, su contenido no habría de publicarse sino hasta el sábado 25 de febrero de 1950, quedando acentados los objetivos del nuevo organismo: preparar, dirigir y orientar a la juventud respecto a los problemas básicos de México, siendo responsabilidad del instituto estudiarlos, formular soluciones y proponer a los organismos oficiales o sociales que correspondan las iniciativas pertinentes.

Es así, como en julio de 1951 se hizo la formal inauguración del instituto. Trece años más tarde, el sábado 3 de agosto de 1964, el Presidente de México en turno Lic. Adolfo López Mateos inauguró las nuevas instalaciones del Instituto Nacional de la Juventud, INJUVE que con la herencia del INJM, dirigirla Antonio Arroyo Alba. Desde entonces sus actividades ya beneficiaban a más de 180,000 jóvenes en 16 estados de la República.

El 1o. de diciembre de 1977, el presidente José López Portillo, instalaba formalmente el Consejo Nacional de Recursos para la Atención a la Juventud (CREA). De

acuerdo con el decreto presidencial publicado el 30 de noviembre de 1977 en el Diario Oficial, el CREA sustituyó al INJUVE, con el propósito de fomentar el desarrollo integral de los jóvenes y prepararlos para que asuman plenamente sus responsabilidades, incorporándolos a los procesos sociales como factor de cambio.

Entre otras, una de sus principales funciones era la de asesorar al Poder Ejecutivo del Gobierno de la República, en la determinación, ejecución y evaluación de una política nacional en relación con la juventud.

El CREA debería ser antes que nada, el eje central de un esfuerzo en común, de un empeño único por atender a los jóvenes, partiendo del hecho de que este sector constituía, como hasta la fecha una porción mayoritaria de la población.

En ocasión de tal acontecimiento, quedaba instituido de igual forma y por decreto presidencial, el 10 de diciembre como día de la Juventud que cada año serviría para evaluar lo hecho por y para la población juvenil. El CREA se erigía como un multitudinario "Parlamento Juvenil", una procuraduría de los derechos juveniles.

Los jóvenes por sus problemas y aspiraciones están sumamente diversificados. Van de la necesidad de una estabilidad emocional y económica al acceso de la educación, empleo, la cultura, el deporte, la recreación y a la participación social y política. Para 1980 existían en el país un poco más de 24 millones de jóvenes que representaban alrededor del 3% de la población total. Para 1985 la población comprendida entre los 12 y 29 años de edad ascendió a 35 millones.

Considerando la magnitud de la población juvenil y lo diversificado de sus problemas y aspiraciones, se concluyó que para atender a los jóvenes era necesario la constitución de un consejo que permitiera integrar los esfuerzos de diversas instancias del sector público a nivel federal, estatal y municipal. Con esta convicción, el 3 de

noviembre de 1977 constituyó el Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud.

2.1.1. ESTRATEGIAS Y OBJETIVOS

DE LA INSTITUCION.

I. Impulsar la investigación de la problemática juvenil, de manera que nuestro conocimiento sobre ella se amplíe y profundice constantemente.

II. Consolidar la estructura horizontal del Consejo mediante la concertación de convenios, con el conjunto de dependencias públicas, sociales o privatizadas relacionadas con la problemática juvenil.

III. Fortalecer la capacidad de interlocución del CREA entre la sociedad civil, la juventud y el Estado.

IV. Impulsar la descentralización de acciones en los estados, promoviendo la constitución de consejos estatales, regionales y municipales que permitan multiplicar la atención de los jóvenes.

V. Fomentar la participación plural a través de una consulta popular permanente, que a partir de sus puntos de vista encauce las acciones necesarias.

VI. Promover la organización de los jóvenes a nivel nacional, estatal y municipal mediante la constitución de clubes juveniles y comités populares de la juventud mexicana.

VII. Trascender toda actividad paternalista hacia los jóvenes, estimulando su desenvolvimiento en la justicia y en la libertad, para que el propio joven sea el promotor del desarrollo.

2.1.2. AREAS Y SERVICIOS QUE OFRECE

EL CREA A LA JUVENTUD

Area cultural.

El CREA ofrece a los jóvenes espectáculos de calidad a bajos precios o gratuitos, a través de funciones de cine y teatro, foros de música, exposiciones, espectáculos artísticos y otros.

Paralelamente ofrece y promueve su expresión, a través de la apertura de espacios para su participación y la celebración de certámenes en los niveles municipal, estatal y nacional en un amplio espectro del quehacer cultural, como son: novela, poesía, cuento, periodismo, guión

de televisión, fotografía, guión cinematográfico, producción cinematográfica y composición musical.

Entre las actividades que destacan año con año encontramos: Festival de la Raza, Festival de Sinaloa, Festival de la Juventud Mexicana, Foro del cine joven, Programa Cultural de las Fronteras, Encuentro Nacional de la Juventud Mexicana en el Área Cultural, Premio CREA, Premio Nacional de la Juventud Mexicana en las diferentes manifestaciones culturales.

Área deportiva:

El CREA pone a disposición de la juventud mexicana, las instalaciones deportivas con que cuenta y promueve la práctica masiva del Deporte entre la juventud a través de la Organización de Ligas Deportivas Juveniles, Populares y Permanentes.

Por otra parte, el consejo apoya e impulsa a los jóvenes, valores deportistas mediante la celebración de eventos de alto nivel como lo son las vueltas ciclistas del Golfo y del Pacífico, así como el Gran Premio de Montaña con duración de 3 a 6 días cada uno, el Encuentro Atlético Intercontinental Santiago Nakasawa Ida, con duración de 3 días en el mes de junio. Encuentro Nacional de la Juventud Mexicana en la Rama Deportiva y se ofrecen certámenes a nivel municipal, estatal y nacional en las áreas de ajedrez, atletismo, basquetbol, beisbol, ciclismo, juegos autóctonos, futbol, natación, montañismo y volibol.

Área recreativa y turística

El consejo ofrece a la juventud a los precios más bajos del mercado la posibilidad de conocer nuestro país, sus ricas tradiciones y la convivencia con otros jóvenes, a través de la Red Nacional de Albergues y Campamentos que cuentan con capacidad superior a las 6,000 pernoctaciones-día. Por otro lado, la institución ofrece cursos de taller

literario, tejido, guitarra, manualidades, música andina, gimnasia estética, bailes, cuadrillas norteñas, bailes folklóricos internacionales, aeróbicos, música disco, taller de instrumentos, manualidades sencillas, repostería, expresión corporal, danza moderna, karate, caricaturas y canto coral, así como cursos de verano que varían en duración.

Destaca en el área recreativa el Certamen Nacional de Proyectos Científicos y Tecnológicos de la Juventud.

Fomento Económico.

A través del Sistema Plan Joven se ofrece a los jóvenes mexicanos la posibilidad de adquirir bienes y servicio de su interés con descuentos que van del 5 al 50%, se les ofrece igualmente la posibilidad de continuar con su formación y educación por medio de becas ante diversas instituciones públicas y privadas y se les brinda asimismo, la posibilidad de adquirir artículos a bajos precios a través de las tiendas Plan Joven.

Por otra parte, se fomenta el empleo juvenil mediante bolsas de trabajo, el otorgamiento de becas-empleo para los jóvenes servira para que presten sus servicios en actividades en beneficio suyo y de su comunidad, por medio de las empresas juveniles provocando con estas una respuesta eficaz a la demanda de trabajo de la juventud.

Orientación juvenil

A través de la Procuraduría de Orientación y Apoyo a la Juventud se ofrece a los jóvenes del país los servicios de asesoría y gestoría jurídica, así como de orientación educativa, laboral y para la salud, estos servicios se refuerzan en el área metropolitana mediante TELJUVE, programa de orientación e información telefónica juvenil que opera las 24 horas del día de los 365 días del año.

Comunicación Juvenil.

Un espacio para los jóvenes, que han logrado consolidarse como un verdadero vehículo para su com-

unicación, es la revista Encuentro, de nueva creación y publicación bimestral.

jóvenes valores más destacados en los distintos campos de acontecer social. Al respecto anualmente se verifican el Premio Nacional de la Juventud y el premio CREA.

Por otra parte, los jóvenes tienen la posibilidad de analizar y debatir acerca de los principales problemas y demandas a través de los programas De cara al futuro y los jóvenes que transmiten semanalmente por el canal 11 de T.V. y Radio Educación.

El CREA ofrece a la juventud sus series editoriales Biblioteca Joven, Juventud Democrática, Letras Nuevas, Los Grandes Maestros Mexicanos y "Voces Nuevas" todas ellas donde se tratan temas de interés para la juventud.

Premios y Estímulos a la Juventud.

El CREA estimula, premia y promueve a la juventud por medio de la celebración de certámenes a nivel municipal, estatal y nacional, mediante los cuales se detecta a los

2.1.3. TIPOS DE MEDIOS DE DIFUSION

QUE MANEJAN.

La radio y la televisión son los medios de comunicación que utiliza el CREA para transmitir sus mensajes al público. Estos medios le evitan al interesado la lectura de textos largos, además atraen la atención por medio del sonido o la vista.

Radio: los mensajes transmitidos por la institución son de gran variedad, esto se debe a que la radio se presta para hacer llegar mensajes a todo tipo de público, con frecuencia las personas escuchan radio cuando se encuentran solas, de modo que se establece un contacto personal que las hace más receptivas a los mensajes, esto las induce a actuar rápidamente cuando se les invita a marcar cierto número telefónico para ponerse en contacto con la institución.

Televisión: la institución utiliza mensajes televisivos para llegar a un auditorio colectivo. Una de las principales

ventajas de la televisión es que absorbe por completo la atención de los televidentes, recurriendo a métodos audiovisuales combinados con el movimiento. Los mensajes televisivos son de gran importancia para la institución, ya que México es un país de jóvenes que desean para sí mismos y para los demás un mundo más justo y más libre; Una mayor participación en la solución de problemas presentes y en la elaboración de proyectos para el futuro. Para este tipo de mensajes la televisión tienen un efecto inmediato.

SUBDIRECCION DE PRODUCCION EDITORIAL

La Subdirección de Producción Editorial depende de la Dirección de Comunicación Social. Está dividida en tres departamentos, Edición, Producción Editorial y Distribución.

La subdirección de Producción Editorial maneja únicamente la comunicación escrita, es decir, los impresos como libros, revistas, carteles y folletos.

Ventajas del medio impreso.

Algunas ventajas del medio impreso son su permanencia a través del tiempo que se concreta en la posibilidad de consulta y revisión. Por otro lado, el costo de producción es más económico que en los medios electrónicos, además no es necesario poseer un aparato receptor electrónico para tener acceso a la comunicación impresa. El cartel por ejemplo, cuando se coloca en lugares estratégicos como centros comerciales, avenidas principales o vagones del metro, llega a un gran público receptor.

Desventajas del medio impreso.

Los mensajes impresos están vinculados sobre todo, al nivel de alfabetización de los receptores. Su alcance no se puede comparar con los medios electrónicos. Por

ejemplo, el tiraje de un libro es de aproximadamente 10 mil ejemplares, en caso de que el autor sea reconocido si se tratara de un escritor joven el tiraje sería de mil ejemplares.

Qué decir de la revista Encuentro que edita el CREA con un tiraje de 30 mil ejemplares o de los carteles que promueven las actividades de la institución con tirajes de aproximadamente 5 mil ejemplares.

Tal vez lo más importante es que el medio impreso requiere de toda la atención del receptor, cosa que no sucede con la radio y la televisión ya que se pueden realizar diversas labores y al mismo tiempo recibir los mensajes.

El proceso editorial de libros.

Preparación del original por los autores: Antes de entregar el original a la institución el autor debe realizar una concienzuda revisión del original, con el fin de que se eliminen los errores tanto en su forma como en el contenido.

Corrección del original: en este paso la institución se hace cargo de revisar el original, para corregir los errores tanto ortográficos como sintácticos que hayan pasado inadvertidos al autor.

Diseño del formato de la obra: en esta etapa se escoge el tipo de papel que se empleará según el tipo de obra propuesta, también se determina el tamaño del libro y la distribución de cada página dependiendo de la cantidad de texto y de las ilustraciones que contenga, además según las páginas del original se determina el tipo de letra que se debe emplear, También decide el tipo de encuadernación a utilizar.

Elaboración de la composición: Una vez determinado el diseño de la obra y marcado el original para la imprenta se procede a la composición. La institución cuenta con una máquina compugráfica, que consiste en un sistema electrónico también llamado composición en frío, se trata de sistemas fotográficos de alta velocidad. Además esta máquina cuenta con pantalla para corrección, memoria y otros adelantos técnicos que facilitan este trabajo.

Formato definitivo. Este paso se efectúa cuando se ha recibido la composición de la imprenta y consiste en la distribución del texto en cada página, así como las ilustraciones correspondientes de manera que además de ser artística, facilite la lectura y el manejo de la obra.

Corrección de pruebas: en esta etapa se marcan los errores u omisiones que hayan cometido el tipógrafo o grabador para después corregirlos.

os para fotografiar por separado cada uno de los cuatro colores básicos de la ilustración que se pretende reproducir.

Impresión: la institución cuenta con una impresora offset. La impresión de las láminas o ilustraciones en color se realiza mediante la superposición de los cuatro colores básicos: -amarillo, rojo, azul y negro-. Es decir, para la reproducción de una lámina en color el papel debe pasar cuatro veces por la máquina de impresión (prensa) y dicha superposición de colores produce las diversas tonalidades de que consta una fotografía.

Encuadernación: se forman los pliegos, se escoge la encuadernación más apropiada y se realiza el refino.

El proceso de edición de revistas: la revista cuenta con su propio equipo: redactores, reporteros, fotógrafos y colaboradores. El proceso de edición es similar al de los libros.

El proceso de edición de carteles: cuando un departamento o dirección de la institución quiere promover determinada actividad, manda la información a la Subdirección de Producción Editorial. De ahí se lleva al Departamento de Edición encargado de seleccionar la información y darle un orden, después envía el texto a Producción Editorial, al departamento de diseño, donde se escoge el tipo de letra, color, ilustración y motivo gráfico, después siguen los mismos pasos de los libros.

2.2. ANALISIS GRAFICO DE SUS CARTELES.

Se hará un análisis general de los carteles en cuanto a imagen texto, color y tamaño. Este análisis es de gran importancia para detectar las deficiencias de los elementos necesarios en su clasificación e identificación como cartel.

Los carteles del CREA cuentan con una importantísima información, pero el mensaje muchas veces se puede considerar no ser lo suficientemente explícito para funcionar como un cartel ya que el uso inadecuado del color, imagen y texto, le resta legibilidad. Las formas sencillas son más fáciles y rápidas de percibir.

Además utilizan frecuentemente elementos no necesarios para transmitir el mensaje ni útiles para la composición del cartel y sí en cambio pueden desviar la

atención del observador disminuyendo la claridad del mensaje. Generalmente a menor número de elementos, mayor claridad en el mensaje del cartel.

Con este análisis se busca la posibilidad de solucionar el problema gráfico, con la elaboración de los carteles en forma más original y simplificada, de modo que gozarán de mayor impacto y sin decirlo todo acerca del área cultural despertar la curiosidad e interés en los jóvenes con el fin de incitarlos a buscar mayor información y más detalles en los centros culturales que casi siempre estarán a su alcance.

Los carteles del CREA deben también desempeñar una función muy importante a nivel decorativo, es decir, deben crear una atmósfera relacionada directamente con el evento.

2.2.1. ANALISIS DE LA IMAGEN.

De los elementos que conforman los carteles del CREA la imagen es la encargada de atraer la atención del espectador teniendo prioridad sobre el mensaje en su mayor parte. Siendo el área cultural el problema a resolver, proponemos transportarla al cartel mediante su reproducción fotográfica y de esta manera el área se promueve por sí misma.

La imagen utilizada en los carteles del CREA en su mayor parte utilizan la técnica de la ilustración, este criterio ha sido utilizado con ciertas variantes en diferentes series de carteles de varios eventos culturales.

Con respecto a la fotografía que ellos utilizan para la imagen del cartel, es bastante arbitraria ya que no conforma una relación con los demás elementos que componen al cartel, ni a nivel conceptual relacionado con el evento.

El tratamiento de la imagen debe contar con la posible credibilidad del receptor. Sin embargo, la técnica fotográfica está actualmente tan desarrollada que nos permite una serie de transformaciones en el objeto fotografiado sin que éstas se noten verdaderamente.

La alternativa de solución a nuestro proyecto propone desde el principio establecer la organización de nuestros elementos, el lugar u objeto a fotografiar se preparan a fin de que luzcan lo mejor posible, se estudia la iluminación o el mejor ángulo y se utilizan diferentes filtros para corregir el color. En fin existe una muy variada gama de posibilidades para el tratamiento de una imagen fotográfica. El CREA se limita bastante en las posibilidades de explotar su imagen ya que la técnica predominante en sus carteles es la ilustración y los recursos aprovechables de la misma son numerosas.

2.2.2. ANALISIS DEL TEXTO.

El estilo de tipografía de los títulos y referencias que utiliza el CREA en sus carteles carece de organización. Me refiero al tipo de letra seleccionado para los carteles bastante arbitrario, porque posiblemente no se consideran los estilos visuales. En la mayoría de los carteles la tipografía no corresponde con la imagen, sólo en algunos es legible el texto ya que la interlínea no está bien aplicada. En los textos no existe jerarquización alguna por tanto, no diferencian en altas y bajas las referencias, ni altas en el título o viceversa.

Aún cuando la tipografía es legible, su tamaño no es lo suficientemente grande para ser leída a más de un metro de distancia, esto ocurre con algunos carteles, cosa importante en el caso del título pues fundamentalmente más que comunicar, se invita a los jóvenes a participar en la gran variedad de eventos culturales organizados por la institución.

Anteriormente se hablaba de una unidad, cosa inexistente en los carteles o en los textos del título y referencias, así como en la imagen y estructura compositiva.

Finalmente, como no existe una organización en cuanto a títulos, textos, bloques de información, interlíneas, etcétera, muchas veces el texto compite con la imagen.

2.2.3. ANALISIS DEL COLOR.

El color es muy importante en la creación de mensajes visuales, sin embargo, el CREA no hace el uso adecuado de éste ya que lo aplica de manera arbitraria.

En realidad el color en su contenido puede almacenar mucha información y es una experiencia visual muy penetrante, por tanto constituye una valiosísima fuente de comunicadores visuales. No recurre ni a esto el CREA a las diversas posibilidades para hacer uso del mismo, pues el texto, imagen y color, son elementos conjugados para formar las cualidades estéticas y lograr la comunicación del mensaje.

Los recursos de impresión institucionales son suficientes para cubrir en los carteles las necesidades estéticas respecto al color, sin embargo, teniendo al sistema de impresión de offset las posibilidades de aplicación del color son bastantes limitadas.

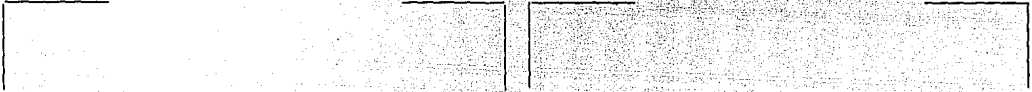
2.2.4. ANALISIS DEL TAMAÑO

El tamaño de los carteles es muy variado ya que abarca desde los más pequeños de 25 X 48 cm. hasta los más grandes de 60 X 40 cm. entre éstos existe una gama de otras medidas.

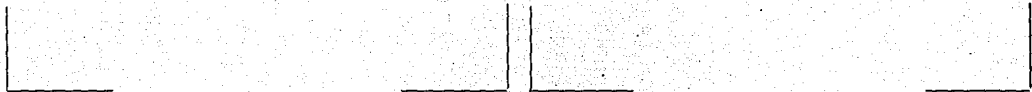
El tamaño también es de gran importancia al cumplir con una función esencial de los carteles, pues son un medio de comunicación masiva, impreso, exterior y directo, por tanto para lograr dicha comunicación son exhibidos y vistos por gran número de espectadores que se encuentran en muy diversas condiciones de visibilidad.

Así que el CREA debe cumplir con cierto criterio en cuanto a sus dimensiones. Cuenta además con una gran variedad de posibilidades para hacer carteles de diferentes tamaños, aunque en algunas ocasiones se limita.

CAPITULO III



4



EL PROYECTO GRAFICO

3.1 FINALIDAD DEL CARTEL EN EL CREA

Se considera que el manejo del área cultural del CREA nos permite explotar las cualidades expresivas propias del cartel. Con los carteles así como en otras formas de promoción el CREA busca abrir espacios, invitar a jóvenes a la participación de las diversas actividades culturales esto es principalmente a jóvenes ciudadanos para intervenir en las tareas del quehacer cultural.

Los temas de los carteles corresponden a los intereses detectados ante las necesidades de los jóvenes en el ámbito cultural. Para estas nuevas opciones se toman en cuenta todos los eventos de tipo cultural que maneja la institución, así como sus atractivos y principalmente los servicios y facilidades de acceso a los centros culturales.

Tratándose de una serie de carteles, se debe tomar en consideración la gran importancia de conservar cierta unidad entre ellos. Aunque el sistema de identificación que es el área específicamente a jóvenes, proporciona en cierta medida esta unidad, lo hace relacionando todas las formas promocionales del CREA en conjunto y no a los carteles en especial.

Así por sistema de unidad se entiende una serie de características comunes entre los carteles que ayudarán a reconocerlos como pertenecientes a una sola institución y con un mismo fin. Este sistema en cierto modo implica el criterio de solución para los carteles, debe establecerse para dar unidad a la serie, pero a la vez permitirá a cada cartel cumplir con sus funciones o su existencia propia e independiente, mediante el aprovechamiento de los recursos o características particulares desprendidos del contenido de cada tema.

ESTE SISTEMA DE UNIDAD PUEDE ESTAR

COMPRENDIDO POR LOS SIGUIENTES PUNTOS.

La composición de los diferentes elementos que forman el cartel.

La incorporación de un elemento adicional.

La tipografía.

El estilo o la técnica utilizadas para la imagen.

3.2. ANALISIS DEL AREA CULTURAL.

Una de las prioridades para la institución (CREA) es la promoción integral de la cultura, esto quiere decir abarcar todos los ámbitos del quehacer cultural no sólo dedicarse a una sola área.

Es prioritario para el CREA ya que en 1986 se destinaron cerca de 200 millones de pesos del presupuesto del CREA, a la promoción de la cultura. Esto quiere decir, fomentar el ejercicio de la misma entre los jóvenes, la apertura de foros, la generación de espacios, el seguimiento de los jóvenes artistas que están empezando a destacar en el área cultural.

Dentro de la institución existe una promoción fundamental, una promoción de base que se refiere a los concursos o certámenes inscritos en la gran movilización que todos

los años realiza la institución conocida como encuentro nacional, cultural, deportiva, recreativo y político de la juventud mexicana. Culmina en el mes de septiembre con la entrega del premio CREA Francisco J. Mújica a los ganadores de cada uno de esos certámenes.

El objetivo de los certámenes es hacer una movilización a nivel nacional, es decir, de la base municipal se pasa a una etapa estatal y finalmente a una nacional. Desde luego el Distrito Federal queda a nivel de los estados.

Buscan hacer una promoción de base entre los jóvenes creadores en las diferentes áreas del ejercicio cultural en nuestro país, buscan invitarles a participar y dar a conocer su obra, desde luego con la motivación y el estímulo de premio CREA, más que un premio en efectivo es un reconocimiento público que esta institución realiza como instrumento del gobierno federal para reconocer su trabajo.

Es un reconocimiento establecido en cosas muy concretas, por ejemplo en el caso de los certámenes literarios se editan una serie de libros a través de dos colecciones que tiene la institución, una de ellas es la colección Letras Nuevas y Nuevos Valores de la Literatura.

Ese es un ejemplo del seguimiento que se les da a los ganadores de estos certámenes. Son certámenes que además fomentan el ejercicio de la cultura, la creación y el trabajo cultural entre los jóvenes, entendiendo como cultura el ejercicio del quehacer humano referido al arte y las humanidades en sus diferentes manifestaciones.

Esa es la promoción de base, promoción que se complementa con una serie de talleres que existen a nivel nacional. Debemos recordar que el CREA tiene un CREA descentralizado en cada estado de la República, un CREA inscrito en el programa de actividades y de atención a la comunidad del gobierno estatal.

En los talleres se invita a artistas consagrados para participar con su conocimiento y experiencia, convocando a los jóvenes que se inician en cualquiera de los ámbitos

culturales. Asimismo existe otro evento anual que se inscrite, se trata del Festival de la Juventud Mexicana. Después de los certámenes y entrega de premios se realiza un festival como cierre de todo lo que se realiza en el año en el ámbito de la cultura.

Dentro de ese festival se realiza destacadamente el programa Música Verbal e Imagen. La generación de fin de siglo, Es un programa que nació en 1985, trata de ubicar a los jóvenes destacando en diferentes aspectos del área cultural. Hay una promoción en el ámbito de la estrategia cultural del CREA referida a impulsar jóvenes que ya están trabajando y tienen obra.

En términos generales se puede decir que la labor del CREA es de impulso, promoción, seguimiento y apoyo.

Existen también intercambios con otros organismos dedicados a la promoción cultural como son el INBA y la SEP en primera instancia, otras dependencias se dedican

también a la promoción de la cultura, más organismos independientes por ejemplo, el Comité Mexicano de la Nueva Canción.

Se tiene una revista netamente cultural, se trata de la revista LA ORQUESTA, un órgano de participación juvenil dirigido y coordinado por jóvenes. Es una revista exclusivamente de cultura joven donde escriben jóvenes intelectuales. Existe un programa de televisión llamado interludio de la orquesta filarmónica del CREA.

3.3. DETERMINAR LAS CARACTERISTICAS

SITIO ESPECIFICO:

FISICAS Y CULTURALES DEL MEDIO

CASA DE LA CULTURA

EN QUE FUNCIONARA EL OBJETO

"JESUS REYES HEROLES".

DE DISEÑO.

CASTILLO DE CHAPULTEPEC.

Los carteles se colocarán en áreas donde se lleven a cabo eventos de tipo cultural y se llegue al mayor número de jóvenes del país invitándolos a participar en los eventos culturales del CREA.

CENTROS CULTURALES.

CENTRO SOCIAL DE BARRIO.

CINETECA NACIONAL.

EXPLANADA DEL CENTRO CULTURAL DE HACIENDA.

MUSEO NACIONAL DE CULTURAS POPULARES.

PALACIO DE BELLAS ARTES.

POLIFORUM CULTURAL.

SALA CARLOS PELLICER.

SALA MANUEL M. PONCE.

SALA NEZAHUALCOYOTL.

SALA OLLIN YOLINZTLI.

UNIDAD DE CONGRESOS DEL CENTRO
MEDICO NACIONAL.

TEATROS.

3.4 INSTALACIONES DEL CREA

En la capacitación cultural, el cartel es un magnífico recurso para la formación de conductas positivas, pues sus características ayudan a transmitir en formación mensajes específicos o sentimientos expresivos. Es un medio visual para cubrir muchas funciones al mismo tiempo, tanto estéticas como funcionales.

Se promueve un alto nivel cultural en los sectores juveniles de manera pluralista sin distinciones, se ofrecen oportunidades concretas para el mejor aprovechamiento del tiempo libre al participar en actividades sociales, recreativas, deportivas, culturales, económicas y políticas.

Se invita a la participación de jóvenes de cualquier organización juvenil en el proceso de desarrollo com-

unitario, regional y nacional. El CREA trabaja con el propósito de fomentar el desarrollo integral de los jóvenes y prepararlos para que asuman plenamente sus responsabilidades. El objetivo principal radica en trabajar para la población juvenil tomando en consideración la magnitud de población juvenil existente y lo diversificado de sus problemas y aspiraciones. Concluimos que el conocimiento sobre ella debe ampliarse y profundizarse constantemente.

3.5. ESTABLECER LOS MEDIOS ECONOMICOS Y PRODUCTIVOS CON QUE SE CUENTA PARA LA REALIZACION DE NUESTRO PROYECTO.

Se evalúan todos los recursos disponibles para llevar a cabo el proyecto. Se tratan recursos económicos, técnicos, materiales y humanos. Teniendo establecidas las necesidades del problema es ahora cuando debemos ver con qué posibilidades y limitaciones económicas contamos.

Los recursos que deben tomarse en cuenta se relacionan con los medios de producción, tanto la mano de obra como posibilidades tecnológicas, por tanto debe tenerse

presente que la mano de obra, los medios de producción, así como el material, existen dentro de la institución.

En esta breve descripción se mencionará el equipo de impresión con que cuenta la institución. Cuenta con la máquina tipográfica, compugráfico, compouser.

De impresión se utiliza el sistema offset, se cuenta con tres máquinas solna, una 125 una cabeza, otra 225 dos cabezas y la tercera 425 cuatro cabezas.

En la subdirección de producción editorial del CREA hay 68 empleados en total divididos en tres departamentos. El departamento de edición, cuenta con cinco elementos, su perfil profesional es de egresados de carreras de comunicación a nivel licenciatura. Ahí se realizan trabajos de corrección de estilo y se cotejan textos tipográficos.

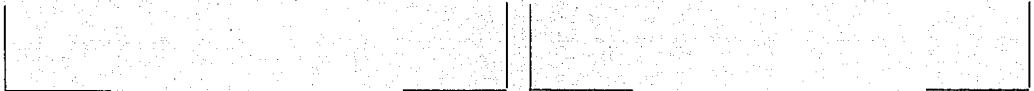
El departamento de producción editorial está compuesto por Diseñadores, Tipógrafos, Transportistas, Trabajadores de Fotolito, Encuadernadores y Refinadores (cortadores).

El último departamento es de distribución, encargado de la distribución y entrega de los impresos a nuestro público, este departamento cuenta con tres elementos para desempeñar el trabajo. El personal encargado para el departamento de diseño tiene un grado de especialización en escuelas de arte y diseño gráfico. Los tipógrafos requieren un conocimiento de las máquinas que manejan. La Compugráfico prácticamente una computadora, aparte de una habilidad especial mecanográfica.

El personal que opera las máquinas impresoras de transporte y del fotolito requieren también una habilidad y conocimiento de sus herramientas e instrumento de trabajo especiales, semejantes a la de cualquier obrero u operario de nivel medio al igual que los encuadernadores y los refinadores.

La especialización que cabe en el personal que trabaja en esta subdirección puede apreciarse en la cantidad de pasos que sigue, un mensaje impreso por su publicación y cada uno de estos pasos es atendido por un grupo de trabajadores apartados en cada uno de ellos.

PROYECTACION FOTOGRAFICA

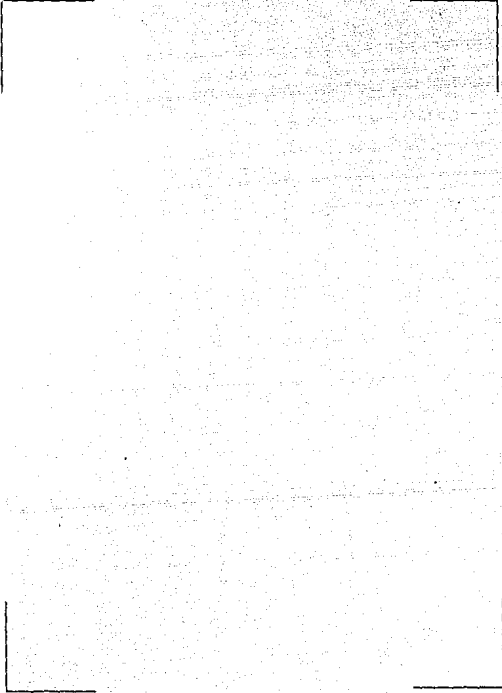


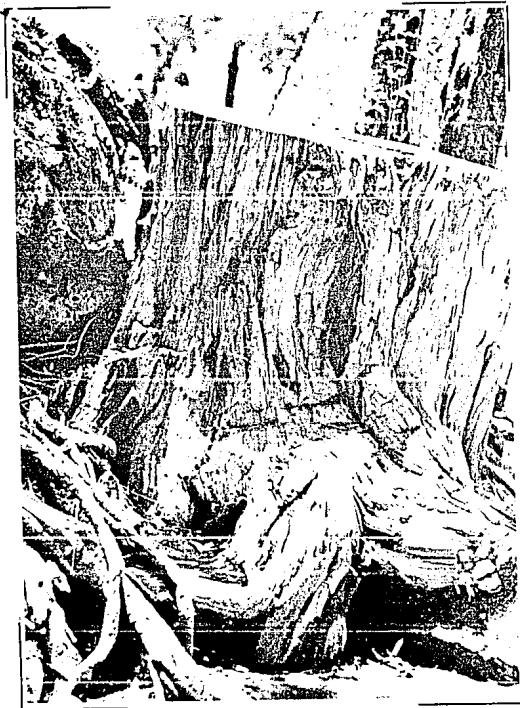
PRIMERAS IMAGENES

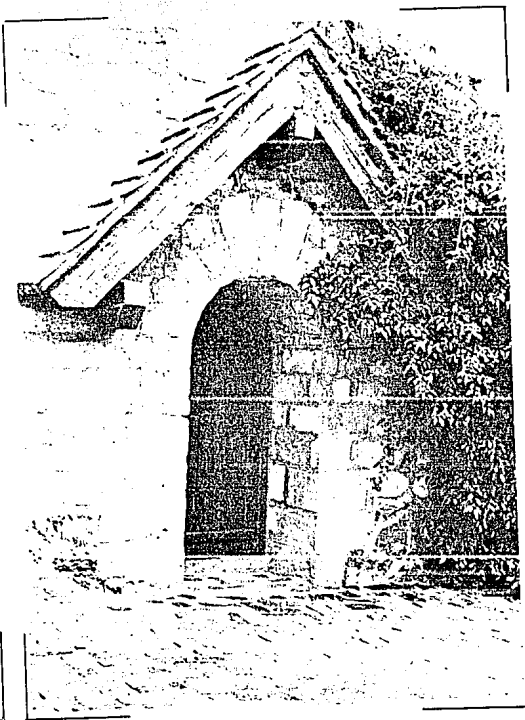
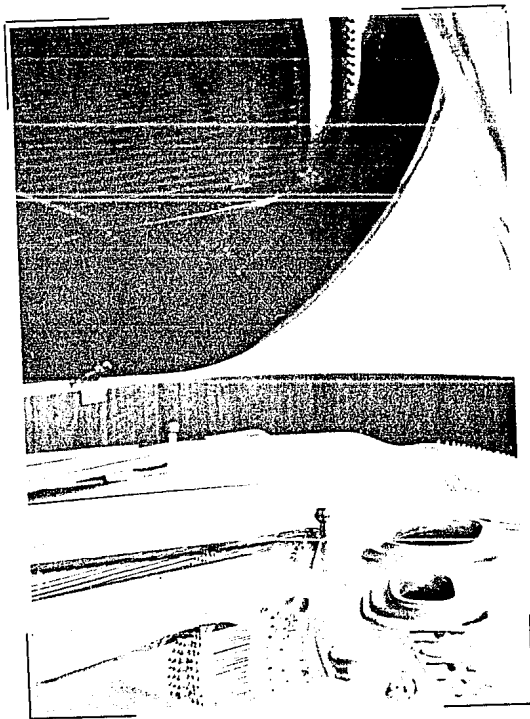
Detrás de una fotografía debe existir una idea básica que surge de la necesidad de comunicar. La habilidad para la toma de buenas fotografías, antes que de conocimientos técnicos, depende casi totalmente de la creatividad compositiva, así como de la sensibilidad que tengamos para percibir las imágenes, expresar un sentimiento o crear una atmósfera.

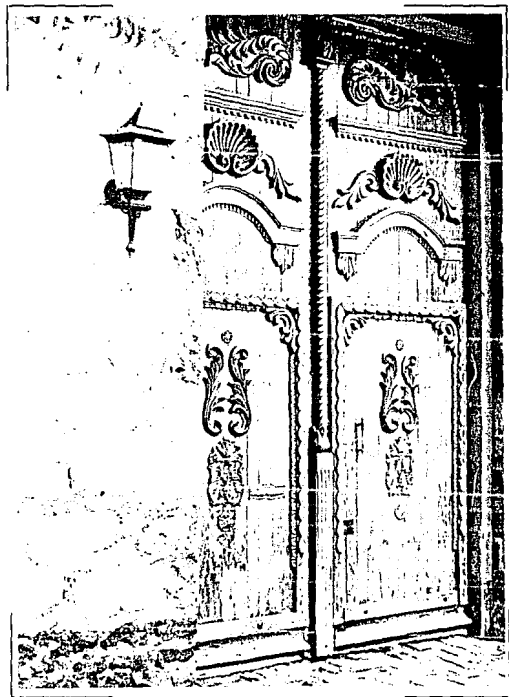
La toma de fotografías es como el proceso de creación de imágenes en el diseño gráfico, donde una idea puede sufrir muchos cambios, y con frecuencia una primera idea puede convertirse en otra totalmente distinta.

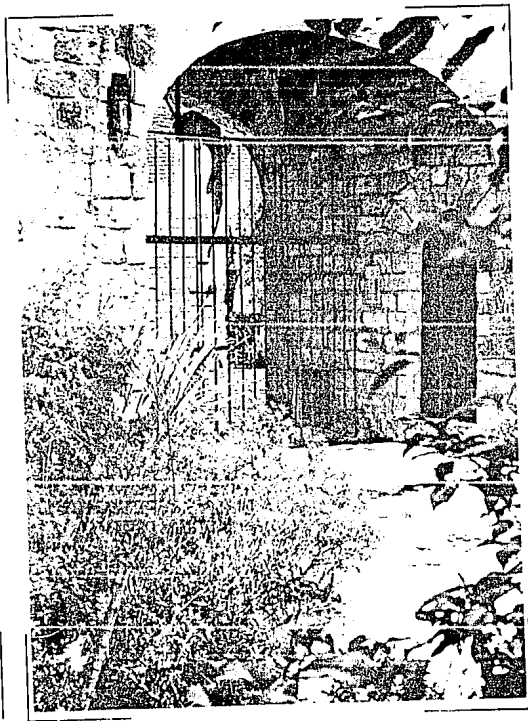
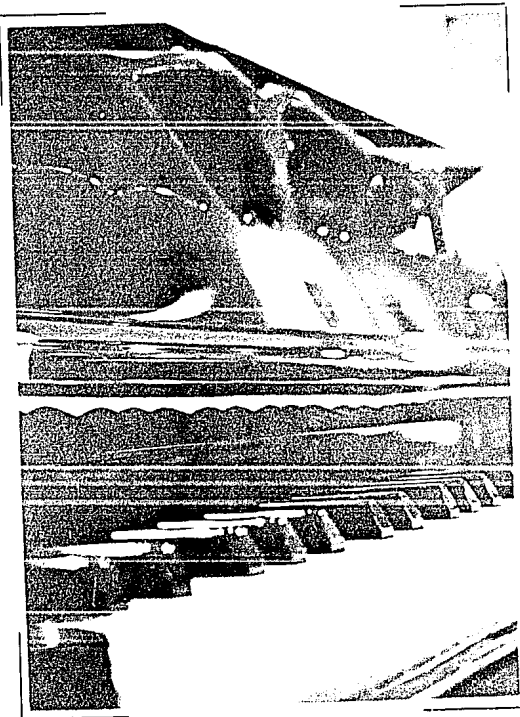
Este proceso es de gran trascendencia ya que ayuda al fotógrafo a expresar sus propios sentimientos y, sobre todo, a definir su propio estilo personal.













ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

SELECCION DE ALTERNATIVAS DE SOLUCION

Después del concienzudo análisis de imágenes, llegamos a la elección de 5 fotografías presentadas a continuación, las cuales se eligieron debido a su alta calidad compositiva además de su buena calidad técnica.

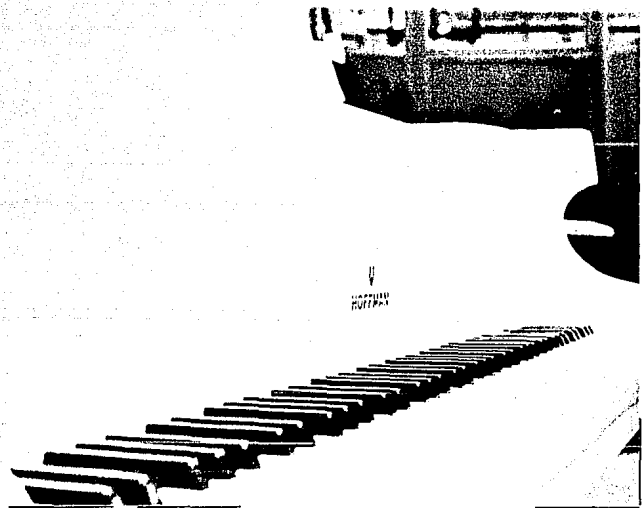
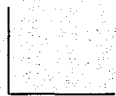


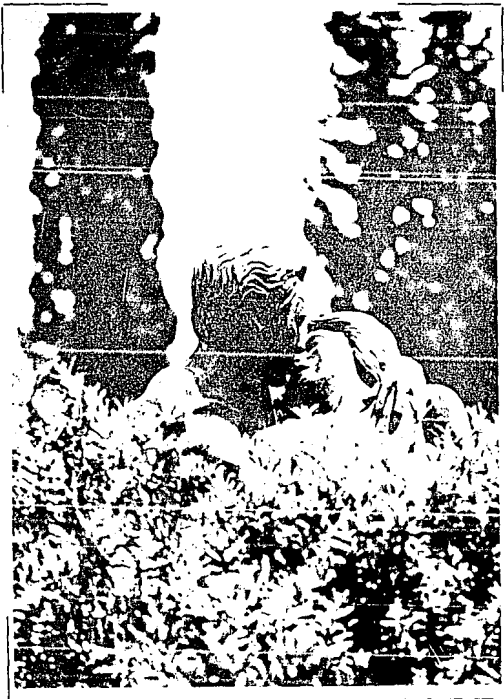
En estas imágenes quedó plasmada de alguna manera mi estilo personal, en donde el visor de mi cámara capto profundamente el momento emotivo de la escena, el mismo que utilice para expresarme.











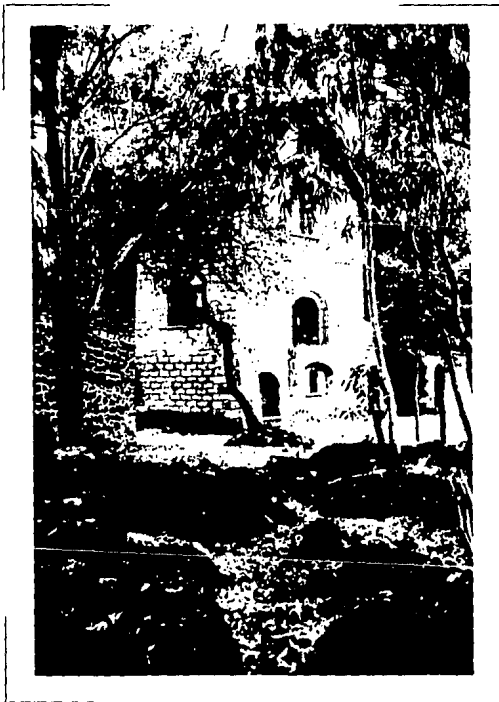
ANALISIS Y SINTESIS FOTOGRAFICA

En esta fase las 5 fotografías seleccionadas sufrieron un cambio, el cual permitió conservar las características físicas y compositivas apesar de simplificar la imagen en un alto contraste.

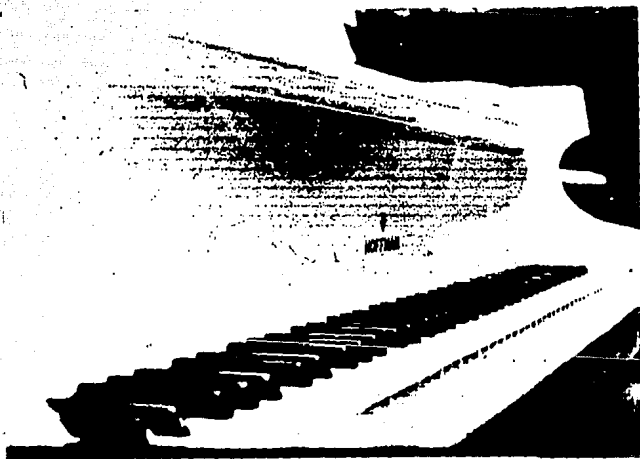


El alto contraste es una técnica de simplificación fotográfica en dónde, con formas caprichosas obtenemos desde interesantes texturas, hasta formas plenamente contundentes, en donde no dejamos posibilidad de imágenes ambiguas, sino que atacamos nuestro objetivo lo mas directamente posible









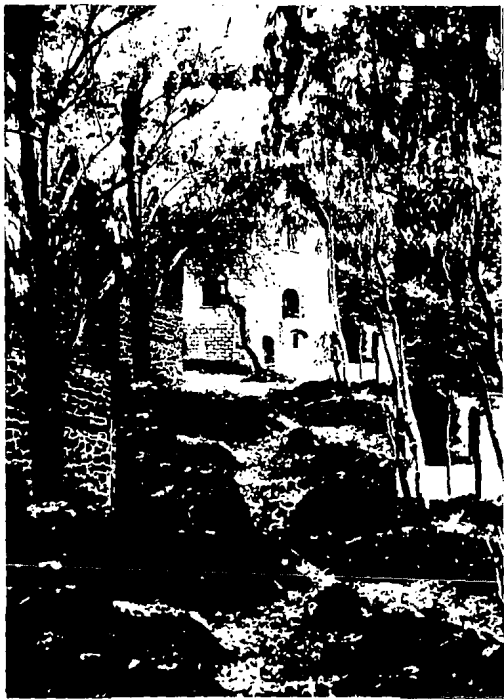
[Redacted]

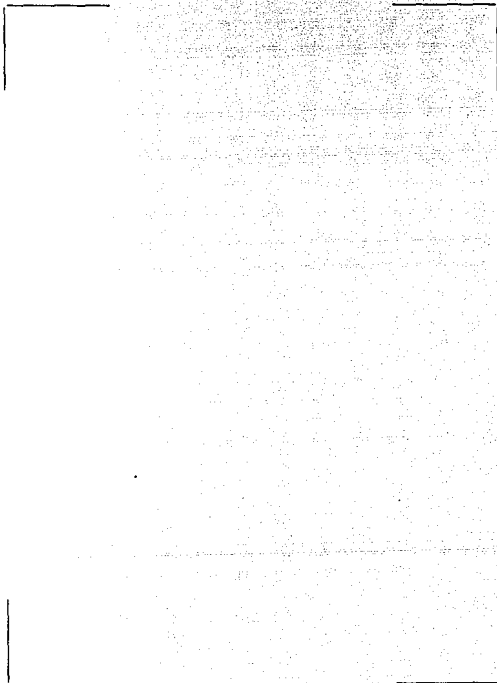
[Redacted]

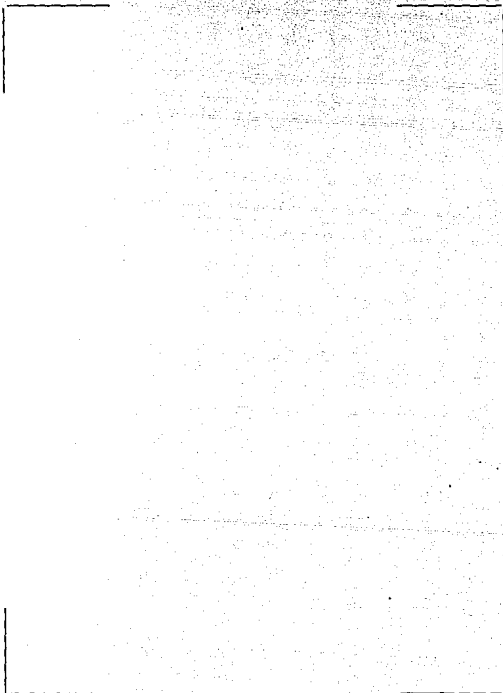
ESTRUCTURACION DEL DISEÑO

Para patentar mas fehacientemente mi participación como diseñador en este proceso de trabajo iniciamos esta etapa realizando diversos tratamientos que consistieron en reticular, tramar, seccionar, injertar, alterar, simetrizar y secuencializar los altos contrastes, como ya dijimos para participar y proponer diferentes opciones que apoyaran el impacto visual que de por sí contienen mis fotografías

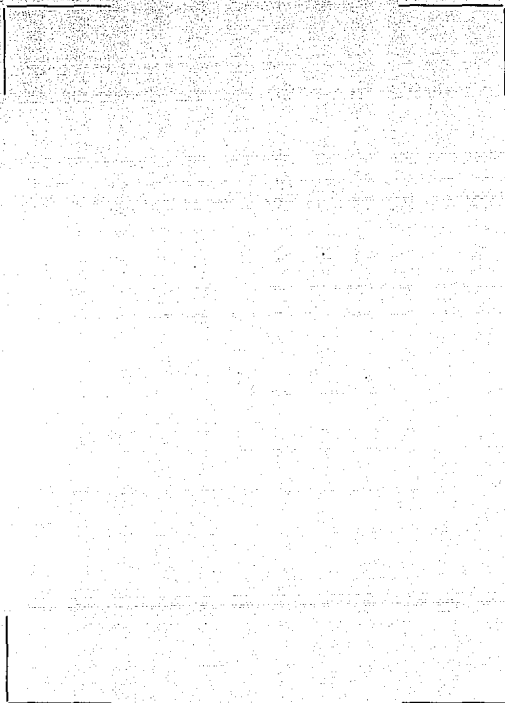






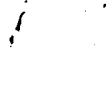
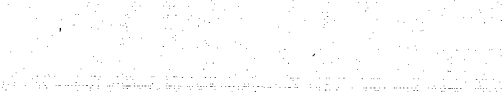
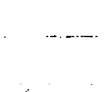
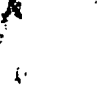
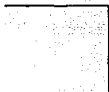
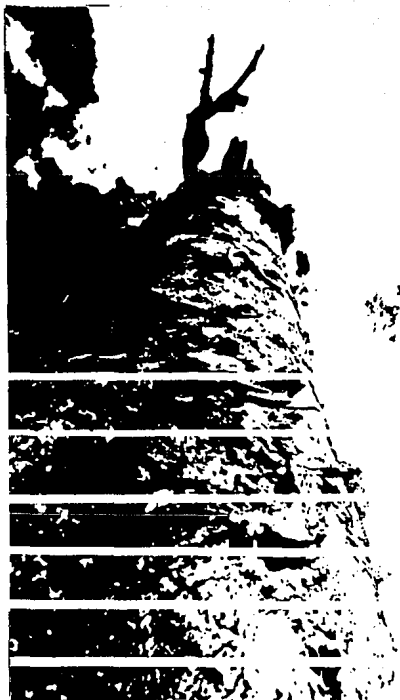


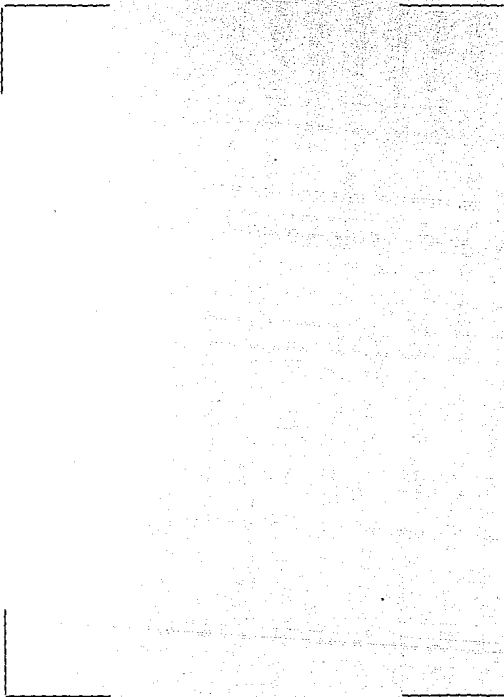




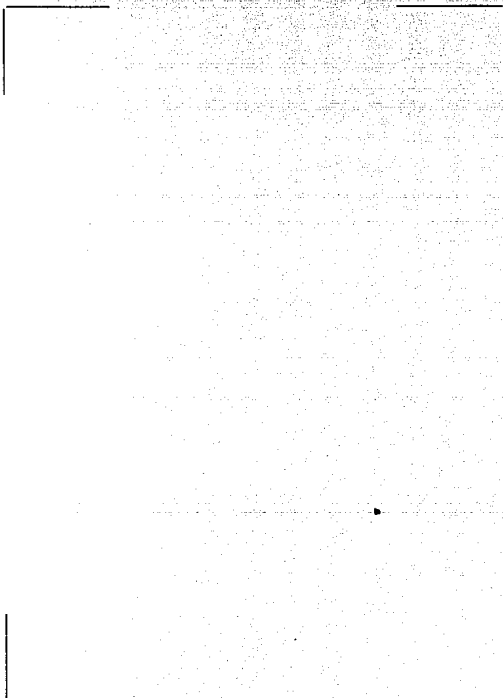




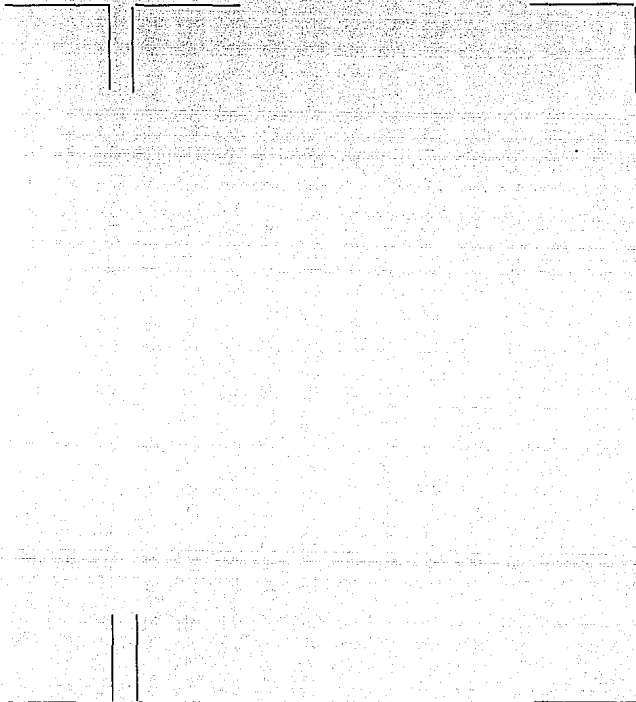




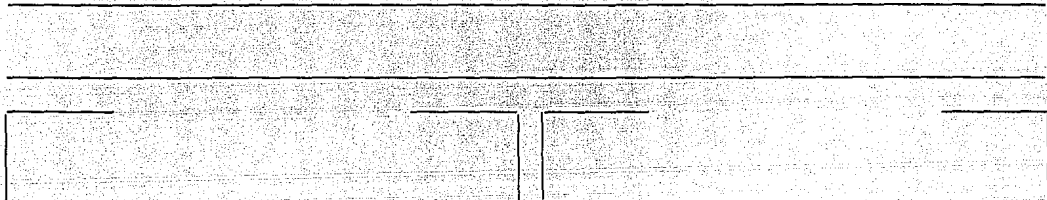


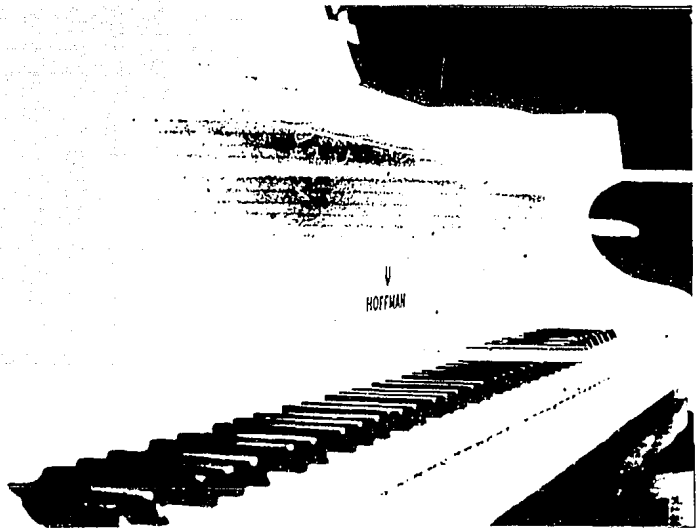
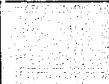


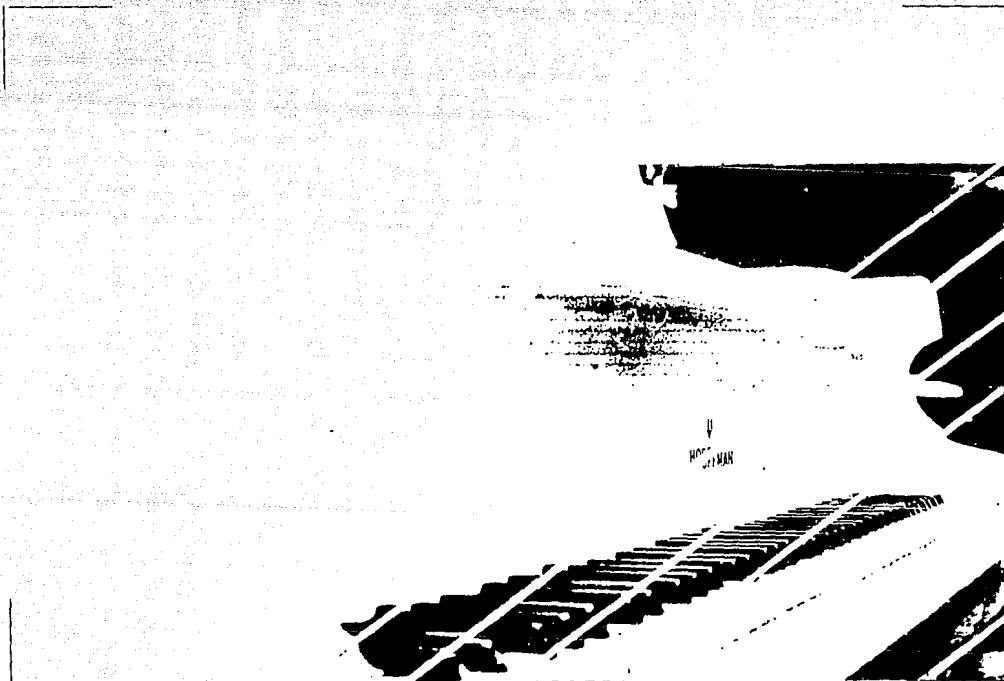


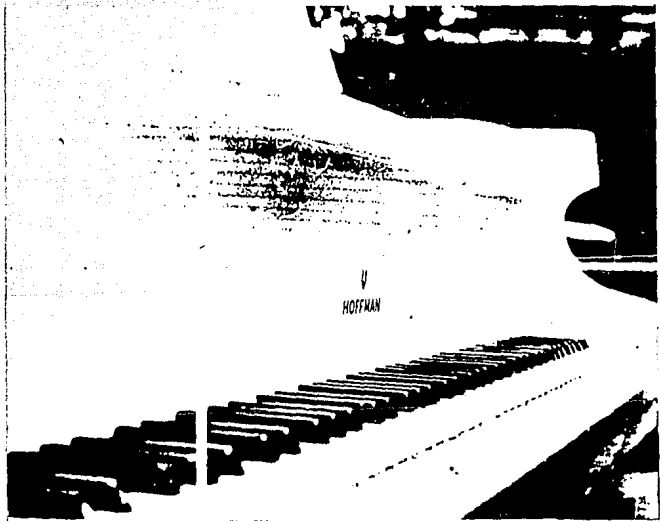


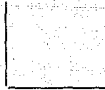
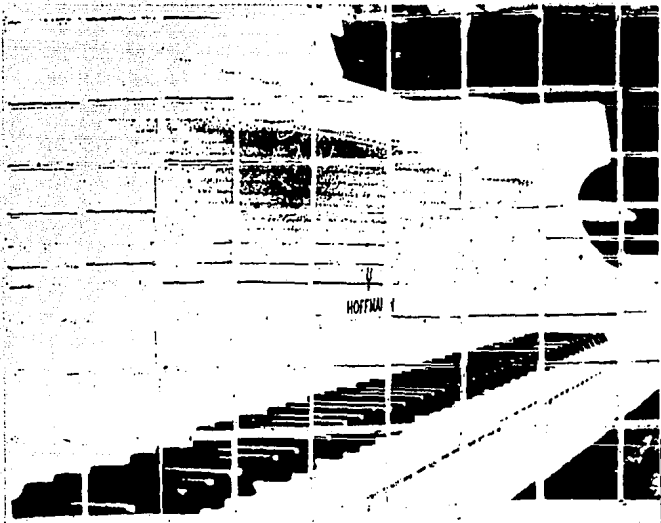




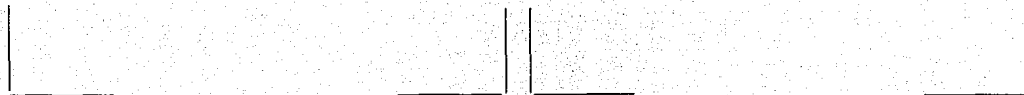
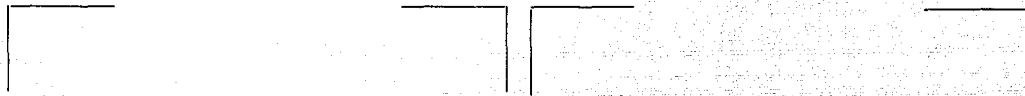








PRIMERA ETAPA DE BOCETAJE



INTEGRACION DE ELEMENTOS

Como todos sabemos, la retícula es una arma importante de composición que tiene el diseñador para abordar los diferentes problemas a que se enfrenta al realizar su diaria labor. En este caso no fue la excepción, y partimos también de una retícula ubicando nuestros diversos elementos utilizando los parametros que nos ofrecía nuestro soporte. Los elementos ubicados fueron:

Imagen (fotografía tratada), Texto principal y Texto secundario. Cada elemento se justificó con algún otro y este a la vez a la retícula, consiguiendo una total coherencia en la distribución de elementos



PREMIO CREA 1988

General Francisco J. Múgica



ENCUENTRO NACIONAL CULTURAL, DEPORTIVO, RECREATIVO Y POLITICO
DE LA JUVENTUD MEXICANA CONVOCATORIA A CERTAMENES CULTURALES 1988



PREMIO CREA

General Francisco J. Múgica

1989

ENCUENTRO NACIONAL CULTURAL, DEPORTIVO, RECREATIVO Y POLITICO
DE LA JUVENTUD MEXICANA



6o ENCUENTRO NACIONAL DE LA JUVENTUD MEXICANA

PREMIO CREA 1988 GENERAL FRANCISCO J. MUGICA

Encuentro Nacional Cultural, Deportivo, Recreativo y Político de la Juventud Mexicana

**CONVOCATORIA A
CERTAMENES CULTURALES**

1988



CUENTO

Encuentro Nacional
Cultural, Deportivo,
Recreativo y Político
de la Juventud
Mexicana

PREMIO CREA

General Francisco J. Múgica

1989



ENCUENTRO NACIONAL CULTURAL, DEPORTIVO, RECREATIVO
Y POLITICO DE LA JUVENTUD MEXICANA

**6. ENCUENTRO NACIONAL
DE LA JUVENTUD
MEXICANA**



PREMIO CREA 1988

GENERAL FRANCISCO J. MUGICA

Encuentro Nacional Cultural, Deportivo, Recreativo y
Político de la Juventud Mexicana

PREMIO CREA

General Francisco J. Múgica

1988

POESIA



Encuentro Nacional Cultural, Deportivo, Recreativo y
Político de la Juventud Mexicana

Consejo Nacional de Recursos para la atención de la juventud



Consejo Nacional de Recursos para la atención de la juventud
General Francisco J. Mujica Premio CREA 1989

UNIDOS POR LA MISMA CAUSA: MEXICO

PREMIO CREA

General Francisco J. Múgica

1989



COVOCATORIA A CERTAMENES CULTURALES 1988

ENCUENTRO NACIONAL CULTURAL, DEPORTIVO, RECREATIVO Y POLÍTICO DE LA JUVENTUD MEXICANA

**Convocatoria a Certámenes
Culturales 1988**

Encuentro Nacional Cultural, Deportivo, Recreativo
y Político de la Juventud Mexicana

Premio CREA 1988 General Francisco J.



PREMIO CREA 1989

General Francisco J. Múgica

ENCUENTRO NACIONAL CULTURAL, DEPORTIVO, RECREATIVO Y POLÍTICO DE LA JUVENTUD MEXICANA

CONVOCATORIA A CERTAMENES CULTURALES 1989

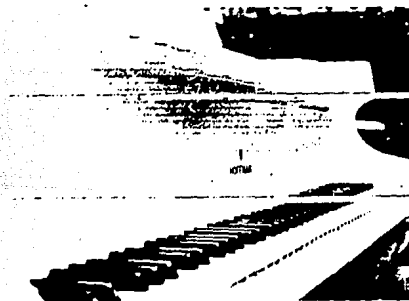


**Convocatoria a Certámenes
Culturales 1988**

**COMPOSICIÓN
MUSICAL**

**Encuentro Nacional Cultural, Deportivo, Recreativo
y Política de la Juventud Mexicana**

CONVOCATORIA A CERTAMENES CULTURALES 1989



ENCUENTRO NACIONAL CULTURAL,
DEPORTIVO, RECREATIVO Y POLITICO
DE LA JUVENTUD MEXICANA

Area Cultural
Premio CREA General Francisco J. Mugica





**CONVOCATORIA A CERTAMENES
CULTURALES 1989**

**Encuentro Nacional Cultural, Deportivo, Recreativo
y Político de la Juventud Mexicana**

Premio CREA 1988 General Francisco J. Múgica

PREMIO CREA

General Francisco J. Múgica

1989

CANTO



ENCUENTRO NACIONAL CULTURAL, DEPORTIVO, RECREATIVO
Y POLITICO DE LA JUVENTUD MEXICANA

CONVOCATORIA A CERTAMENES CULTURALES 1989



**PREMIO
CREA
1988**

CANTO

PREMIO CREA

General Francisco J. Múgica

1989



CONVOCATORIA A CERTAMENES CULTURALES 1989

ENCUENTRO NACIONAL CULTURAL, DEPORTIVO, RECREATIVO Y POLÍTICO DE LA JUVENTUD MEXICANA

ANTEPROYECTO

Para pasar de la etapa de bocetaje al anteproyecto se evaluaron todas las posibilidades, surgiendo así cinco propuestas en donde los parámetros compositivos son los óptimos y con ellos llegamos casi al diseño final.

Estos carteles elegidos con ligeras modificaciones dieron como resultado nuestro diseño definitivo, aunque aquí podemos observar todavía alguna imagen con cierto tratamiento, pero cabe aclarar que finalmente dichos tratamientos se desecharon, ya que sirvieron como proceso de búsqueda, pero en la desición final no fueron necesarios estos tratamientos.

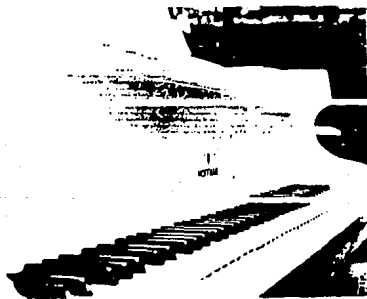


**6. ENCUENTRO
NACIONAL DE LA
JUVENTUD MEXICANA**



PREMIO CREA 1988 GENERAL FRANCISCO J. MUGICA
ENCUENTRO NACIONAL CULTURAL, DEPORTIVO, RECREATIVO Y
POLITICO DE LA JUVENTUD MEXICANA

6o ENCUENTRO NACIONAL DE LA JUVENTUD MEXICANA



PREMIO CREA 1988 GENERAL FRANCISCO J. MUGICA

Encuentro Nacional Cultural, Deportivo, Recreativo y Político de la
Juventud Mexicana



CONSEJO NACIONAL DE CULTURA Y ARTES



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

60

**ENCUENTRO NACIONAL
DE LA JUVENTUD MEXICANA**



ENCUENTRO NACIONAL CULTURAL DEPORTIVO Y RECREATIVO DE LA JUVENTUD MEXICANA.
PREMIO CREA 1988 GENERAL FRANCISCO J. MUGICA
UNIDOS POR LA MISMA CAUSA. MEXICO

6o
**ENCUENTRO NACIONAL
DE LA JUVENTUD
MEXICANA**



Encuentro Nacional Cultural, Deportivo,
Recreativo y Político de la Juventud Mexicana

PREMIO CREA 1988 GENERAL FRANCISCO J. MUGICA



6. ENCUESTRO NACIONAL DE LA JUVENTUD MEXICANA



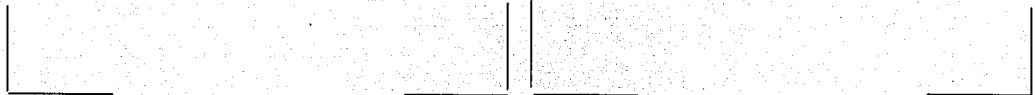
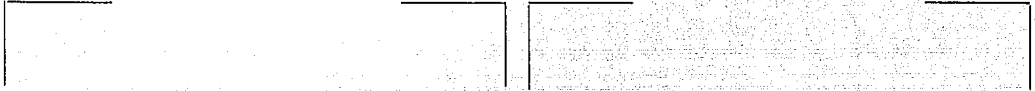
PREMIO CREA 1988
GENERAL FRANCISCO J. MUGICA



Encuentro Nacional Cultural, Deportivo, Recreativo y
Político de la Juventud Mexicana



ALTERNATIVAS FINALES



7o.
ENCUENTRO NACIONAL
DE LA
JUVENTUD MEXICANA



Consejo Nacional de Recursos para la atención de la Juventud
General Francisco J. Mujica Premio CREA 1989

UNIDOS POR LA MISMA CAUSA: MEXICO

70. ENCUENTRO NACIONAL DE LA JUVENTUD MEXICANA



Premio CREA 1999
General Francisco J. Mujica

Consejo Nacional de Recursos para la atención de la juventud

UNIDOS POR LA MISMA CAUSA: MEXICO

7o. ENCUENTRO NACIONAL DE LA JUVENTUD MEXICANA



Consejo Nacional de Recursos para la atención de la Juventud

General Francisco J. Mujica Premio CREA 1988

UNIDOS POR LA MISMA CAUSA: MEXICO

70. ENCUENTRO NACIONAL DE LA JUVENTUD MEXICANA



Premio CREA 1989 General Francisco J. Mujica
Congreso Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud

UNIDOS POR LA MISMA CAUSA: MEXICO

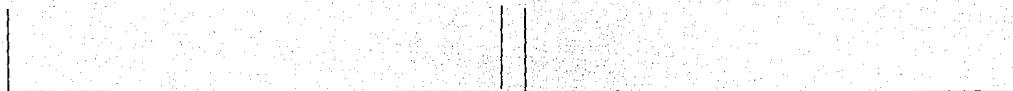
7o.
ENCUENTRO NACIONAL
DE LA JUVENTUD
MEXICANA



Consejo Nacional de Recursos para la atención de la juventud
General Francisco J. Mujica Premio CREA 1989

UNIDOS POR LA MISMA CAUSA: MEXICO

PRESENTACION



70.
ENCUENTRO NACIONAL
DE LA
JUVENTUD MEXICANA

Presenta: Taller de Recursos para la atención de la Juventud
General Francisco J. Mujica Premio CREA 1989

MUNDOS POR LA MISMA CAUSA - MEXICO

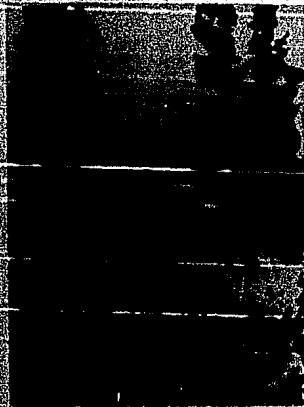
70. ENCUENTRO NACIONAL
DE LA JUVENTUD
MEXICANA

Prémio CREA 1988
General Francisco J. Mújica

Comité Nacional de Juventudes para la promoción de la juventud

UNIDOS POR LA MISMA CAUSA. MÉXICO

7. ENCUESTRO NACIONAL DE LA JUVENTUD MEXICANA



Comisión Nacional de Investigación para la Juventud de México

El Gobierno Mexicano y el Programa ONCE UNO

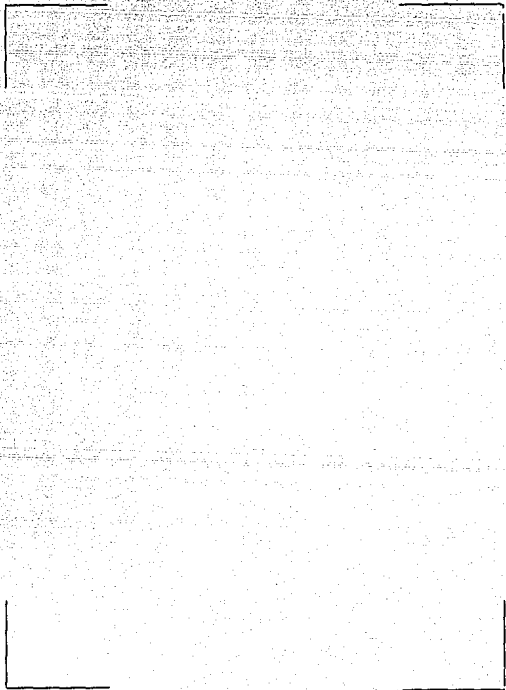
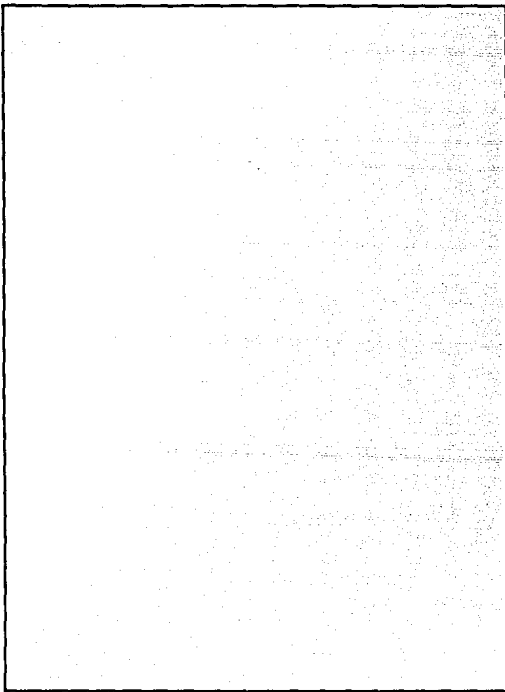
UNIDOS POR LA MISMA CAUSA: MEXICO

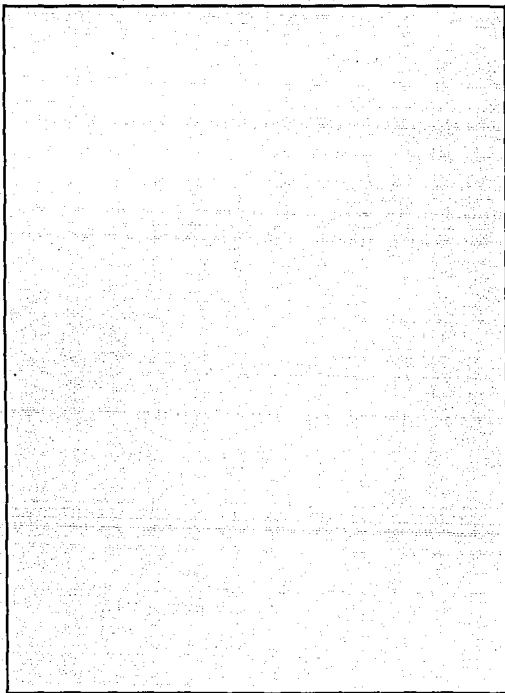
70. ENCUENTRO NACIONAL DE LA JUVENTUD MEXICANA

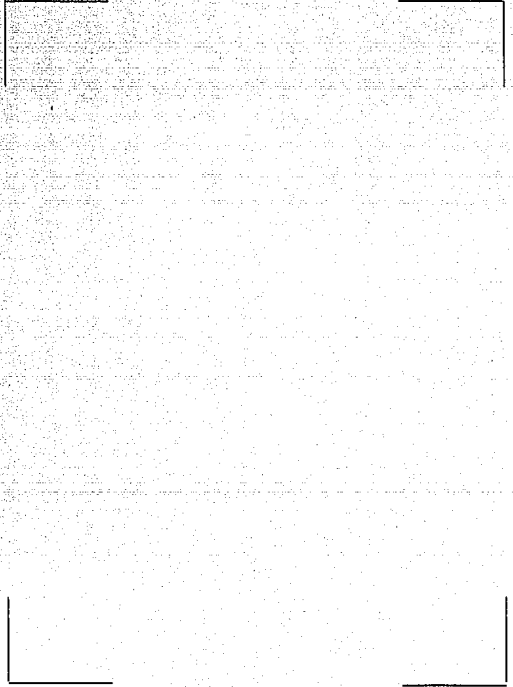
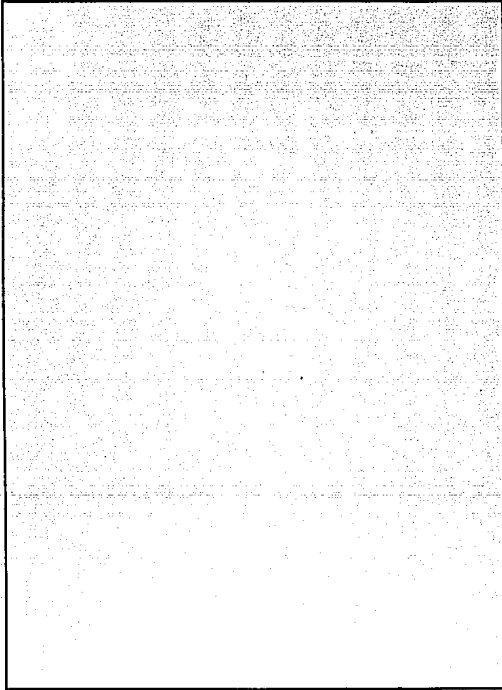


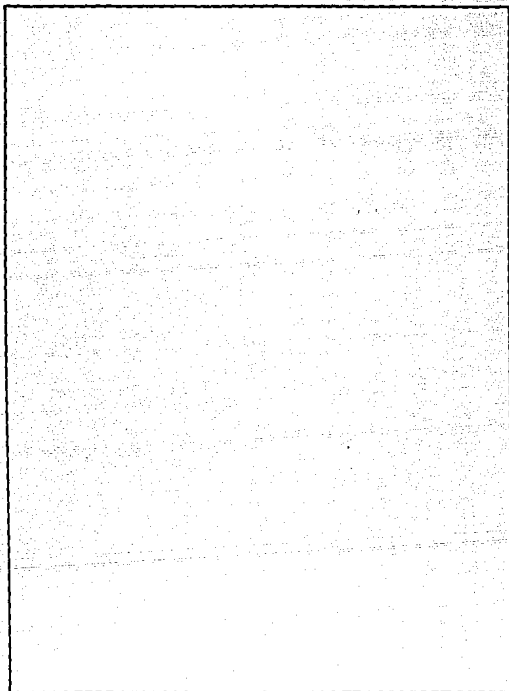
Presentado por el Comité Organizador del Encuentro Nacional de la Juventud Mexicana

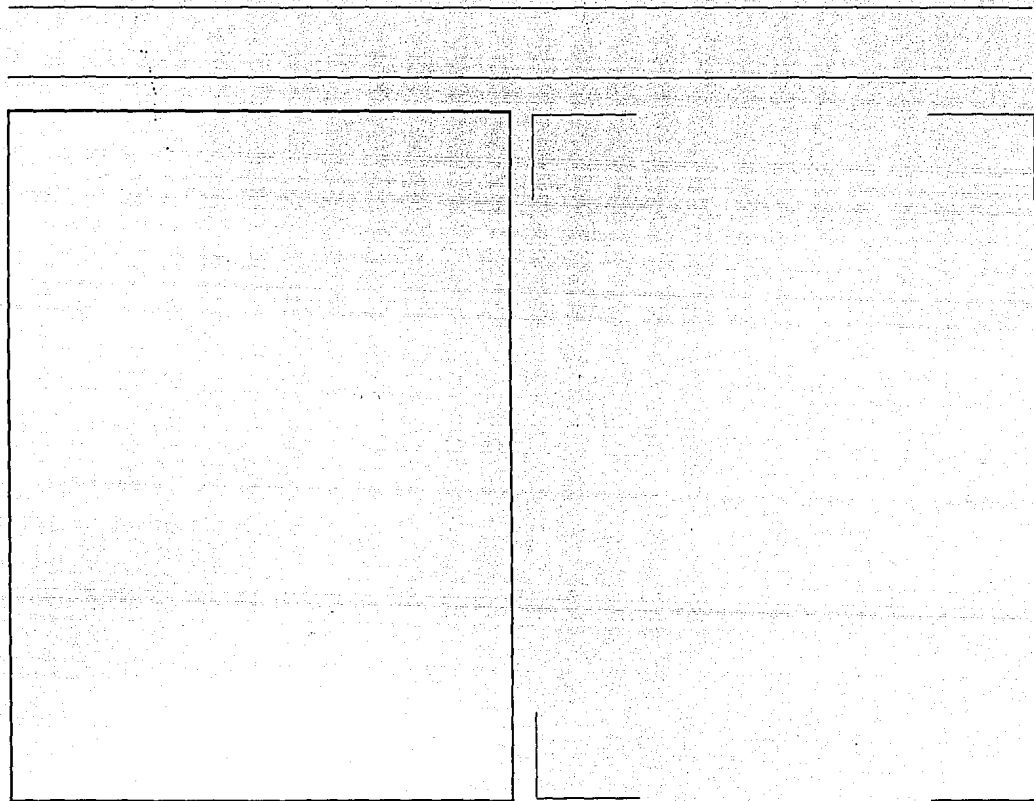
IMPRESIÓN: JOSÉ L. GONZÁLEZ - ALFONSO MÉRTEL, S. DE C.V.

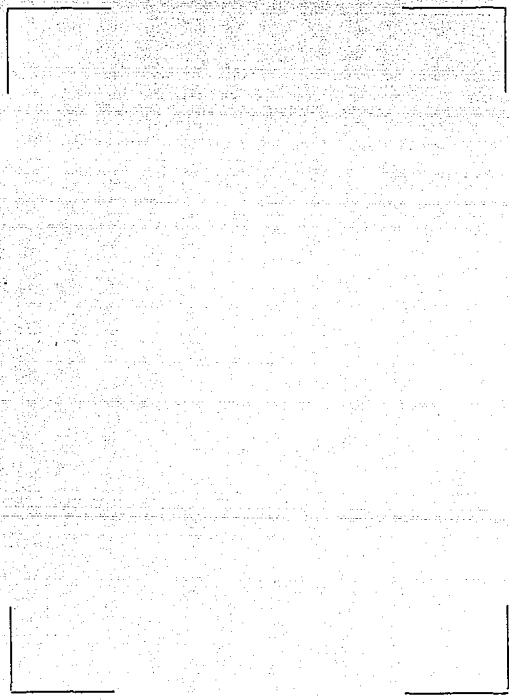
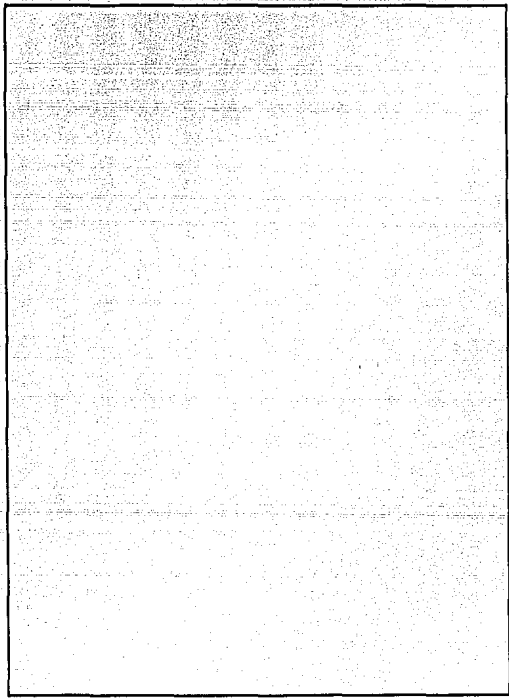












CONCLUSIONES

La finalidad del proyecto apoyada con nuestra investigación nos define la importancia de contar con una buena técnica compositiva a nivel fotográfico, ya que la buena calidad técnica de composición, combinada con un elemento de comunicación del Diseño Grafico como es el cartel requiere de una combinación apropiada para el motivo y finalidad de nuestro mensaje, hace que este tenga vida y represente mejor la idea que se quiere transmitir.

Dentro de la composición fotográfica la calidad tecnica tiene cierta importancia significa que nuestra fotografia tenga una buena reproducción tonal, esto es de gran importancia para posteriores tratamientos o efectos que se le quieran dar. Cuando la calidad es pobre afecta mucho a nuestro motivo grafico, que es de gran importancia, pero cuando es buena lo puede mejorar.

Muchas fotografías impresionan no solamente por reproducir la naturaleza, sino sobre todo por la forma en que ha sido captado el motivo. Lo que mas llama la atención

en una fotografía es la excelente técnica compositiva, el correcto uso de nuestros elementos como son las líneas, formas, encuadre, textura, escala, etc, y que le da un carácter especial imposible de definir con palabras. Así, tanto nuestro cartel como nuestra fotografía son herramientas con las que cuenta un diseñador para poder estimular las ideas creativas que se pueden representar dentro de un cartel, ya que éste es un instrumento de la comunicación que, por el sentido y contenido de su mensaje así como por su expresión grafica, nos mueve a hacer algo, motivo por el cual he realizado una investigación para la institución a la que dirigimos nuestros carteles, CREA que maneja información de gran importancia para una sociedad joven.

Un cartel constituye por su contenido un medio capaz de dar buenos resultados de comunicación. Además, combinado con la fotografía, nos da una mayor sensibilidad y capacidad de observar e imaginar. El buen resultado de un proyecto exige capacidad de pensamiento y saber que la creación de mensajes es un proceso de flujo continuo. Detrás de cada uno de mis carteles existe una idea básica surgida de la necesidad de comunicar, además de que

cada uno encierra un estado de ánimo especial para expresar un sentimiento y crear una atmósfera.

Pero las ideas y la creatividad son flexibles y pueden sufrir muchos cambios antes de su formulación definitiva.

Para concluir, tenemos que un cartel y una fotografía son medios de los que se vale un diseñador para poder materializar ideas y conceptos. La perfección técnica rara vez da buenos resultados de comunicación, mientras que el dominio de las técnicas esenciales unido a la sensibilidad y creatividad, basta para llevar al diseñador ambicioso al éxito en su profesión.

BIBLIOGRAFIA

- Fundamentos del Diseño Bi y Tridimensional.**
- Wong, Wucius.
- Diseño y Comunicación visual. Colección Comunicación visual.
- Munari, Bruno. Edit. Gustavo Gilli.
- Colección Comunicación visual.
- Edit. Gustavo Gilli. Fundamentos del Diseño.
- Gillam Scott, Robert.
- Manual de Técnicas para Directores artísticos y Diseñadores. Edit. Victor Laru, Buenos Aires, Argentina.
- Murray, Ray.
- Edit. Gustavo Gilli. La Sintaxis de la Imagen.
- Dondis, D.A.

Colección Comunicación visual.

Edit. Gustavo Gilli.

Barnicoat, John, los carteles, su historia y Lenguaje, Barcelona,

Gustavo Gilli (Comunicación visual), 1973.

Beltrán, Félix, Acerca del Diseño, La Habana, Unión, 1975.

La fotografía en 35 mm, una visión actual, Ediciones Daimon, Manuel Famayo, Madrid-México.

Diseño Fotográfico, Hans Götze,

Instituto Parramón Ediciones.

Métodos del diseño, J. Christopher

Jones, Edit. Gustavo Gilli, S.A. (G)

Barcelona - 1978.

Así se pinta un cartel

Parramón José Ma.

Eslabon Metodológico I.

(Percepción) primera edición 1981

Adrian Holloway

Departamento del Medio Ambiente

H. Blume Ediciones.

Universidad Autónoma Metropolitana.

El placer de fotografiar creativamente.

México, Kodak 1982.

Enciclopedia práctica de fotografía (México)

Ed: Kodak, Salvat, Fascículos:

Ed: Hispano Americana, 1981.

Manual de equipo y técnicas fotográficas.

