



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

41
zej

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

PROCESO DE DISEÑO DE UN CARTEL DE DIFUSIÓN PARA LA SSA.

TESIS PROFESIONAL PARA OBTENER EL TÍTULO EN
COMUNICACIÓN GRÁFICA.
PRESENTA:

Hiram Carlos Toledo Pedroza.
GENERACIÓN 83-87.



XOCHIMILCO, D.F.

1993

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

PARTE
MICA
cional de
ásticas



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.

CONTENIDO.

INTRODUCCION. p.4.

FASE UNO DE EL ESTUDIO. p.6.

- 1.1. EL MENSAJE Y LOS SIGNIFICADOS. p.6.
 - 1.1.1. EL OBJETIVO GENERAL. p.7.
- 1.2. LA INFORMACION EN LA REALIZACION DEL CARTEL. p.7.
- 1.3. LAS CONDICIONES EN LA REALIZACION DEL CARTEL. p.8.
 - 1.3.1. PRESUPUESTO Y FACTURA EN EL CARTEL. p.8.

FASE DOS DE PROYECCION. p.12.

- 2.1. LA REPRESENTACION. p.12.
- 2.2. LA CREATIVIDAD. p.13.

FASE TRES DE REALIZACION. p.20.

- 3.1. LA PRESENTACION. p.20.
- 3.2. EL ESTILO. p.20.
- 3.3. TRATAMIENTO DE LOS COMPONENTES GRAFICOS. p.21.
 - 3.3.1. EL MOTIVO GRAFICO. p.21.
 - 3.3.2. EL TEXTO. p.21.
 - 3.3.3. EL COLOR. p.22.
 - 3.3.4. EL ARREGLO. p.23.
- 3.3.5. LA PROPORCION. p.23.

FASE CUATRO DE PRODUCCION. p.34.

- 4.1. EL ORIGINAL DE REPRODUCCION. p.34.
- 4.2. MAQUETA A COLOR. p.34.
 - 4.2.1. PROCEDIMIENTO FOTOGRAFICO PARA COLOREAR LA MAQUETA DEL CARTEL. p.34.
 - 4.2.1.1. TOMA FOTOGRAFICA DIRECTA DE LA IMAGEN COMPUESTA. p.36.
 - 4.2.1.2. MULTIPLE EXPOSICION. p.36.
 - 4.2.1.3. VISOR DIRECTO DEL MONTAJE FOTOGRAFICO A COLOR. p.38.

CONCLUSION DEL PROCESO CREATIVO DEL CARTEL. p.44.

BIBLIOGRAFIA. p.52.

AGRADECIMIENTOS. p.59.

FASE UNO DE ESTUDIO PARA EL CARTEL DE LA SSA. p.10

- 1.1. CARACTERISTICAS GENERALES DEL MENSAJE. p.10.
- 1.2. FUENTES DE INFORMACION. p.10.
- 1.3. ALGUNAS CONDUCCIONES. p. 10.
 - 1.3.1. PRESUPUESTO Y FACTURA. p.11.

FASE DOS DE PROYECCION PARA EL CARTEL DE LA SSA. p. 16

- 2.1. PRIMERAS IDEAS. p.16.
- 2.2. EVALUACION DE LAS PRIMERAS IDEAS. p.19.

FASE TRES DE REALIZACION PARA EL CARTEL DE LA SSA. p.26

- 3.1. LA PRESENTACION. p.26.
 - 3.3.1. EL MOTIVO GRAFICO. p.27.
 - 3.3.2. LOS TEXTOS. p.28.
 - 3.3.3. LOS COLORES. p.30.
 - 3.3.4. EL ARREGLO. p.30.
 - 3.3.4.1. ALGUNAS ALTERNATIVAS DE ARREGLO. p.31.
 - 3.3.4.2. ELECCION DE ALTERNATIVAS. p.32.
 - 3.3.5. LA PROPORCION. p.32.

FASE CUATRO DE PRODUCCION PARA EL CARTEL DE LA SSA. p.40

- 4.1. ORIGINAL PARA LA REPRODUCCION. p.40.
- 4.2. MAQUETAS Y PROTOTIPOS A COLOR. p.41.

CONCLUSION DEL CARTEL DE LA SSA. p.46.

APENDICE. p.48.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

A mi mamá.

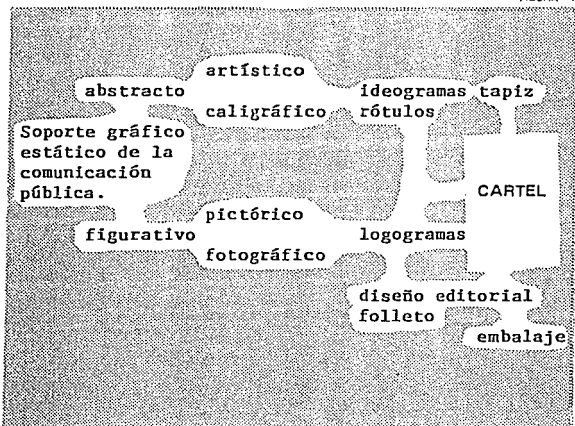
INTRODUCCION.

El profesional gráfico debe tener la confianza y el conocimiento en lo que se propone y ser claros, precisos e inteligentes con los lenguajes que se utiliza, y no caer en accidentes, casualidades, gustos, o en códigos personales. El CARTEL no es un desahogo de emociones artísticas, sino el medio por el cual el mensaje se compromete a realizar principalmente la comunicación gráfica.

El CARTEL es uno de los soportes estáticos más versátiles del espacio público para anunciar, promover, informar, formar, decorar, persuadir, vender, comprar, conmemorar, etcétera; casi cualquier tipo de producto, servicio, o evento, en una superficie de papel, cartón, metal, plástico, y/o bien por la superficie de atrás, con formas, textos, y colores, en una composición de acuerdo con el contenido del mensaje que se pretende hacer llegar al destinatario, ya sea con fines publicitarios o de propaganda.

Para poder ubicar de manera más clara las cualidades propias de un CARTEL, en comparación con otros soportes gráficos, presento en la FIGURA uno, las relaciones y factores que integran mi personal punto de vista y comprensión, de lo que estoy investigando para un futuro tema en posgrado, de lo eficaz que puede ser un cartel-folleto o un cartel-tapiz. Pero, el siguiente trabajo no tiene la ambición de descubrir y desarrollar todas las alternativas del diseño de un CARTEL, ya que solamente ofrezco el Proceso para el diseño de un CARTEL de difusión.

FIGURA 1.



Dentro del CARTEL existen una gran variedad de opiniones acerca de sus características y aspectos generales de contenido. Pero, puedo decir que son cuatro los conceptos más importantes; agradable, impactante, legible, y sintetizado.

Pero esto, el siguiente proceso del CARTEL es un intento por aplicar las relaciones sintácticas, semánticas, y pragmáticas con los signos (CRESPI, p.88.), para el *contenido-forma* y su concordancia significativa, desde el mensaje a comunicar hasta el aspecto del futuro impreso, pasando por cada etapa y original del CARTEL, sin tratar de encontrar logros visuales, sino la ruta de una propuesta gráfica, consecuencia de la estructura de esta tesis, que contiene una parte teórica general, seguida de su parte práctica particular en cada uno de sus temas.

PROCESO CREATIVO DEL CARTEL.

Lo he desarrollado principalmente en cuatro fases lineales, en donde cada una de ellas depende de su anterior (FIG.2).

FIGURA 2.

PROCESO DE CARTEL

1
ESTUDIO
mensaje
información
condiciones
presupuesto

2
REPRESENTACION
creatividad
bocetaje

3
PRESENTACION
estilo
tratamiento
proporción
alternativas

4
PRODUCCION
originales
prototipo
impreso

En la fase uno de estudio se tienen tres elementos principales; el mensaje, la información, y las condiciones. El mensaje estará sujeto al objetivo general que se desarrolla en las fases dos y tres. La información junto con las condiciones serán las bases de la estructura para lograr el resultado total. En la parte final de las condiciones muestro algunos aspectos administrativos y económicos del futuro impreso. También así, al finalizar en esta fase uno de estudio, se conocerá el problema particular del CARTEL.

En la fase dos de proyección se buscará una representación o *forma al contenido denotativo* del mensaje, a través de la originalidad, adecuación, y la transformación.

En la fase tres de realización se presentará el *contenido connotativo* del mensaje, de la representación de la fase dos, tanto a cada elemento visual como al conjunto dentro del CARTEL.

La fase cuatro de producción se realizarán los originales para la reproducción y algunas alternativas de impresión para las maquetas a color del CARTEL.

La propuesta de este proceso tiene una elasticidad de acortar o adicionar cualquier otro tema que no se mencionara, según la utilidad para los diseñadores del CARTEL.

PARA ENCONTRAR UNA SOLUCION HAY QUE CONOCER EL PROBLEMA.

FASE UNO DE ESTUDIO.

La fase de estudio tiene substancial importancia para la realización del CARTEL, porque a través de ella se conocerá el mensaje a comunicar y la información que se investigará para establecer las condiciones necesarias en todo el proceso creativo.

1.1.

EL MENSAJE Y LOS SIGNIFICADOS.

"El mensaje consiste en un signo o conjunto de signos, organizados y emitidos, que el receptor interpretará" (PAOLI, p.28.)

En el párrafo anterior se ve sin dificultad el sencillo y elemental proceso de comunicación por el cual se translada el mensaje. Pero de ningún modo éste proceso asegura si realmente el mensaje es o no es entendido por el receptor (LOVET, p.93. Esquemas de la comunicación.). Ya que cada uno de nosotros, tenemos un particular MARCO DE REFERENCIA, el propio conocimiento de los signos (PIGNATARI, p.20.) y sus significados que hemos aprendido en relación con ellos, junto con su lenguaje. Por lo tanto, el comunicador gráfico debe de redactar visualmente el mensaje, sin descuidar los múltiples sentidos de los significados.

Para iniciar con esta estructura de significación, he tomado como base a la SEMIOTICA (ECO, p.38.), donde se tienen dos modos fundamentales y complementarios de la significación; la Denotación y la Connotación.

La denotación está concebida por la significación objetiva, y la connotación expresa valores de significación subjetiva, que son atribuidos a los signos por su forma y su función (GUIRAUD, p.40.) .

Así pues, el mensaje denotativo para un CARTEL, por ejemplo, es todo aquello que puede informar de las características literales de un producto, persona, evento, servicio, o idea a través de sus imágenes, textos, y colorido que son algunos de los aspectos técnicos.

El mensaje connotativo para un CARTEL es todo aquello que puede expresar o proyectar, no siempre de forma explícita, pero sí de

manera intencional y son aspectos artísticos. (LAZOTTI, p.138. PIGNOTI, p.61.)

Después de todo esto, es necesario estructurar una propuesta para todo el proceso creativo de CARTEL:

1.1.1. Objetivo general.

Si el contenido del mensaje para un CARTEL se traduce (denotativamente) en una *forma*, y esta *forma* se le incluye un *contenido* (connotativo), entonces se obtiene un CARTEL que informará de manera concreta y proyectará algún interés relacionado al mensaje que se pretende hacer llegar al destinatario.

Para realizar este objetivo en el proceso de CARTEL, tuve la colaboración de la Jefatura de Servicios Coordinados de Salud Pública en los estados, de la Secretaría de Salud. Y se desarrollará, en esta tesis, de manera práctica después de cada fase.

1.2. LA INFORMACION EN LA REALIZACION DEL CARTEL.

La información en la realización del CARTEL es el conjunto de datos que se investiga y estructura con el fin de encontrar las respuestas a nuestro problema gráfico.

Para obtener una información objetiva y útil, se necesita definir los conceptos generales que intervienen en el proyecto, para lograr así, un punto de vista correspondiente con la investigación. Ya que lo importante de las definiciones es el de dar un sentido específico de cómo se entiende la realidad que es nuestro marco de referencia. (PAOLI, p.127 V. El concepto de información desde tres puntos de vista.)

Cuando se tiene demasiada información se corre el riesgo de no poder manejarla eficientemente, por lo que hay que seleccionar algunos datos que permitan la utilización real de la información.

1.3. LAS CONDICIONES EN LA REALIZACION DEL CARTEL.

Las condiciones son aquellas causas (COPI, p.417 Significados de causa.) técnicas, artísticas, económicas, mercadológicas, personales, etc. que intervienen y modifican imperantemente el desarrollo y calidad del CARTEL.

Estas condiciones serán impuestas por las circunstancias y por el diseñador para el aprovechamiento de los recursos en el CARTEL y dentro de la labor creativa (MARIN, p.73. Algunas condiciones en forma de preguntas.)

1.3.1 PRESUPUESTO Y FACTURA EN EL CARTEL

En la última parte de esta fase, tiene que presentarse lo más importante de toda esta metodología y de cualquier otro proyecto profesional, ya que el obtener un proyecto ofrece la oportunidad de proponer alguna solución a algún problema, sin que esto sólo quede en palabras.

El cobrar nuestro trabajo es algo difícil, porque esto no se aprende en las escuelas sino fuera de ellas, además se tiene en esta profesión el derecho de autovalorar nuestro esfuerzo y poner los costos de los materiales que se utilicen, así como cumplir con el obligatorio impuesto de Hacienda.

El presupuesto es un balance anticipado del costo del trabajo, y la factura es la muestra de los detalles de este mismo presupuesto y que se definirán de acuerdo con cada caso.

FASE UNO DE ESTUDIO PARA EL CARTEL DE LA SSA.

CARACTERISTICAS GENERALES DEL MENSAJE.

¿Cuál o qué mensaje se transmitirá?

Dar a conocer los servicios de consulta, hospitalización, farmacia, entre otros que presta esta institución.

¿Quién será el destinatario del mensaje?

Artesanos, vendedores, estudiantes, amas de casa, ganaderos, mineros, etc.

¿En dónde se transmitirá el mensaje?

En el estado de Zacatecas. Municipio de Jerez de García Salinas. México.

¿Cuándo se transmitirá el mensaje?

En cualquier época del año.

¿Por qué este mensaje?

Promover los servicios a la comunidad.

¿Cómo se transmitirá el mensaje?

A través del CARTEL. (véase objetivo general)

LA INFORMACION O FUENTES DE INFORMACION PARA REALIZAR EL CARTEL DE LA SSA.

Una de las herramientas básicas para esta investigación fueron los diccionarios y algunas obras especializadas sobre el tema de este proyecto, lo cual registre en fichas. También consulte los criterios en publicaciones e impresiones de la SSA. en el Departamento de diseño de la Dirección General de Comunicación Social de la misma institución. (véase apéndice)

ALGUNAS CONDICIONES PARA EL CARTEL DE LA SSA.

Las condiciones en este caso se plantearon en forma de objetivos, para lograr su presencia en todo el proceso creativo.

- Manejar el mensaje en un CARTEL sencillo.
- Respetar los criterios de política editorial de la Secretaría de Salud.
- Optimizar los recursos disponibles.
- Obtener un resultado en el CARTEL que se ajuste al problema de


información al municipio de aplicación.

- Contemplar otras no previstas como; falta de recursos y/o tiempo, requisitos legales, por enfermedad, lugar de realización y aplicación del CARTEL, etc. que se presentan y que tienen que ser resueltas durante el proceso creativo.

PRESUPUESTO Y FACTURA DEL CARTEL DE LA SSA.

Espero que estos ejemplos de presupuesto y factura del CARTEL de la SSA. sean una alternativa para saber cómo y qué cobrar en nuestro hacer profesional, y hago notar que estos ejemplos son exclusivos para el CARTEL realizado en esta tesis.

México, D.F. 7 de noviembre de 1987.



Comunicación Gráfica.

Imagen creativa

Cuenta de Avenida 79-B
Cni: Tabacalera. 06030
México, D.F. 502-4308

A quien corresponda:
Depto. de Comunicación Social.
Centro de Salubridad SSA.
Municipio de Jerez Zacatecas, México.

De acuerdo con las necesidades de diseño gráfico que se solicito, me permito presentar a su amable consideración un presupuesto para la realización del diseño de un cartel, sin contemplar los costos de la impresión.

CARACTERISTICAS:
Diseño de cartel (grande 56x84 cm. chico 41x65 cm.) el costo incluye presentación de bocetos, maquetas, y original para la reproducción.
Costo \$ 189,000.00 n.n.

Para iniciar el trabajo es necesario A la facturación se cargará

La vigencia del presente que en materiales y mano de obra

Sin otro particular, y en su amable consideración a l

Directo

FACTURA No.		DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO		FECHA:	
CLIENTE: Secretaría de Salud		Cartel.		31/11/87	
CONCEPTO	TIEMPO-DIAS-	IMPORTE			
Diseño.....	10	30,000			
Justificación del boceto final.....	3	20,000			
Original para la Reproducción.....	5	70,000			
Presentación fotográfica del original a color.....	7	30,000			
GASTOS EXTRAS DEL MATERIAL GRAFICO.		150,000			
PAPELERIA	8,000	SUBTOTAL	187,000		
COMPOSICION TIPOGRAFICA	7,000				
FOTOGRAFIA Kodak LITZ	14,000	15% I.V.A.	28,350		
IMPRESION					
OTROS Pantallas de color	18,000	TOTAL	217,350.00		

**LAS IDEAS TENDRAN QUE DEJAR LA MENTE PARA QUE
EXISTAN EN LA REALIDAD.**

FASE DOS DE PROYECCION.

En esta fase de proyección se traducirá visualmente los conceptos del mensaje, de una manera objetiva y creativa.

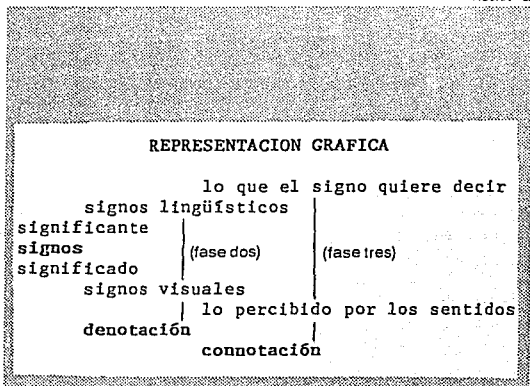
2.1. LA REPRESENTACION.

Algunas imágenes, aún la no figurativa, y la evocada mentalmente son representaciones. Por lo tanto, esta función representativa se encargará de informar visualmente la idea o concepto del mensaje por medio de los signos (El signo es algo que está en vez de otro o alguna cosa, y es entendido *. Peirce. PROSS, p.14.), que son nuestros instrumentos en el proceso de comunicación, y por ello tienen la capacidad de significar.

La significación está conformada por el significante y el significado, que además se pueden clasificar en denotativos y en connotativos (fig.3)

NOTA: Esta figura es una interpretación personal, desde el punto de vista del objetivo general.

FIGURA 3.



Para la representación (fase dos), tomaré en cuenta el *significante* y *significado denotativo*, ya que en la presentación (fase tres), utilizaré el *significante* y *significado connotativo* para conformar la idea total del CARTEL.

El *significante denotativo* es la manifestación real de los signos, las imágenes donde está contenido el concepto o el significado. (COPI, p.142. Diversos tipos de significación.)

El *significado denotativo* es la definición del concepto o imagen que no varía de un intérprete a otro (*relación semántica*).

De este modo, el signo que tiene una referencia directa con el objeto, se llamará *señal*, por su función operativa o indicadora. Pero si el signo expresa algo conceptual entonces se llamará *símbolo*, por su función designadora o remitente (PROSS, V.ej.pp. 23, 37, y 71. y que retomaré con más detalle en la presentación), los cuales pueden ser indistintamente motivados por lo real o arbitrarios (CAMARA, p.11.).

Sin embargo, la representación gráfica no es sólo la significación *literal del mensaje*, sino la reestructuración de esta significación para encontrar la idea directriz que está denotativamente en el mensaje. Para esto, me he apoyado en el concepto llamado *creatividad* que marca el inicio en el desarrollo del CARTEL.

2.2. LA CREATIVIDAD.

La palabra *creatividad* es un neologismo introducido al español para traducir la palabra *creativeness*, término utilizado por el investigador J.P.Guilford en 1950, como concepto de trabajo a fin de integrar una serie de términos como; talento, genio, imaginación, inventiva, descubrimiento, novedad, etcétera.

Como vemos, no existe una definición única y completa para el concepto de *creatividad*, pero si, puedo decir que es un proceso por el cual, hay una intención de solucionar problemas y de innovar nuestro entorno.

Además la *creatividad* es una condición mental necesaria para adaptarse gradualmente a nuevas situaciones con un tipo de pensamiento autónomo o divergente (LAZOTTI, p.28.).

El pensamiento divergente se describe como la actitud para disponer de forma absolutamente original los elementos del saber,

ofrecerlos bajo perspectivas variables, descubrir procedimientos nuevos para superar las contradicciones y en definitiva, apartarse de las formas ya vistas de la conducta común.

Pero, también existe el pensamiento opuesto, que es llamado el pensamiento convergente, que se significa por la capacidad de retener una conducta, reproducir respuestas previamente aprendidas, seguir las reglas convencionales, usar los datos de memoria, y la experiencia como técnicas de resolución. En este caso convergencia es lo más cercano a *estereotipar*.

De hecho, al representar en cualquiera de sus formas, se utiliza indistintamente el pensamiento divergente y el convergente, según la intención e intuición.

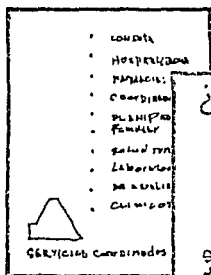
Para saber valorar la representación con la idea que, bajo mi punto de vista, será la más denotativa y creativa relacionada con el mensaje que se pretende proyectar, reunirá los siguientes aspectos:

- a) La originalidad es singular y poco frecuente, y el criterio para definir el nivel de originalidad se basa en la comparación con otras obras similares.
- b) La adecuación debe de ser apropiada al contexto en la situación que se presenta la obra.
- c) La transformación implica el reacomodo o redefinición de viejas ideas con el fin de obtener nuevas proposiciones (GILL,p.41.).

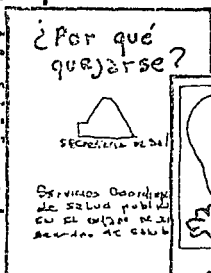
DE LA EXPRESION A LA OBJETIVIDAD.

FASE DOS DE PROYECCION PARA EL CARTEL DE LA SSA.

REALIZACION Y EVALUACION DE LA FASE DOS DE LAS PRIMERAS IDEAS PARA EL CARTEL DE LA SSA.



BOCETO 1



BOCETO 2.



BOCETO 3.

BOCETO 1: Nótese, la carencia de una idea visual que complete el mensaje textual.

BOCETO 2: A este boceto le he integrado una frase. Pero no tiene muy claro el sentido semántico de esta frase, ya sea por sentir un dolor físico o bien por una supuesta calidad del servicio médico.

Es importante observar que la frase con interrogación, permite una aparente reflexión dentro del CARTEL.

BOCETO 3: Pienso que este boceto sería más apropiado para una campaña de salud infantil. Sin embargo, tanto la frase como la representación se complementan en el sentido de que la salud es la responsable de la alegría.

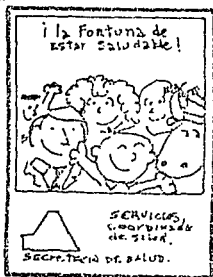
BOCETO 4: Aquí he desarrollado el boceto tres, pero sigue con el mismo sentido infantil.

BOCETO 5: Ahora realicé la contrapropuesta del boceto tres, con la idea de una persona enferma. Pero el sentido de los servicios es el de prevenir las enfermedades y no tanto el remediar el mal.

BOCETO 6: Sin pretenderlo, me remite a la oftalmología o alguna especie de emblema.

BOCETO 7: Es común leer en las cajas de medicamento esta frase, y curiosamente es una autorecomendación de la institución.

BOCETO 4



BOCETO 5



BOCETO 6.



BOCETO 7.

BOCETO 8: Resultó un boceto específicamente para el área de Veterinaria, pero con una sensación de ternura y protección en la supuesta situación.

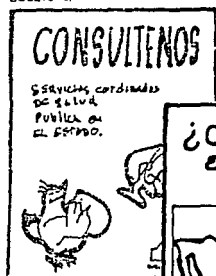
BOCETO 9: Me remite a una determinada localidad de México y a una situación fisiológica.

BOCETO 10: Trate de formar con los logogramas de los servicios una cruz de auxilio o tal vez un signo de adición. Pero más parece un juego de dominó o un rompecabezas de algo muy pequeño.

BOCETO 11: Otra variante del boceto diez.

BOCETO 10.

BOCETO 8.



¿Conoce su estado de...

BOCETO 11.

MÁS SERVICIOS DE SALUD.

¡Salúdame!

SERVICIOS coordinados de Salud publica en el campo.

BOCETO 9.

BOCETO 12

BOCETO 12: La imagen del apretón de manos es muy usada en algunas campañas sociales e inclusive políticas como en el "pacto". Pero en este boceto se tiene la idea de recibir y dar salud a un tiempo.

NOTA: El número de bocetos a realizar y evaluar en esta parte es elección del diseñador.

Hasta aquí, los bocetos que cumplen con el objetivo de incluir con todos los servicios de salud, en un tema general, son:

Uno, dos, cuatro, cinco, siete, nueve, diez, once, y doce.

Y dentro de éstos, los que tienen algunos de los aspectos de la representación gráfica, son:

Dos, cinco, siete, nueve, y once.

De los cuales he elegido, según mi punto de vista, el boceto *nueve*, por ser el menos complicado para entenderlo y realizarlo.

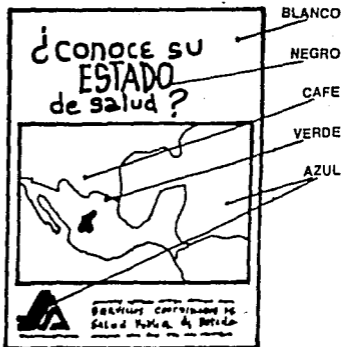
Estas son algunas de sus características denotativas del boceto *nueve*:

a). El boceto señala el lugar, donde está el interés de informar el mensaje.

b). Contiene la información de los servicios de salud de la región.

c). Todos los servicios de salud se incluyen para solucionar el problema.

d). El supuesto observador de este CARTEL, que se identifique con la región, se sentirá parte del problema.



NOTA: La indicación del color en la representación elegida, tiene una significación únicamente denotativa (véase el tratamiento de color connotativa fase tres).

Este boceto pasará a la siguiente fase tres de realización, donde se le incluirán los aspectos de la significación connotativa en relación con el mensaje.

EL MANEJO DE LA IMAGEN ES EL REFLEJO DE LAS IDEAS.

FASE TRES DE REALIZACION.

En esta fase se reforzará las intenciones expresivas, donde se establecerán los elementos visuales, conforme a la significación connotativa y su legibilidad del conjunto gráfico.

3.1.

LA PRESENTACION.

La representación para un observador, es la percepción del contenido del mensaje. Y La presentación para un diseñador, es el tratamiento visual que da una sensación comunicativa a todo el conjunto gráfico (véase significación connotativa fig.3).

Ahora bien, el significante connotativo es la percepción de las imágenes, como figuras reconocibles y distintas de su fondo (ARNHEIM, R. VIGLIETTI, M.) . Y el significado connotativo es la interpretación de cada elemento gráfico, por su lugar y función dentro del esquema global de la composición.

Así, la presentación es la manera de mostrar un *contenido* a través de la *forma*, donde el diseñador puede expresar uno o varios conceptos visuales relacionados con el mensaje y a su vez aplicar el tratamiento o técnica gráfica adecuada (DONDIS, cap.6. GERMANI. Fundamentos del..., cap.4,5,6.)

Por esto, la presentación es en un sentido general, la revalorización del estilo de la representación del mensaje. (fase dos)

3.2.

EL ESTILO.

Toda persona posee un estilo, una manera peculiar de realizar algo. Sin embargo, a través del tiempo el estilo refleja una época, una cultura, una ideología, una tecnología, y una serie de modas y gustos muy particulares que el diseñador retoma para atribuir una determinada función a la presentación gráfica de esta fase.

También, hago notar, que lo que sabemos, conocemos, o entendemos lo podemos ver y manejar de acuerdo con lo que se pretende comunicar o lo que queremos ver en la representación.

3.3. TRATAMIENTO DE LOS COMPONENTES GRAFICOS.

Una vez que se tiene la idea del estilo para la representación, ya se puede realizar las modificaciones técnicas a cada uno de los elementos visuales, que se ajustarán a la idea principal del mensaje.

Cada elemento visual está dentro de estos cinco *componentes gráficos* que de una u otra forma se muestran básicamente como; el motivo gráfico, el texto, el color, el arreglo, y la proporción.

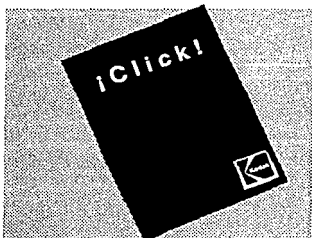
3.3.1. EL MOTIVO GRAFICO.

El motivo gráfico es la imagen que representa y presenta la idea o el objeto en el CARTEL. Y su tratamiento es según la técnica que se utiliza.

Cuando el CARTEL contiene únicamente un motivo gráfico, la imagen se convierte en un auténtico lenguaje visual. Pero esto no siempre es lo más común dentro del CARTEL. En cambio, el texto (tipos) es uno de los elementos indispensables de la Comunicación Gráfica.

3.3.2. EL TEXTO.

El texto es todo lo que está escrito en el CARTEL. Y su tratamiento es; el peso, la familia, y el trazo (VALLE, p.42.).



En un sentido general, el texto es casi siempre el fortalecedor semántico del motivo gráfico y en algunos casos, el texto, es el mismo motivo gráfico del CARTEL (GERSTNER, pp.15,56.)(FIG.4).

FIGURA 4.

En la combinación del texto y la imagen se puede tener dos posturas generales; la armoniosa, y el contraste, para que de todo esto halla un complemento en el significado y tratar de evitar un rechazo visual (PORTER, p.37.).

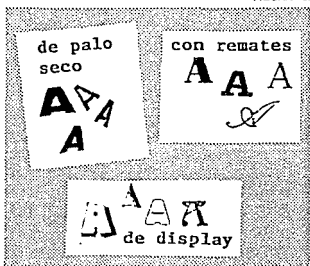
El texto está formado por letras, palabras, párrafos, y columnas. Las cuales ocupan un espacio relacionado con su tamaño, tipo, y la cantidad de los mismos elementos tipográficos. El manejo de esto, permitirá saber el área que ocuparán sin que dejen de ser legibles ni ilegibles que es el objetivo del texto (GERMANI, Los blancos o...).

En la actualidad existen un sin fin de tipos y familias tipográficas que podemos utilizar para la realización de textos. Sin embargo, he clasificado en tres grupos básicos que tienen características físicas generales y que traen una sensación visual determinada (FIG. 5).

FIGURA 5.

Por comodidad, necesidad, y economía, cada día, es más frecuente el uso de tipografía hecha por láser, y la llamada transferible, que con sólo pegar se elabora el texto. Pero, el tratamiento o diseño de un texto no solo es su redacción, sino también como he dicho, la presentación visual de una forma, que marcan de hecho la entrada a la Caligrafía, donde en cada trazo y letra tiene ya otras características

que debemos manejar. Pero, con las limitaciones lógicas de tiempo y esfuerzo, únicamente los textos muy cortos contendrán este tratamiento.



3.3.3. EL COLOR.

El color es uno de los fenómenos más complejos e interesantes que existen en la naturaleza y en el arte, porque gracias al color (que es una determinada longitud de onda) se puede percibir la luz que emite, refleja, o/y absorbe la materia (La teoría del color.). Pero en el CARTEL, el color tiene dos funciones principales dentro de su tratamiento.

La primera función del color en el CARTEL es cuando denota las características propias de cada elemento representado. Por ejemplo; el

color verde para la vegetación o el color amarillo para la yema de un huevo. Siempre recalcando el color, su relación con su contexto físico y químico de cada elemento visual (Esta parte del tratamiento se realizó en el boceto final de la fase dos.).

La segunda función del color dentro del CARTEL, es cuando connota un concepto o un adjetivo que califica y modifica la significación de lo representado, logrando conformar un símbolo. Por ejemplo; una manzana azul o una bandera roja.

A su vez, la simple estructuración del color dentro del CARTEL, permite dar una sensación, ya sea, cálida o fría, armónica o contrastante, pesada o ligera, a todo el conjunto visual. (GERMANI, Color, proyecto..., cap.6,7,y 8.)

El tratamiento del color es algo más que un elemento decorativo dentro del CARTEL, es una dimensión comunicativa que permite, a través de su función denotativa y connotativa, manifestarse como un complemento de la realidad y no como una falsificación de la naturaleza.

3.3.4. EL ARREGLO.

El arreglo es la distribución del motivo gráfico, el texto, y el color, en la superficie del futuro CARTEL. Y el tratamiento del arreglo dará un determinado significado que comunicará, algunos aspectos, que la representación gráfica, tal vez, no pueda. En la división imaginaria del arriba-abajo, izquierda-derecha, etc. que significan ámbitos y fuerzas expresivas diferentes. Teniendo una relación psicofisiológica en la manera de cómo leeremos o leerán la imagen (DONDIS, cap. 2. ARNHEIM, cap.2.).

Pero, aparte de distribuir los componentes gráficos en el plano del CARTEL, se necesita también, una relación entre toda la estructura visual. Ya que el manejo del equilibrio, las tensiones, y de las agrupaciones en el arreglo o la composición, hacen el hecho de modificar y cambiar la proporción, y así el aspecto general del diseño en el CARTEL.

3.3.5. LA PROPORCION.

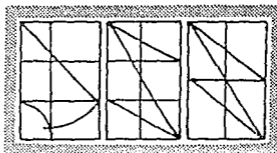
La proporción tiene su fundamento, geométrico-matemático, estudiado por *Pitágoras de Samos* (540 a.C.), el cual establece la "relación" que existe entre un lado de un cuadrado y la diagonal del

mismo (Véase este teorema en cualquier libro de álgebra general.).

En el arreglo es muy importante esta "relación", porque permite que todos los elementos gráficos estén en función con el todo y presentar el conjunto como una unidad visual.

FIGURA 6.

La manera más sencilla de realizar esta "relación" es a través del método geométrico (FIG. 6), o bien con un compás de proporciones.



Sin embargo, para saber cual o cuales son esas "relaciones" en un determinado

formato ("El formato es la superficie regular que todavía no es utilizada y está determinada por su anchura y altura". MARTIN, D.E.A.I.G. p.257.), hay que dividir la longitud (lado mayor) entre la anchura (lado menor). Y el resultado es esta relación de proporción. Pero si, el resultado es un número exacto (racional), indicará que no es un rectángulo dinámico, sino la suma de dos o tres cuadrados, que corresponden a la raíz 4 y 9 respectiva y sucesivamente (SILVA, p.24.).

A manera de ejemplo, diré, que el formato de una hoja tamaño carta (21.5 x 28 cm.) tiene una relación de proporción de 1.3 y para un formato llamado áureo (MARTIN, La composición..., p.397.) es de 1.618 aproximadamente.

No necesariamente en el arreglo se tiene que destinar una determinada *relación de proporción* (solo si se quiere ajustar a los formatos establecidos en los pliegos de papel). Ya que se puede combinar varias "relaciones" y formar **diagramaciones** complejas e interesantes, pero no por ello, esperar un arreglo o composición agradable.

DE LA OBJETIVIDAD A LA EXPRESION.

FASE TRES DE REALIZACION PARA EL
CARTEL DE LA SSA.LA PRESENTACION PARA EL CARTEL DE LA
SSA.

En esta parte, se ha incluido seis conceptos relacionados directamente con el mensaje del CARTEL, los cuales servirán como base para la realización de la presentación.

Para ver de que se trata cada concepto, se han definido y comparado con algunos de sus sinónimos:

1. COORDINAR. *Ordenar metódicamente.* COMBINAR, CONCERTAR, CONCRETAR, NUMERAR, COMPONER, ADECUAR, DESENREDAR, ARREGLAR, ACOMODAR, AJUSTAR, REFORMAR, COMPAGINAR, MANDAR, IMPONER, DECIDIR, ORGANIZAR, EQUILIBRAR.

2. SALUD. *ESTADO DEL QUE NO TIENE ENFERMEDAD, SITUACIÓN NORMAL DEL ORGANISMO.* SANIDAD, SALUBRIDAD, ROBUSTEZ, FORTALEZA, HIGIENE, VIGOR, ENERGIA, RESISTENCIA.

3. SALVAR. *LIBRAR DE RIESGO O PELIGRO.* RESCATAR, RECUPERAR, AYUDAR, SOCORRER, PROTEGER, AUXILIAR, ASISTIR, FOMENTAR, FRANQUEAR.

4. SANEAR. *REPARAR UN DAÑO.* REMEDIAR, LIMPIAR, DEPURAR, PURIFICAR, ARREGLAR, HIGIENIZAR.

5. SERVIR. *ESTAR A DISPOSICIÓN DE OTRO.* AYUDAR, ASISTIR, SUMISION, SERVICIO, FUNCIONAL, PONER, VALER.

6. UTILIDAD. *QUE TRAE O PRODUCE PROVECHO O COMODIDAD.* BENEFICIOSO, RENTABLE, SERVICIAL, BUENO, FRUCTUOSO, REMUNERABLE, VALIOSO, COMPLACIENTE, BONDADOSO, ATENTO, LOGRO.

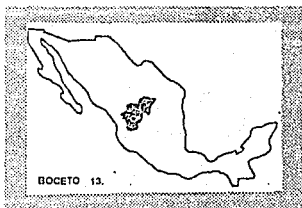
Como podemos ver, es ilimitado el número de conceptos que se pueden incluir, para realizar esta parte de la fase. Pero, algunos de los conceptos anteriores reiteran el mismo sentido de la idea, por lo que sintetice éstos conceptos en términos más fáciles de presentar *visualmente*:

1. EQUILIBRIO, PROPORCIÓN, UNIFICACIÓN.
2. VERTICALIDAD, SOLIDEZ, VITALIDAD.
3. PROTECCIÓN. RESALTACIÓN.
4. ESPACIO, LIMPIEZA..
5. REPRESENTACION, FIGURATIVO.
6. FUNCIONAL, LEGIBILIDAD.

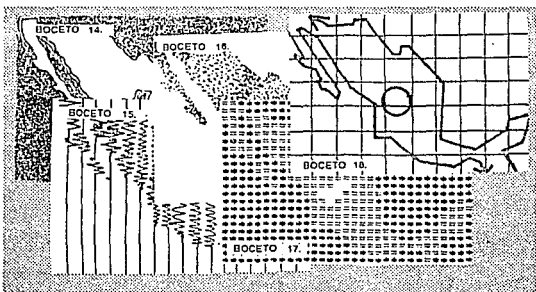
Estos son los conceptos que aplicaré, y otros intencionalmente, conforme a las características propias de cada componente gráfico en la presentación del CARTEL de la SSA.

EL MOTIVO GRAFICO PARA EL CARTEL DE LA SSA.

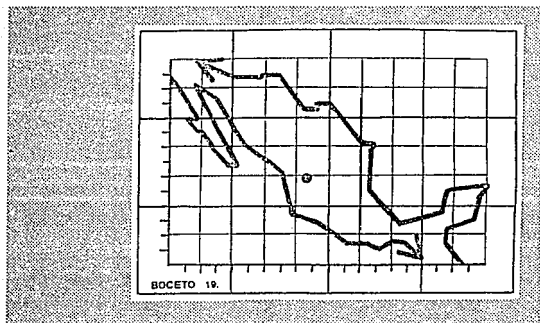
El motivo gráfico para este CARTEL es (*recuérdese el boceto 9 elegido en la fase dos*) la representación de la República Mexicana, en donde el punto de interés es el Estado de Zacatecas. (BOCETO13)



La intención para este bocetos trece, es el de presentarlo con alguno de los medios gráficos que utiliza la área médica como; la radiografía (BOCETO 14), la electrografía (BOCETO 15), la termografía (BOCETO 16), o algún otro tipo de gráfica (BOCETO 17 y 18).



El tratamiento que mejor presenta la idea y los términos visuales, según mi opinión, es el boceto dieciocho, el cual he delimitado espacialmente de manera provisional con una *red de cuadrados* que servirá para trasladar, aumentar, disminuir, deformar el tamaño de cualquier elemento gráfico del CARTEL. (BOCETO 19)



Desde este momento, el o los motivos gráficos seguirán teniendo ligeras modificaciones a lo largo de la integración de los demás componentes gráficos. Pero, estos motivos gráficos serán ya los definitivos.

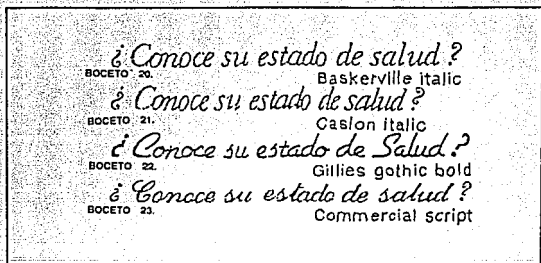
NOTA: También hay que considerar al logotipo de la SSA., como un motivo gráfico, no importando que sean letras, ya que el tratamiento visual está realizado. (trazo del logotipo, apéndice.)

LOS TEXTOS PARA EL CARTEL DE LA SSA.

Para que sea fácil la identificación de cada bloque de texto dentro del CARTEL, lo he clasificado con una letra del alfabeto, que significará también el orden de la lectura.

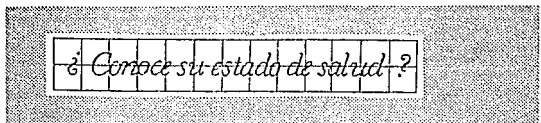
Así, el texto "A" corresponde a la frase; "¿Conoce su estado de salud?" Y tendrá una sensación visual amable y formal.

Estas son algunas de las alternativas para el texto "A".



Según mi opinión, el tipo de letra que mejor se ajusta a la sensación, es como; la Baskerville o la Caslon en italic.

Al igual que en el motivo gráfico, he colocado una red de cuadrados para manejar la forma y el tamaño dentro del CARTEL (BOCETO 20).



BOCETO 20.

En esta parte es necesario mencionar lo importante que es el manejo de la redacción en los textos, ya que esto permite separar y jerarquizar cada idea en el texto. Y además, un control en el cálculo del texto.

El texto "B" corresponde la frase; "Servicios coordinados de salud pública en el municipio de Jerez Zacatecas: Consulta externa, Control sanitario, Farmacia de descuento, Hospitalización, Inmunizaciones, Laboratorio de análisis clínicos, Odontología, Planificación familiar, Programa de salud rural, Trabajo social. ¡consúltenos!" y será con un tipo de fácil lectura, diferente al texto "A".

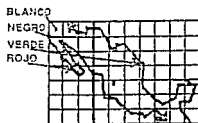
El texto "C" corresponde la frase complementaria al logotipo "Secretaría de Salud" (véase el apéndice).

El texto "D" corresponde los textos de *dirección y teléfonos de la institución*.

NOTA: En el texto "D" solo se programó el espacio por si hay cambios de último momento.

EL COLOR EN EL CARTEL DE LA SSA.

A través del desarrollo de los componentes gráficos para este CARTEL, se puede decir que la función del color denotativo, ya no es un factor preponderante para la presentación. Pero, en cambio, la función del color connotativo, es ya parte del significado. (BOCETO 24)

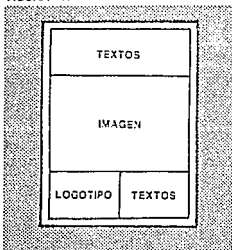


BOCETO 24

NOTA: En este caso se colorearon algunos elementos gráficos, ya que su sensación general de color, se cotejará y modificará en la siguiente fase, por contar ya con la técnica y la composición definitiva del CARTEL.

EL ARREGLO PARA EL CARTEL DE LA SSA.

FIGURA 7.



Cuando se realizaron los primeros bocetos (fase dos), se tenía un arreglo elemental y simple, que sirvió para distribuir todos los elementos gráficos de este CARTEL, y dibujar cada idea (FIG. 7).

En esta parte, he decidido modificar el arreglo en función al significado en todo el mapa estructural. El cual tendrá que ajustarse a cada una de las ideas, sin que se pierda el orden de lectura visual.

ELECCION DE ALTERNATIVAS PARA EL CARTEL DE LA SSA.

La alternativa -que me parece- que cumple con algunos de los términos visuales (p27) y además ofrece posibilidades connotativas es el boceto 31.

BOCETO 31.

Por ejemplo, los puntos suspensivos y la división del texto "A", permite el sentido polisémico de la palabra "estado". También, está implícito el orden de la lectura. Y tanto el logotipo como el motivo gráfico forman una sala imagen en este arreglo. Junto con la flecha en ascenso que remite a la palabra salud del texto "A". Todos los textos forman una columna que se intercala con los demás componentes gráficos.

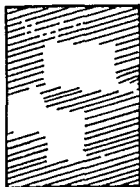
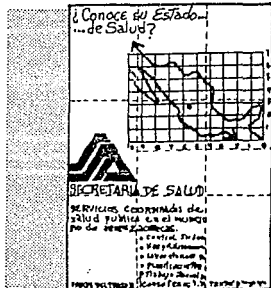


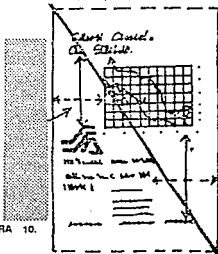
FIGURA 9.

Otro de los aspectos subjetivos que presenta este arreglo es la insinuación visual -en los espacios en blanco- de algo muy parecido a una letra "S" que la relaciono con la palabra salud (FIG.9).

PROPORCION PARA EL CARTEL DE LA SSA.

Al tener -supuestamente- determinados ya los componentes gráficos de este CARTEL, se determinó el formato que propone la SSA. que es de una relación de 1.5 en dos tamaños diferentes (véase apéndice. En algunos casos el tamaño del formato tiene una relación directa con el corte del pliego.). Sin embargo, para establecer la armonía de todos estos componentes gráficos, en este formato, justifique la misma proporción del formato en los espacios principales (FIG.10), lo cual permitió encontrar las delimitaciones verticales del espacio definitivo del

FIGURA 10.



CARTEL. Y en la intersección con la diagonal principal las delimitaciones horizontales sin perder el formato establecido.

Este procedimiento, me evita realizar una diagramación compleja para ajustar todos los componentes gráficos al formato. Pero, se puede ajustar a una diagramación tradicional. (FIG. 11) (BOCETO 39)

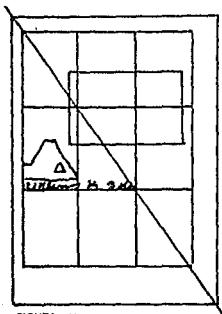
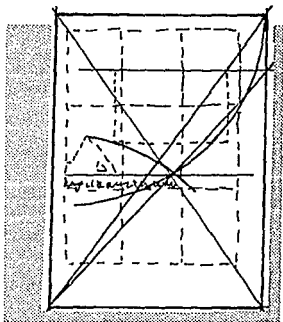


FIGURA 11.



BOCETO 39.

En esta parte, ha tenido el cuidado de representar todos los componentes gráficos como se presentarán, ya que esto evitará realizar cambios importantes en la siguiente fase (BOCETO 40).



BOCETO 40.

UNA PROPUESTA SE CONCRETA CON UNA DETERMINACION.

FASE CUATRO DE PRODUCCION.

En esta fase se producirá el original para la reproducción, y la maqueta a color del mismo CARTEL.

4.1.

EL ORIGINAL DE REPRODUCCION.

El original para la reproducción es la representación bidimensional del positivo o/y del negativo de un dibujo, fotografía, o en este caso del futuro impreso de CARTEL, que se duplicará por medios manuales o/y mecánicos.

Para realizar un original funcional, es importante conocer las características de cada sistema de reproducción -con lo que contemos-, y manejar las cualidades gráficas de cada tipo de original, (de línea, de medio tono, etc. KODAK, pp.5, 11.) para evitar errores y gastos innecesarios en las reproducciones.

4.2.

MAQUETA A COLOR.

La maqueta a color presentará la idea aproximada de como se verá el futuro impreso. Y se producirá a través de la fotografía, haciendo notar que se puede producir con cualquier otra técnica o alternativa diferente.

He escogido la técnica fotográfica, por ofrecer algunas ventajas para el diseñador al colorear la maqueta u original del CARTEL, la más importante y la principal es que presenta de manera casi fiel el resultado del futuro impreso. Sin embargo, este proceso fotográfico exige un adecuado equipo técnico y sobre todo contar con la paciencia, para producir los resultados que se esperarán.

4.2.1.

PROCEDIMIENTO FOTOGRAFICO PARA COLOREAR LA MAQUETA DEL CARTEL.

Para comenzar con este proceso fotográfico, se necesita la elaboración en negativo y en positivo del boceto definitivo o del original para la reproducción, en película de alto contraste (*kodalith*, que podemos

realizar, o bien, mandarse a hacer a la Fotomecánica.), en un tamaño para diapositiva.

Se eligió este tamaño de 35 mm. en diapositiva por los recursos de proyección que tiene. Además, de la calidad de imagen y color.

Para colorear los acetatos (kodalith) positivos y negativos en 35 mm., se puede utilizar directamente rotuladores especiales para ello o bien rotuladores comunes sobre un papel blanco traslúcido, que se fijará en la parte de atrás de cada acetato. Lo que recomiendo, son las películas plásticas adhesivas que vienen como muestrario de pantallas (letraset, mecanorma, etc.), en un tamaño de 40 mm. x 115 mm. con una gama de más de ciento cincuenta colores (FIG. 12), y es muy apto para tal fin, sobre todo, si se pega en un acetato transparente, para utilizar varias veces la misma pantalla de color.

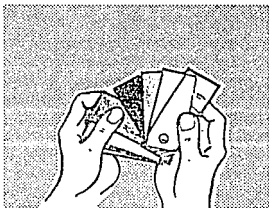
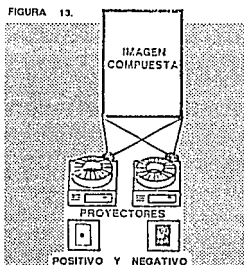


FIGURA 12.

La formación a color es muy sencilla, ya que sólo basta aplicar el color que se desea en las partes transparentes del positivo y del negativo. Y cuando se necesite que éstas partes sean blancas, con sólo quitar el color se obtendrá el resultado. En cambio, si se quiere que éstas partes sean negras, con sólo taparlas con cinta opaca, (He elegido la tinta china negra, por la facilidad de removerse en el acetato.) será suficiente.

Ahora bien, para ver la imagen compuesta del positivo y del negativo,



con la formación a color, a un tamaño real del futuro impreso, se necesitan dos proyectores de diapositivas y colocarlos como en la FIG. 13. Hasta aquí, la maqueta a color, es un hecho real y objetivo. Pero, también resulta algo complicado presentar esta maqueta a color del CARTEL a través de los dos proyectores, y las condiciones singulares que no siempre se tienen. Por esto, se puede concretar a un solo proyector, con la toma fotográfica de la imagen compuesta.

4.2.1.1

TOMA FOTOGRAFICA DIRECTA DE LA IMAGEN
COMPUESTA.

En esta toma fotográfica de la imagen compuesta recomiendo la película a color positiva, por su calidad en el color. Sin embargo, se tienen algunos otros obstáculos que limitan la calidad de la maqueta a color; uno de ellos es la perspectiva que deforma la imagen, por el punto de vista de la cámara en relación con la disposición de los proyectores, lo cual se puede corregir un poco, colocando la cámara fotográfica en la parte de atrás de la proyección en una pantalla traslúcida, pero, la luz no es regular en toda la superficie de la imagen, mostrando las esquinas con menor luz. (Véase el ejemplo en la FIGURA 23.)

Otro de los inconvenientes, es la utilización de un filtro especial para compensar la temperatura de color de la luz de los proyectores, lo cual sino se tienen los filtros es algo complicado y difícil. (COOTE.) Por esto, y para no tener un resultado falso en cuanto al color, se puede aplicar la múltiple exposición fotográfica, con un fuelle de extensión y portadiapositivas, y la temperatura de la luz natural. (FIG. 14)

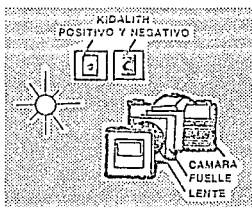


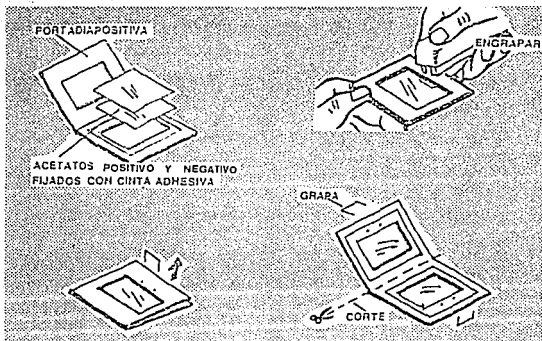
FIGURA 14.

4.2.1.2.

MULTIPLE EXPOSICION.

La doble o múltiple exposición es un proceso el cual permite que en una misma toma fotográfica se exponga varias veces, y generalmente es un dispositivo de la cámara que desconecta el mecanismo de avance de la película. Pero, sí no se tiene este dispositivo existen otras alternativas para realizar exposiciones múltiples (SPITZING, p. 15.).

El aparente problema que se tiene con la múltiple exposición, es al momento de sobre imponer por separado el positivo y el negativo (kodalith), en una misma toma fotográfica. Ya que no se puede ver de forma directa la correspondencia precisa entre las dos imágenes, por lo que se necesita colocar en un mismo lugar, a cada uno de los acetatos, dentro de la montura. Y la siguiente propuesta es una solución a este problema.



Ahora bien, para que se obtenga un resultado sin variaciones en cuanto al color en la toma fotográfica, se necesita realizar unas pruebas o mediciones de luz del positivo y del negativo coloreados, por separado, para tener las exposiciones adecuadas de luz.

NOTA: Se realizará lo siguiente, en el caso que la maqueta a color del CARTEL, contenga medios tonos (degradados o/y fotografías).

En un papel blanco se calcará, sobre el original de la maqueta de CARTEL, las áreas donde van los colores degradados (*Estos los realizaremos con cualquier técnica.*), sin que necesariamente se tenga que definir con precisión los contornos de las formas (FIG.15). Ya que se tomará una diapositiva que se colocará en la parte de atrás de su correspondiente kodalith o máscara (FIG.16).

FIGURA 15.

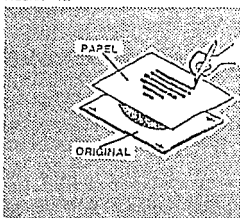


FIGURA 16.



Para que se tenga una correspondencia entre la diapositiva de medio tono y la máscara, tomaré como referencia común el área del visor de la cámara de 35 mm., y la ventana de la montura, donde se colocará la máscara (FIG. 17). Tomando en cuenta que el encuadre de la diapositiva de medio tono, debe de ser ligeramente más grande.

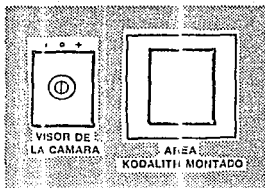


FIGURA 17.

En cuanto a las fotografías, el proceso es el mismo, sólo varía en que si son más de tres en la maqueta a color del CARTEL, se tiene que utilizar recortes de fotografías ya impresas (revistas, folletos, etc.), que ahorran costos y tiempo en la presentación de la maqueta (FIG.18). En cambio, si se trata de una o dos fotografías, para cada una de las máscaras, se puede producir directamente el original fotográfico en 35 mm., que se colocará en las áreas programadas para ello. (HEDGE COE, p.258. También véase el ejemplo en la FIGURA 25 de esta tesis.)

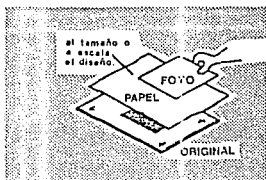
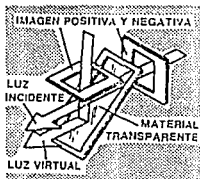


FIGURA 18.

4.2.1.3. VISOR DIRECTO DEL MONTAJE FOTOGRAFICO A COLOR.

Por el interés de simplificar un poco este proceso fotográfico para la maqueta a color del CARTEL, y de impulsar mi iniciativa, he diseñado este dispositivo que permite la observación directa del montaje coloreado,

FIGURA 19.



sin utilizar los proyectores o la múltiple exposición. El principio óptico por el cual funciona este visor, se encuentra en la reflexión y refracción que la luz realiza de manera simultánea, imagen real y virtual, a través de un material transparente (*Utilizo un acetato para fotocopia.*), colocado a 45° en relación con el plano de la imagen vertical y la horizontal (FIG.19). que en este caso son el positivo y el negativo de la maqueta.

Para aumentar la efectividad del visor y el tamaño de la imagen compuesta, se sitúa una lente positiva simple (cualquier lupa), entre el ojo y las dos imágenes (FIG. 20-21).

El siguiente ejemplo tiene dos propuestas para construir un visor con las características antes mencionadas, con materiales que se pueden conseguir fácilmente o improvisarse.

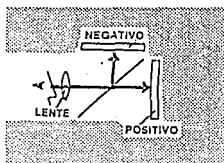
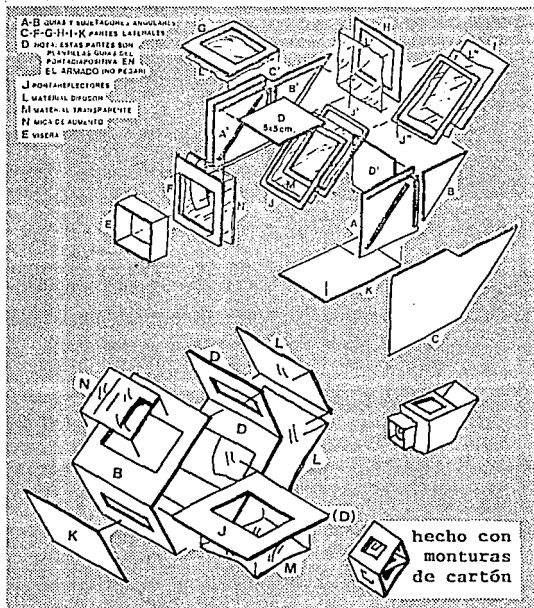


FIGURA 20.

FIGURA 21.



FASE CUATRO DE PRODUCCIÓN PARA EL CARTEL DE LA SSA.

ORIGINAL PARA LA REPRODUCCION PARA EL CARTEL DE LA SSA.

Para la producción de este original se utilizó el sistema de fotocomposición para todos los textos, lo cual presentó una buena calidad. Pero, también me tuve que ajustar a algunas limitaciones técnicas, como; el tipo, el tamaño, y no contar con tipografía transferible.

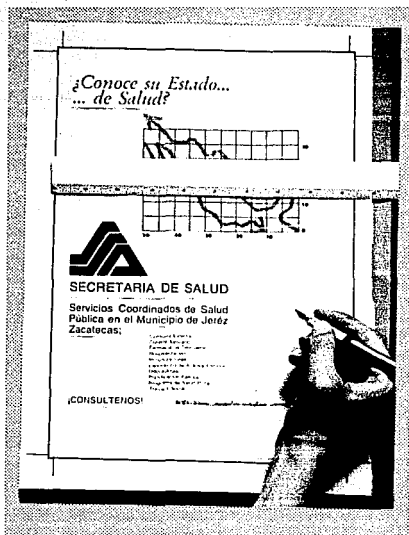


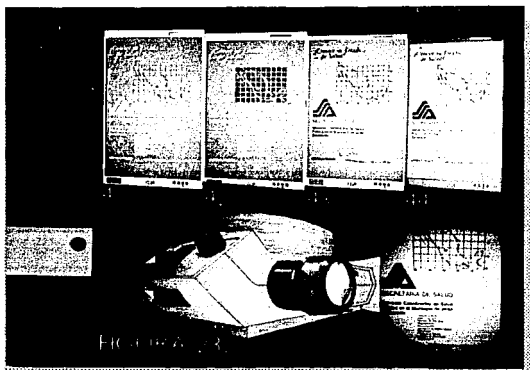
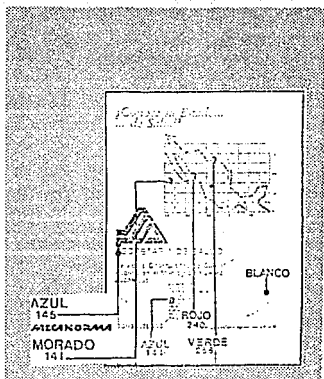
FIGURA 22.

El ancho máximo que me ofreció en ese momento, este sistema tipográfico fue de 30 picas, lo cual fue la base para el tamaño de los tipos, y formar líneas de texto completas. El resultado del original fue de menor tamaño (22.9 x 34.5 cm.) que los requeridos por la SSA (véase apéndice). Sin embargo, no están pequeño para las ampliaciones, y según sus características no es necesario realizar otros originales para este mismo impreso. (DEMONEY.) (FIG.22)

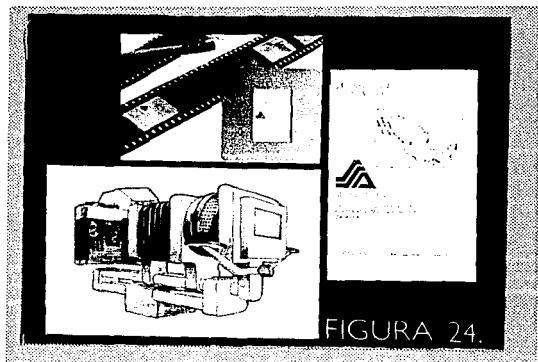
MAQUETA A COLOR PARA EL CARTEL DE LA SSA.

En esta parte comparé la sensación del color en su conjunto (FIG. 23), y la que elegí subjetivamente adecuada fue la alternativa del BOCETO 44., indicando a la izquierda de esta misma figura, el color de cada elemento gráfico.

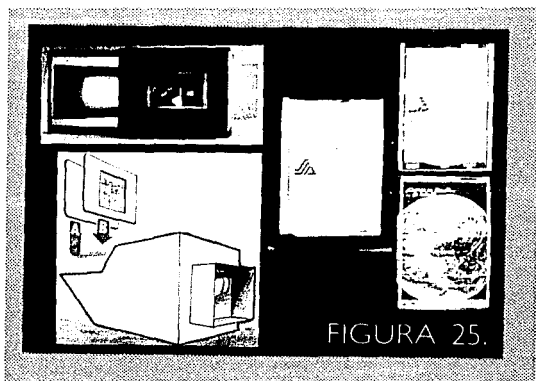
En la FIGURA 23., se tienen los ejemplos, en las cuatro primeras imágenes, de la proyección. Y la del extremo inferior derecho, de la retroproyección, mostrando así las deformaciones de perspectiva, de intensidad de luz, y de color antes mencionadas.



En la FIGURA 24, se muestra la múltiple exposición de la maqueta a color del CARTEL, que se puede utilizar a un solo proyector.

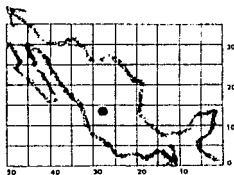


Aquí se tiene la FIGURA 25., el cual muestra algunos de los aspectos del visor directo de la imagen compuesta. Y un ejemplo con una fotografía impuesta al positivo y al negativo.



Esta es la impresión en serigrafía del futuro Impreso.

*¿Conoce su Estado...
... de Salud?*



SECRETARIA DE SALUD

**Servicios Coordinados de Salud
Pública en el Municipio de Jeréz
Zacatecas;**

Consulta Externa
Control Sanitario
Farmacia de Dispensio
Hospitalización
Inmunizaciones
Laboratorio de Análisis Clínicos
Odontología
Planificación Familiar
Programa de Salud Rural
Trabajo Social

¡CONSULTENOS!

0221 244 1111

CONCLUSION DEL PROCESO DEL CARTEL.

A lo largo de cinco años después de cursar las asignaturas de la licenciatura, he podido completar la terminación de esta propuesta en el diseño del CARTEL. Pero, no es fácil, ya que he manejado el proyecto de manera individual y sin el apoyo de otros compañeros y técnicos que son básicos en todo proyecto gráfico, o al menos en eso me doy cuenta que se requiere en nuestra realidad profesional. Ya que el tener la mentalidad que se puede hacer de todo, con todo, es un error. También tuve que aprender el manejo del diseño con computadora, lo cual llevó a actualizarme y a cambiar la manera tradicional de trabajar que me enseñaron en la escuela.

El tiempo que me llevó la estructura de este proceso fue de dos meses, así mismo, de cotejar otros procesos del CARTEL y proponer el propio con el objetivo de ser lo más sintetizado y práctico posible, para poder leerse este proyecto en una sola sentada, por las características tan particulares de la biblioteca de mi escuela.

El manejo del proceso me permitió prever los recursos que determinaron el resultado y calidad total, junto con el aprovechamiento del tiempo de dos semanas en el proyecto del CARTEL que me fue solicitado por el cliente. Ya que en ocasiones la creatividad o las buenas ideas no surgen rápidamente, o al contrario, se pueden tener buenas ideas pero no realizarse adecuadamente con los recursos disponibles. Por esto, el ubicarme como comunicador gráfico ante una persuasión de una idea honesta, y la firmeza de una necesidad de solución, me llevaron a empezar con el cumplimiento del objetivo general, que engloba el sentido total de este proceso.

En la fase uno de estudio, entendí la gran cantidad de factores que intervienen, y controlar mi punto de vista de pensar las cosas, al grado de poder decir, que el enfrentarme con problemas y situaciones reales, hace madurar al más necio de los sentidos. Que razón tienen mis maestros en mencionar que el ver es conocer, evidente claro y sencillo.

En la fase dos de proyección, resultó difícil ser objetivo y la tendencia, en mi caso, fue representar estereotipos que generalmente conozco y a su vez entiendo. La representación completamente original no existe, solo es una constante interacción de formas que he contextualizado con lo real, y un estilo muy personal en la elaboración de los dibujos. Vuelvo a la idea de lo que se representa lo que se conoce, no en cantidad sino en calidad.

En la fase tres de realización, tuve la idea barroca, de añadir una

serie de elementos que fueron los eslabones de todos los elementos gráficos y visuales que da el sentido de unidad, lo que es un buen paso para encontrar la verdadera originalidad. Sin embargo, en esta parte tuve un especial cuidado en elegir una o dos alternativas de resultado, ya que las posibilidades de los elementos individuales y de conjunto son enormes.

En la fase cuatro de producción, me hizo reflexionar en cuanto al número real de reproducciones de un CARTEL, porque en algunos casos y bien colocado, solo se requiere de un CARTEL, pero hay otros factores que hacen que esto no sea así, como por ejemplo los coleccionistas. Otro de los factores que no menciono y es importante en esta parte en el diseño, es la apta colocación del CARTEL, pero doy como un hecho lo pretencioso que es este tema como diseñador de CARTELES, ya que no hay recetas cuando uno no sabe que circunstancia y resultado habrá.

Las alternativas que pongo para presentar la maqueta a color del futuro impreso del CARTEL, me llevó a realizar otros tipos de visores para la secuencia de imágenes en el área audiovisual, junto con el entendimiento más completo en la formación de originales para la reproducción.

En fin, hay mucho más que decir, sobre todo que no fue este proyecto un requisito académico sino una herramienta en el área docente con mis alumnos, superando lo que yo esperaba al inicio de este **Proceso de Diseño del CARTEL**, y animarme de lleno en un futuro a la especialidad.

CONCLUSION DEL CARTEL DE LA SSA.

El terminar con un CARTEL de difusión, que comienza como una parte de una campaña gráfica, y el resultado no deja de tener ese objetivo, es un logro personal que me dió, la voluntad, la constancia y la paciencia.

La idea básica fue realizada en dos semanas como estaba programado en el proyecto, lo cual se me autorizó y me fue pagado el costo del original mecánico. (Para asegurar el buen estado del original entregé un negativo reducido.)

El tema de este CARTEL no me permitió el lucimiento más audaz en el diseño, por los requisitos que tuve que respetar y que en algunos de ellos, me parece, no cumplen con una función real para la identidad de la institución, provocando en el resultado final del CARTEL una rigidez que no logré atenuar, por la falta de experiencia, en todo el proceso. Por esto, elegí este CARTEL y no otro, por ofrecer un alto reto como diseño.

En los bocetajes tanto de la representación y presentación del CARTEL, se dan de manera complementaria lo denotativo como lo connotativo. También lo que determina el contenido denotativo del mensaje es en este caso la parte connotativa y pragmática, y lo que determinó los contenidos connotativos del mensaje fueron las condiciones que se presentaron durante la realización del proyecto.

La frase que utilizo como lema en el CARTEL, es lo que le da sentido común a la idea del mensaje gráfico. Y el mensaje visual determina el sentido técnico final. En esta parte cuide mucho la presentación de cada uno de los elementos gráficos y visuales, ya que nunca falta alguien con "buen gusto" que rediseña.

Para concretar toda la idea del CARTEL, fue necesario más de cuarenta bocetos, que estan en el proyecto como razón del resultado final. Y en ese momento, mi interes era ver el CARTEL impreso y funcionando, de lo cual se me respondió que sería enviado a los talleres gráficos de la nación; pasa el tiempo y no hay un resultado favorable, lo cual me llevó a seguir haciendo entrevistas con los responsables de comunicación social de la SSA. con la burocracia clásica y la pérdida de tiempo, que decidí mejor seguir intendandolo con otras ideas gráficas que en nada tienen que ver con el resultado de este diseño del CARTEL.



PALOMO

El cuarto reich No.2
Ed. Nueva Imagen 1980.

APENDICE

CONDENSADO DE LOS CRITERIOS DE POLITICA EDITORIAL DE LA SSA.

El 14 de mayo de 1979, se creó la Comisión técnica Consultiva de Ediciones Gubernamentales. No obstante, las publicaciones de la Secretaría se han editado sin normatividad, mostrando dispersión y falta de criterios uniformes.

Con el objeto de dar cumplimiento a dichas normas y para definir la política editorial de la Secretaría de Salubridad y Asistencia, la Oficialía Mayor en coordinación con las Subsecretarías de Planeación y de Asistencia y la Dirección General de Comunicación Social, integraron un grupo de trabajo que formuló las normas de publicaciones de la Secretaría de Salud. Se propone que estas normas se implementen a partir de 1984.

NORMAS DE LAS PUBLICACIONES.

1. Las unidades centrales de la Secretaría antes de proceder a la publicación de sus trabajos, deberán remitir sus anteproyectos a la Oficialía Mayor, la cual solicitará a la Dirección General de Comunicación Social dictaminen sobre las publicaciones de divulgación o de carácter informativo.

2. Las Jefaturas de Servicios Coordinados de Salud Pública en los Estados, cuando así lo requiera su funcionamiento, podrán emitir una publicación periódica informativa de conformidad con las normas y especificaciones en vigor y llevará el nombre de la jefatura correspondiente.

3. Las publicaciones de la Secretaría serán de carácter INSTITUCIONAL y deberán contribuir a la realización de los objetivos y programas, tanto de la propia Secretaría, como de los objetivos programáticos del Sector Salud.

4. Las publicaciones evitarán fotografías y exaltaciones personales.

5. Las unidades que editen publicaciones deberán enviar cinco ejemplares de cada una a la Oficialía Mayor para integrar el archivo de publicaciones de la Secretaría.

6. Las publicaciones deberán caracterizarse por su sobriedad y austeridad, utilizarán tipos de papel nacional que se encuentre fácilmente en el mercado y cuyo costo sea reducido.

7. Cuando el tipo de publicación y el destinatario lo permitan y en medida de que se justifique, se recomienda utilizar la reproducción directa de originales mecanografiados.

8. Las publicaciones oficiales de la Secretaría deberán incluir el ISBN correspondiente.

9. Las unidades de la Secretaría observarán los siguientes lineamientos sobre:

9.1. TAMAÑO.

Las publicaciones que se elaboren en la SSA deberán sujetarse a las especificaciones de forma y tamaño de acuerdo con su categoría.

9.1.1. Informes, memorias, manuales, leyes, reglamentos, códigos, directorios, etc. (véase cuadro de tamaños)

9.1.2. Información y usos especiales: Díptico (carta con un doblés). Tríptico (carta con dos dobleces). Tetrápticos (oficio con tres dobleces).

9.1.3. Carteles y posters. Grande 56x84 cm. Chico 43x65 cm.

9.2. LOGOTIPO.

Se inserta con las iniciales SSA. En todos los casos se deberá respetar la interletra del logotipo oficial y en ningún caso, otro logotipo podrá insertarse sobre, o en caracteres mayores que el de la Secretaría. El logotipo se incluirá en el lomo de las publicaciones cuando el espacio disponible lo permita.



9.3. PORTADA Y CUARTA DE FORROS.

Las publicaciones de esta Secretaría se identificarán mediante una franja horizontal de color de acuerdo con las categoría correspondiente. (véase cuadro de colores)

FORMA DE LA PORTADA	CATEGORÍA	FRANJA DE COLOR	NÚMERO DE PUBLICACIONES
28. 21.	ANÁLISIS, ESTUDIOS.	MORADO	518.
28. 21.	BIOGRAFÍAS, BIOGRÁFICAS.	MORADO	518.
28. 21.	BOLETÍN Y GACETA.	AZUL	293
28. 21.	CATALOGOS E INDICES	NARANJA	126
21. 28.	COMPENDIOS	ROJO	485
28. 28.	DIRECTORIOS	AMARILLO	123
28. 21.	DISCURSOS	ROJO	220
28. 42.	ESTADÍSTICAS INFORMÁTICAS	VERDE	347
28. 21.	GUÍAS	CAFE	473
21. 14.	LEYES, NORMAS PRONTUARIOS	MARCON	183
28. 42.	REGLAMENTOS, CÓDIGOS, INFORMES	MARCON	183
28. 42.	MANUALES	GRIS	631
21. 28.	MEMORIAS	VERDE	377
28. 42.	PROGRAMAS, PLANES, EVALUACION	VERDE	368

ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA

9.3.1. La franja de color abarcará la carátula, lomo, y cuarta de forros.

9.3.2. El área inferior a la franja de color respetará el tono natural del papel que se utilice, que deberá ser blanco.

9.3.3. El título de la publicación aparecerá en el área superior, calado en blanco sobre la franja distintiva de color, en caracteres modernos y fácilmente legibles, en los puntos que se especifiquen.

9.3.4. La franja de color tendrá diferentes medidas según tamaño de la publicación, respetando la estructura de la caja tipográfica de los interiores.

9.3.5. En las portadas, utilícense los tipos de letra helvética o universo, todas alineadas a la derecha. El nombre completo de la Secretaría aparecerá siempre en la parte superior, y con tipos más ligeros, pero de la misma familia, con el objeto de lograr un mejor equilibrio.

9.3.6. En los interiores, la tipografía por emplearse será de la misma familia que la de la portada y con un cuerpo no menor de 9 ni mayor de 12 puntos, con interlíneas de uno a dos puntos. El cuerpo de la letra de las notas "a pie de página" será dos puntos menor que la tipografía usada en el texto.

9.3.7. El logotipo aparecerá en el extremo inferior izquierdo de la portada, se imprimirá en color azul (PMS 293) y debajo la leyenda institucional de la Secretaría en las proporciones que se indiquen. (véase trazo de logotipo)

9.3.8. En la cuarta de forros se imprimirá en negro: la unidad administrativa que genere la publicación y el logotipo de la SSA. en pequeño; asentando en la misma altura del margen inferior, que la leyenda institucional en la primera de forros.

9.3.9. La portada de dípticos, trípticos, tetrápticos y carteles deberán llevar invariablemente el logotipo oficial de la Secretaría.

9.4. COLOFON Y PIE DE IMPRENTA.

Todas las publicaciones de la Secretaría deberán insertar su colofón en la penúltima o en la última página. Este incluirá el título, la edición, el organismo que la publica, lugar y fecha de impresión, y el número de tiro.

9.5. TIPOS DE PAPEL.

De acuerdo con las características de las publicaciones, se sugiere lo siguiente;

9.5.1. Cuando contenga textos exclusivamente. Papel bond, revolución, rotoplsa.

9.5.2. Si incluyen fotografías e impresión offset. Papel litho.

9.5.3. Si contienen fotografías que requieren una calidad de impresión extraordinaria. Papel couché, mate paloma.

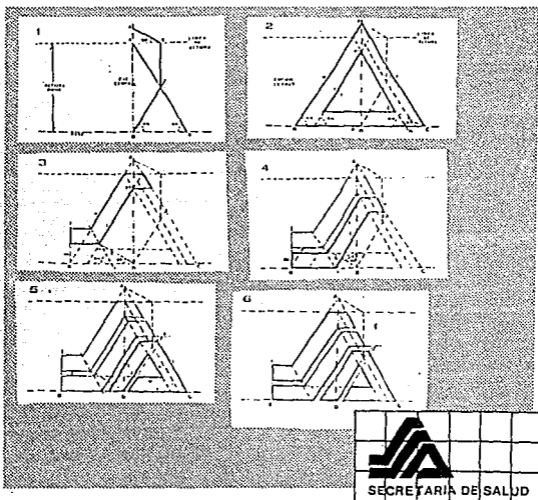
9.5.4. Forros de las publicaciones. Cartulina bristol, cartulina couché, cartulina eurokote.

9.6. TRAZO DEL LOGOTIPO.

En todas las publicaciones de la Secretaría se deberá insertar el logotipo Oficial, con las características de trazo que se indica en la secuencia de los esquemas siguientes:

Trazo del logotipo.

Trazo del logotipo partiendo de que se conoce la altura a que se debe reproducir.



BIBLIOGRAFIA

- ACHA, Juan.
EL ARTE Y SU DISTRIBUCION. México: UNAM. 1984.
- AGUILERA, Miguel.
DISEÑO BASICO. México: Tesis UNAM. 1987.
- ARNHEIM, Rudolf.
ARTE Y PERCEPCION VISUAL. España: Alianza. 1981.
- BALDOR, Aurelio.
ALGEBRA ELEMENTAL. Madrid: EDIME. 1973.
- BARNICOAT, John.
LOS CARTELES. España: G. Gili. 1980.
- BUCHAN, Jack.
SECRETOS DE ESTUDIO PARA EL ARTISTA GRAFICO.
España: Hermann Blume. 1988.
- CAMARA, F.
SIMBOLOS Y SIGNOS GRAFICOS. España: Don Bosco. 1975.
- COOTE, Jack.
COPIAS EN COLOR DE NEGATIVOS Y DIAPOSITIVAS.
España: Omega. 1978.
- COPI, M. Irving.
INTRODUCCION A LA LOGICA.
Argentina: Universitaria de Buenos Aires. 1976.
- CRESPI, Irene. FERRARIO, Jorge.
LEXICO-TECNICO DE LAS ARTES PLASTICAS.
Argentina: Universitaria de Buenos Aires. 1971.
- DALLEY, Terence.
GUIA COMPLETA DE LUSTRACION Y DISEÑO.
España: Hermann Blume.
- DEMONEY, Jerry. MEYER, Susan.
MONTAJES DE ORIGINALES GRAFICOS PARA SU REPRODUCCION. España: G. Gili. 1983.

- DIAZ, Ma. Elena.
PROPUESTA DE METODOLOGIA PARA LA PROYECCION DE SIMBOLOS EN EL DISEÑO GRAFICO. México: Tesis UNAM. 1981.
- DOELKER, Christian.
LA REALIDAD MANIPULADA. España. G. Gili. 1982.
- DOMINGUEZ, Antonio.
TALLER DE LECTURA Y REDACCION. México: Trillas. 1978.
- DONDIS, A. Donis.
LA SINTAXIS DE LA IMAGEN. España: G. GILLI. 1982.
- DORFLES, Gillo.
ULTIMAS TENDENCIAS DEL ARTE DE HOY. España: Labor. 1976.
- ECO, Umberto.
TRATADO DE SEMIOTICA GENERAL. España: Lumen 1988.
- ESCALANTE, Eloisa.
PRINCIPIOS BASICOS DEL DISEÑO GRAFICO. México: Tesis UNAM. 1985.
- FABIAN, Rodolfo.
EL DISEÑO DE ALFABETOS. México: Tesis UNAM. 1988.
- FIORAVENTI, Giorgio.
DISEÑO Y REPRODUCCION. España: G. Gili.
- FLORES, Carlos. ESTRADA, Oscar.
INTEGRACION DE LA COMUNICACION FUNCIONAL Y ESTRUCTURAL EN EL CARTEL. México: Tesis UNAM. 1985.
- FRUTIGER, Adrian.
SIGNOS, SIMBOLOS, MARCAS, SEÑALES. España: G. Gili. 1981.
- GARZA, Ario.
MANUAL DE TECNICAS DE INVESTIGACION. México: Colegio de México. 1978.
- GERMANI, Fabris.
LOS BLANCOS O LOS CONTRAGRAFISMOS EN EL IMPRESO. Barcelona: Don Bosco. 1975.

GERMANI, Fabris.
COLOR, PROYECTO Y ESTÉTICA EN LAS ARTES PLÁSTICAS.
Barcelona: Don Bosco. 1979.

GERMANI, Fabris.
FUNDAMENTOS DEL PROYECTO GRÁFICO. España: Don
Bosco. 1973.

GERSTNER, Karl
DISEÑAR PROGRAMAS. España: G. Gill. 1979.

GILL, Bob.
**OLVIDE TODAS LAS REGLAS QUE LE HAYAN ENSEÑADO
SOBRE DISEÑO GRÁFICO.** España: G. Gill. 1982.

GOMEZ, Edmundo.
**USO DE EFECTOS EN CARTELES DE DIFUSIÓN DE
EVENTOS DE LA UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA
NACIONAL.** México: Tesis UNAM.

GUÉMEZ, Socorro.
**CAMPAÑA PREVENTIVA PARA UNA COMUNIDAD DE
BAJA CALIFORNIA SUR, QUE PADECE ESFEROCITOSIS
FAMILIAR HEREDITARIA.** México: Tesis UNAM. 1987.

GUERRA, M. Eugenia.
LENGUAJE VERBAL Y LENGUAJE VISUAL. México: Tesis
UNAM. 1989.

GUILFORD, J.P..
LA NATURALEZA DE LA INTELIGENCIA HUMANA. Argentina:
Paidós. 1977.

GUIRAUD, Pierre.
LA SEMIOLOGÍA. México: Siglo XXI. 1986.

HAAS, C.R.
TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA PUBLICIDAD. España: RIALP. 1959.

HIDALGO, Rosa.
EL CARTEL. México: Servicio Nacional ARMO.
(Fotocopias en la ENAP.)

HEDGECOE, John.
FOTOGRAFÍA AVANZADA. España: H. Blume. 1983.

- HUASCAR, Taborga.
COMO HACER UNA TESIS. México:Grijalbo.1982.
- JONES, Christopher.
METODOS DE DISEÑO. Barcelona:G.Gill.1982.
- KODAK, EASTMAN
COMPANY.
FOTOGRAFIA BASICA PARA LAS ARTES GRAFICAS. 1973.
- LAING, John.
HAGA UD. MISMO SU DISEÑO GRAFICO. España:H.Blume.
- LAZOTTI, Lucia.
COMUNICACION VISUAL Y ESCUELA. España:G.Gilí.1983.
- LOPEZ, Miguel.
*ELEMENTOS METODOLOGICOS Y ORTOGRAFICOS BASICOS
PARA EL PROCESO DE INVESTIGACION.* México:UNAM.1987.
- LLOVET, Jordi.
IDEOLOGIA Y METODOLOGIA DEL DISEÑO. España:G.Gilí.1979.
- MARIN, Ricardo..
LA CREATIVIDAD. España:CEAC.1984.
- MARTIN, Alonso.
DICCIONARIO DEL ESPAÑOL.. España:Aguilar.1975.
- MARTIN, Euniciano.
LA COMPOSICION EN LAS ARTES GRAFICAS. España: Don
Bosco.1970.
- MARTIN, Euniciano.
*DICCIONARIO ENCICLOPEDICO DE LAS ARTES E INDUSTRIAS
GRAFICAS.* España: Don Bosco.1981.
- MARTIN, Gonzalo.
CURSO DE REDACCION. España: Paraninfo. 1973.
- MARTINEZ, Ofelia.
COMUNICACION Y SEMIOLOGIA. México: Tesis UNAM.

- MAULEON, Rafael.
DESARROLLO, ANALISIS Y EVALUACION DE LOS SOPORTES GRAFICOS Y MEDIOS UTILIZADOS, EN LA CAMPAÑA DE DONACION ALTRUISTA DESANGRE IMPULSADA POR EL CENTRO NACIONAL DE TRANSFUCION SANGUINEA. México: Tesis UNAM. 1987.
- MECANORMA,
Catálogo. México: Mecanorma. 1983.
- MEDINA, Guillermo.
EL CARTEL DEL PALACIO DEL BAILE EN MEXICO. México: Tesis UNAM . 1986.
- MENDIETA, Angeles.
TESIS PROFESIONAL. México: Porrúa. 1978.
- MENDEZ, Jorge.
LA FOTOGRAFIA EN EL CARTEL. México: Tesis UNAM. 1986.
- MIRANDA, Alfonso.
ASPECTOS DEL DISEÑO Y ENSEÑANZA. México: ENAP UNAM. Comunicación Visual No.2.
- MORENO, Jaime.
COLOR Y SU APLICACION EN LA PLASTICA. México: Tesis. UNAM. 1980.
- MULHERIN, Jerry.
TECNICAS DE PRESENTACION PARA EL ARTISTA GRAFICO. España. G. Gilli. 1990.
- MÜLLER, Josef.
SISTEMA DE RETICULAS. España: G. Gilli. 1982.
- MUNARI, Bruno.
DISEÑO Y COMUNICACION VISUAL. España: G. Gilli. 1973.
- MURRAY, Ray.
MANUAL DE TECNICAS. España: G. Gilli. 1980.
- PAOLI, Antonio.
COMUNICACION E NFORMACION. México: Trillas. 1983.

- PARRAMON, Jose.
ASI SE PINTA UN CARTEL. España: Parramón. 1969.
- PIGNATARI, Décio.
INFORMACION, LENGUAJE, COMUNICACION. España: Gustavo Gili.
- PIGNOTTI, L.
NUEVOS SIGNOS. Fernando Torres Editores.
- PORTER, Tom. GOODMAN, Sue.
MANUAL DE TECNICAS GRAFICAS PARA ARQUITECTOS, DISEÑADORES Y ARTISTAS. España: G. Gili. 1983.
- PROSS, Harry.
ESTRUCTURA SIMBOLICA DEL PODER. España: G. Gili. 1980.
- POWELL, Dick.
TECNICAS DE PRESENTACION. España: H. Blume. 1985.
- RENAU, Josep.
FUNCION SOCIAL DEL CARTEL. España: Doménech. 1976.
- RODRIGUEZ, Mauro.
MANUAL DE CREATIVIDAD. México: Trillas. 1985.
- SAMAYOA, Javier.
CAMPAÑA INSTITUCIONAL. México: Tesis UNAM. 1977.
- SCOTT, Roberto.
FUNDAMENTOS DEL DISEÑO. Argentina: Victor Leru. 1982.
- SILVA, Federico.
EXPERIENCIA ESCULTORICA DE LA CIUDAD. México: Tesis UNAM. 1983.
- SPITZING, Günter.
TRUCOS Y EFECTOS. España: Omega. 1978.
- TECLA, Alfredo.
TEORIA, METODOS Y TECNICAS EN LA INVESTIGACION. México: Taller Abierto. 1982.

TYPOGRAPHIC,

Catálogo. THE TYPE SPECIMEN BOOK. Nueva York:
Typographical inc.1974.

TUBAU,Ivan.

DIBUJANDO CARTELES. España:CEAC.1979.

TURNBULL,Arthur.

COMUNICACION GRAFICA. México:Trillas.1986.

VALLE,Lorena.

GENERALIDADES DEL CARTEL. México:Tesis UNAM.1988.

VIGLIETTI,M.

LA PSICOLOGIA DE LA FORMA Y LA GESTALTTHEORIE.
España:Don Bosco.1975.

AGRADECIMIENTOS.

Al maestro JORGE NOVELO SANCHEZ, presidente del examen. Al maestro MIGUEL ANGEL AGUILERA AGUILAR, secretario del examen. A la maestra y directora del proyecto MA. ELENA MARTINEZ DURAN, vocal del examen. Así mismo los maestros FRANCISCO NAVA BOUCHAIN, y ABEL SANCHEZ, suplentes del jurado en el examen.

A los maestros ALEJANDRO VILLAMIL M., BENITO JUAREZ G., BENJAMIN SANCHEZ C., ESPERANZA GARDUÑO., RODOLFO FABIAN F., MARCO ANTONIO ALBARRAN.,
por su amistad y apoyo en la realización de este proyecto.

A mis ALUMNOS por su motivación de aprender.

A mi FAMILIA por su gran paciencia y apoyo económico.

Al AMOR que me hace ver la vida más agradable.