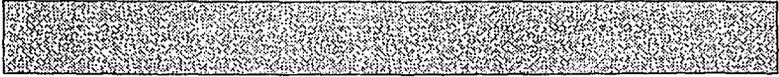


Nº 1  
2EJ.



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**Escuela Nacional de Artes Plásticas**



Escuela Nacional de Artes Plásticas

**Una experiencia de cultura y comunicación:  
"CONTRASTES"**

Tesis que para obtener el título  
de Licenciadas en Comunicación Gráfica  
presentan:

Amada Francisca Aidama Sánchez

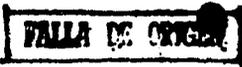
Adriana Durán Guzmán

María Mercedes Solís Granados

Regina Fabiola Valdelamar Vázquez



**SECRETARIA  
ACADEMICA**  
Escuela Nacional de  
Artes Plásticas



México, D. F. 1992



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

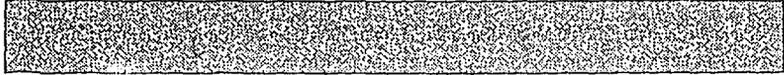
Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



# INDICE:

<b>Introducción</b>	<b>10</b>
<b>CAPITULO 1</b>	
<b>La ubicación de CONTRASTES en la cultura universitaria</b>	<b>14</b>
• Difusión cultural en la ENAP	14
<b>Eventos de comunicación en otras universidades</b>	<b>19</b>
• Universidad Iberoamericana	19
• Universidad Intercontinental	20
• Universidad Autónoma Metropolitana	20
• Universidad Simón Bolívar	21
<b>Encuentros de la Asociación de Escuelas de Diseño Gráfico</b>	<b>22</b>
• Descripción de la Asociación de Escuelas de Diseño Gráfico	22
• Primer Encuentro de Escuelas de Diseño Gráfico	25
• Segundo Encuentro de Escuelas de Diseño Gráfico	29
<b>Capítulo 2</b>	
<b>El antecedente: "A LA VANGUARDIA EN LA COMUNICACION GRAFICA"</b>	<b>36</b>
<b>Fases de organización</b>	<b>39</b>



## **Capítulo 3**

<b>Los temas de CONTRASTES</b>	<b>67</b>
● Inauguración	67
● Flor de inspiración	68
● Contrastes museográficos	71
● Realidades del diseño y la comunicación gráfica hoy	75
● Dirección de arte	78
● La historieta	81
● Rock e Imagen	85
● Imagen y erotismo	87
● Clausura	90
<b>Análisis de la semana y la esfera cultural en que ocurrió CONTRASTES</b>	<b>92</b>

## **CAPITULO 4**

<b>Las propuestas de CONTRASTES</b>	<b>97</b>
● Estadística	97
<b>Nota aclaratoria</b>	<b>99</b>
● Memoria	
● Manual	

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>100</b>
---------------------	------------

<b>FUENTES DOCUMENTALES</b>	<b>103</b>
-----------------------------	------------

## INTRODUCCION

Encontrarse a un paso de concluir los estudios profesionales significa algo más que el júbilo por la idea de los festejos de graduación. Es una etapa en la que suelen llegar a nuestra mente muchas interrogantes. Es un ciclo en el que crecen nuestros compromisos con la profesión y con nosotros mismos. Surge también la intención de mejorar, de abarcar lo más posible, en una palabra de recuperar algo de lo que haya podido perderse en el resto de la carrera.

Sin embargo, están también presentes las inseguridades, pues, en definitiva, empezaremos a vivir otra etapa de nuestras vidas. Además comienza a llegar una nostalgia por todo lo que se dejará atrás, por esa etapa escolar en la que tanto disfrutamos y nos divertimos con los amigos.

Nos encontramos en un momento de reflexión, y por tanto de susceptibilidad, y en el que la ocasión de mostrar de lo que somos capaces resulta ideal para externar nuestros encontrados sentimientos.

Así pues, CONTRASTES, fue la oportunidad esperada. Al principio, no pudieron siquiera vislumbrarse los resultados que este trabajo tendría. Se comenzó su organización apenas con la idea de cumplir el requisito para acreditar dos materias. Poco a poco, todos los que tuvimos que ver con CONTRASTES íbamos tomando conciencia de que éste era un vehículo para poder retribuir a la escuela algo de lo mucho que nos había

dado. Así se fue conformando un equipo muy sólido y altamente comprometido con la excelencia que se perseguía al llevar a cabo este evento. Y entonces, el compromiso sobrepasó una calificación y se convirtió en la intención de reflejar todo lo que cada uno de nosotros había aprendido durante su estancia en la E.N.A.P. De esta forma CONTRASTES se estructuró como el evento del año; la esperanza de dejar algo importante con nuestra partida; la oportunidad de realizar un trabajo con mayor trascendencia, creando una costumbre significativa: una graduación académica y el pretexto perfecto para propiciar el acercamiento entre toda la generación 88-91 de Comunicación Gráfica, un fenómeno que es difícil que se presente. Así pues, CONTRASTES, fue el evento de una generación.

Habiendo tomado conciencia de lo importante que podría resultar CONTRASTES, y siendo el desfogo de la capacidad adquirida de ciento veinte personas, lo que siguió fue contextualizarlo dentro de nuestro campo de acción, o sea, la Comunicación Gráfica.

Fue entonces cuando aparecieron los mensajes y se utilizaron para el desarrollo de un plan y la creación de grupos específicos, se difundieron por determinados medios de comunicación y crearon una fuerza que incidió en el comportamiento de la sociedad estudiantil de la E.N.A.P. Y que además constituyó un reto al talento, la creatividad y la preparación de quienes se dedicaron a dar carácter al evento.

CONTRASTES sobrepasó en mucho los resultados esperados y dejó tal huella dentro de la comunidad de la E.N.A.P., que en consecuencia se pensó en recabar sus inicios y sus logros, creando al mismo tiempo propuestas para fortalecer y orientar la realización de actividades futuras.

Son los motivos anteriores por los que nació esta tesis. Misma que por su naturaleza y por la escasez de bibliografía específica, está constituida por la recolección, análisis e interpretación de información. Además se apoya en comparaciones entre actividades de difusión que realiza nuestra escuela y otras universidades. Como material importante se contemplan, también, las entrevistas a gente inmiscuida con la difusión y el diseño gráfico. El orden de la presentación de este trabajo constituirá un enfoque objetivo y deductivo del contexto en el que se desarrolló CONTRASTES. Es así mismo un seguimiento cronológico del surgimiento del evento.

Más específicamente:

En el primer capítulo: pretendemos ubicar a CONTRASTES como un evento que por estar en un renglón definido, la expansión de la cultura, puede formar parte de la difusión universitaria. Y que por sus particularidades puede competir con cualquier otro, ya sea dentro de la misma UNAM o externamente.

El segundo capítulo constituye el esfuerzo por recuperar las experiencias que CONTRASTES dejó en un grupo determinado, así como la síntesis de los procesos gráficos que se llevaron a cabo, partiendo desde su

antecedente: "A la Vanguardia en la Comunicación Gráfica".

En el tercer capítulo analizamos el contexto cultural en el que se desarrolló CONTRASTES, tanto en la U. N. A.M. como en algunos otros recintos recreativos. Igualmente intentamos integrar de manera ordenada cada una de las conferencias de CONTRASTES, así como las reflexiones que se cuajaron en ellas, los apoyos escenográficos y audiovisuales que las acompañaron.

Finalmente, en el capítulo cuarto, nos comprometemos a prolongar CONTRASTES más allá de su organización y presentación. Tratamos de fijarlo en el tiempo y la mente realizando una revista que contiene sus temas y resultados. Y creando un manual de actividades para la realización de eventos semejantes.

Sólo nos resta comentar que la satisfacción de ver al Diseño y la Comunicación Gráfica sumergidos en una vida cultural activa dentro de una escuela tradicionalmente artística, constituye el mayor logro que haya podido tener un suceso que vino a romper con el estancamiento y la monotonía, abriendo puertas a nuevas opciones de proyección para el desarrollo académico de dichas carreras.



## **La ubicación de CONTRASTES en la Cultura Universitaria**

*-DIFUSION CULTURAL EN LA E.N.A.P.*

## **Eventos de Comunicación en otras Universidades**

*-UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA  
-UNIVERSIDAD INTERCONTINENTAL  
-UNIVERSIDAD A. METROPOLITANA  
-UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR*

## **Encuentros de la Asociación de Escuelas de Diseño Gráfico**

*-DESCRIPCION DE LA ASOCIACION DE  
ESCUELAS DE DISEÑO GRAFICO  
-PRIMER ENCUENTRO DE ESCUELAS  
DE DISEÑO GRAFICO  
-SEGUNDO ENCUENTRO DE ESCUELAS  
DE DISEÑO GRAFICO  
-EFECTO E IMPRESION EN LOS  
PARTICIPANTES DE LA E.N.A.P.*

# **Capítulo**

## Capítulo 1

### **La ubicación de contrastes en la difusión de la cultura universitaria**

El que CONTRASTES haya tenido tanto impacto no es sólo motivo de asombro, sino de análisis. La reflexión sobre su naturaleza y trascendencia genera la necesidad de darle a este evento el lugar que merece dentro del renglón de la difusión de la cultura. Igualmente, resulta imprescindible ubicar a CONTRASTES como una opción para proyectar a la ENAP, incluso fuera de la misma UNAM.

## LA UBICACION DE CONTRASTES EN LA DIFUSION DE LA CULTURA UNIVERSITARIA

### Difusión Cultural en la ENAP

En años anteriores a CONTRASTES los eventos de la ENAP pocas veces habían estado orientados al campo de la Comunicación y el Diseño Gráfico. Más no por ello se puede afirmar que no los hubiera, es más, no se debe pensar que los eventos que han tenido lugar en la ENAP no sirvan para la formación del profesional de la Comunicación Gráfica, pues toda manifestación artística y sus bases teóricas deben formar parte de los elementos culturales de un hacedor de imágenes.

La realización de CONTRASTES determinó el advenimiento y las características de presentación de eventos posteriores. Así, a partir de CONTRASTES, las actividades de comunicación llevadas a cabo han tenido tras ellas un fuerte apoyo de equipos de trabajo que realizan variadas actividades para contextualizarlas gráficamente.

Un factor que ha caracterizado siempre a los acontecimientos culturales de la ENAP, es que éstos han estado coordinados por profesionales casi siempre ajenos a la ENAP, o en el mejor de los casos, por profesores o personal del mismo plantel. Y lo anterior se

contrapone a la estructura de organización de CONTRASTES, que en todas y cada una de sus fases fue coordinado y realizado por alumnos. Siendo este último aspecto el más característico en los eventos que han seguido a CONTRASTES: los alumnos, de Diseño y Comunicación, se han visto directamente involucrados en su planeación y realización.

En lo referente al tipo de eventos, en primer lugar, se deben mencionar las exposiciones, que son las actividades que se dan con regularidad. Estas involucran teóricamente a todos los alumnos de la ENAP con la difusión cultural, tanto interna como externamente. Pero es evidente que por el carácter de las mismas la facilidad de participación por parte de comunicadores y diseñadores es muy reducida y sobretodo si se habla de estudiantes, que con seguridad no tienen una trayectoria relevante. Por tal razón, queda descartada la alternativa de la exposición como medio óptimo en la difusión del quehacer gráfico. Sin embargo llega a darse el caso de exposiciones de diseño cuando existe el interés de algún profesor por exponer colectivamente el trabajo de sus alumnos. Por otro lado, la bien ganada tradición artística de la ENAP contribuye otro poco al aislamiento del que son víctimas las disciplinas gráficas.

Para la presentación de conferencias, pláticas o cursos se invitan personas con amplia experiencia en una determinada área. También se presentan casos en los que artistas o diseñadores solicitan fecha y espacio para hacer sus presentaciones. Si bien es cierto que los invitados a realizar estas actividades son en su generalidad

personalidades en el campo de la expresión visual, también es claro que la cantidad de personas inmiscuidas en el diseño gráfico no guarda equilibrio con las que lo están en el campo artístico.

La continuidad en este tipo de eventos es un factor determinante. Pocas son las actividades que tienen una frecuencia, en su grueso sólo se hacen presentaciones únicas, desmotivando o impidiendo en cierta medida la participación o el interés por parte del alumnado.

Enseguida se enlistan algunos eventos que han tenido lugar desde 1988 y hasta la fecha en la ENAP, y que demuestran lo mencionado anteriormente:

### 1988

- PLÁTICA SOBRE ECOLOGÍA / Movimiento Ecologista Mexicano
- IDENTIDAD CORPORATIVA / Diseñadores asociados: Flavio Mendoza y Octavio Casas G.
- EL SIDA / Conferencia
- ESCULTURA EN METALES / Plática
- DEL MURALISMO A LA PINTURA URBANA / Conferencia
- MURALISMO / Raquel Tibol
- PIGMENTOS / Plática

### 1989

- ENAP NICARAGUA ENAP UNAM / Conferencia de Intercambio
- PERIODISMO CULTURAL / Conferencia
- SEMANA DE LA SALUD / Conferencias.
- ARNOLD BELKIN / Conferencia
- EL COLOR / Conferencia por el maestro Antonio Salazar
- ILUSTRACION PARA LIBRO INFANTIL / Bruno López
- CULTURA CHICANA / Cultura chicana, cine chicano, literatura chicana y plática chicana.
- EL AMARANTO / Plática
- TEJEDORAS DE POLONIA / Encuentro

### 1990-91

- A LA VANGUARDIA DE LA COMUNICACION / Ciclo de conferencias
- EL PUNTO ES LA PAZ / Evento colectivo
- ROMULO ROZO / Presentación de libro
- LA CASA DE MI HERMANA / Multimedia
- EL SEGUNDO ENCUENTRO NACIONAL DE ESCUELAS DE DISEÑO GRÁFICO / Mesa de difusión
- LOGOS-TECNO-NUEVA IMAGEN / NUEVAS ESCRITURAS/ Facundo Ferré

- INTRODUCCION AL DISEÑO AUTOMATIZADO / Semana de la computación
- CONTRASTES: VISION EN MOVIMIENTO / Ciclo de conferencias
- PORQUE NO SE VENDEN LOS JITOMATES / Ciclo de conferencias

Para todo lo relacionado con funciones de promoción cultural existe un departamento que programa, apoya, supervisa y evalúa cualquier tipo de actividad académico-cultural que tenga que ver con la ENAP. Este es el Departamento de Difusión Cultural.

La función primordial de este departamento es la promoción de la producción plástica y gráfica de la ENAP. Ya sea de alumnos, profesores o egresados de la institución, así como ocasionalmente de artistas invitados. El objetivo de esta promoción es el proyectar, tanto interna como externamente, el quehacer artístico de los que se encuentran directamente relacionados con la Escuela.

El Departamento vincula algunas de sus funciones al intercambio cultural-artístico con dependencias de la misma UNAM, tales como vestíbulos de algunas facultades, el Centro Cultural Universitario, la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, la Dirección General de Apoyo y Servicio a la Comunidad y la Dirección General de Actividades Musicales. El Departamento establece también contactos permanentes y eventuales con Universidades Estatales, entre las que se encuentran la

Universidad Autónoma de Tlaxcala, la Universidad Autónoma de Baja California Sur y el Instituto Sonorense de Cultura, también se han hecho contactos con los Estado de Colima y Veracruz y, muy recientemente, con Tamaulipas.

La Delegación Xochimilco brinda apoyo en este renglón facilitando el uso de la Casa de la Cultura Luis Spota y, en ocasiones, también de la Carlos Pellicer.

Es igualmente actividad del Departamento el estimular la participación de artistas en los programas de difusión e Intercambio, así como el mantener informada a la comunidad acerca de los eventos culturales y académicos más recientes.

El Departamento tiene como responsabilidad la programación, el apoyo, la supervisión y la evaluación de actividades que se realicen en las Instalaciones de la ENAP. Es responsable de las galerías y del auditorio, así como de los diversos espacios con los que se cuentan para variadas actividades.

Para la realización de exposiciones el Departamento apoya y da servicios según las necesidades de cada una:

En exposiciones Internas el Departamento esta comprometido primeramente a realizar una programación anual para el uso de las galerías, misma que previamente deberá cubrir las fases de convocatoria y selección.

Conjuntamente con el Departamento de Diseño y Publicaciones se proporciona a los

expositores el diseño y la edición de invitaciones, folletos o carteles, según sea el caso.

En cuanto a museografía, el Departamento pone a disposición de los interesados el material que tiene en su propiedad. Asimismo, el personal especializado realiza el montaje y distribución de las obras, apoyado por el artista.

En exposiciones externas el Departamento planea con previa anticipación su calendario de trabajo. El apoyo en medios impresos varía según las necesidades del lugar al que se enviará la exposición: para las casas de cultura se elaboran catálogos así como para las dependencias de la UNAM. Generalmente para las exposiciones que se envían fuera del Distrito Federal se realizan carteles. En ocasiones las instituciones cuentan con sus propios medios para proporcionar al artista el material de promoción impresa.

En lo referente a la museografía, en las casas de la cultura, es el artista el encargado de llevarla a cabo. En las dependencias de la UNAM, el Departamento participa auxiliando activamente a los coordinadores de dichos espacios. Y en las salas de provincia son los museógrafos locales los que la realizan.

Otra actividad importante que se hace en relación a las exposiciones es la difusión de las mismas en algunos medios de comunicación masiva, como son: La Gaceta Universitaria, el periódico Humanidades, la publicación Los Universitarios y algunos periódicos de circulación nacional. También se mantienen

informadas a las Facultades y dependencias de la UNAM, además de los principales museos de la ciudad.

Debido al propósito de enriquecer constantemente la vida cultural de toda la comunidad de la ENAP, Difusión Cultural programa, en estrecha colaboración con la Dirección General de Actividades Musicales y la Dirección General de Apoyo y Servicio a la Comunidad, eventos culturales con relativa frecuencia.

Resultado del apoyo que brinda el Departamento, a alumnos, profesores e invitados externos, son las conferencias, que también se realizan constantemente. Así mismo son, en su generalidad, actividades académico-recreativas y pedagógicas en las que además se compromete el Departamento de Difusión Cultural. Otros proyectos pueden ser concursos y pláticas de muy diversa índole, convivios de bienvenida y fin de cursos, representaciones teatrales y performances, entre muchos otros.

Uno de los planes que el Departamento de Difusión Cultural tiene para realizar a futuro, además de la intensificación y mejoramiento de sus actividades actuales, es la realización de un boletín interno, que indudablemente contribuirá en mucho al quehacer no sólo de Difusión Cultural sino de la ENAP.

Cualquier tipo de evento que tenga lugar en la ENAP causa curiosidad, ya sea en mayor o menor medida. En su generalidad los alumnos se muestran interesados por asistir o participar en actividades extraclase. Sin embargo una de

las causas que propicia el desinterés es la falta de información, o en términos más específicos, la imposibilidad de informar adecuadamente, debido a la contaminación visual de la que es víctima la ENAP.

No obstante, es notorio que la comunidad se encuentra interesada por presenciar cualquier tipo de manifestación artística, pues cuando se logra una promoción eficiente de algún evento éste suele tener una buena respuesta. Para cada actividad hay una reacción diferente. Y esto puede ejemplificarse con los eventos que se dan esporádicamente, como conciertos de grupos o artistas reconocidos, performances o conferencias de importancia. Estos tienen una gran asistencia, mientras que los eventos permanentes, como inauguración de exposiciones o conciertos de música de cámara, cuentan con una respuesta regular.

En lo referente a las exposiciones debe decirse que éstas tienen una concurrencia aceptable, además de que el grueso de los visitantes vierten sus opiniones ya sea verbalmente o por escrito, en cuadernos que existen específicamente para este fin.

En otra clase de eventos la aceptación y participación del público se muestra durante la ejecución de los mismos.

Globalmente, la comunidad de la ENAP está abierta a recibir, compartir, formar parte y participar en cualquier actividad que tenga que ver con el arte y la cultura, o simplemente con el comportamiento y el sentir del ser humano.

## LOS EVENTOS DE COMUNICACION Y DISEÑO GRAFICO EN OTRAS UNIVERSIDADES.

### Universidad Iberoamericana

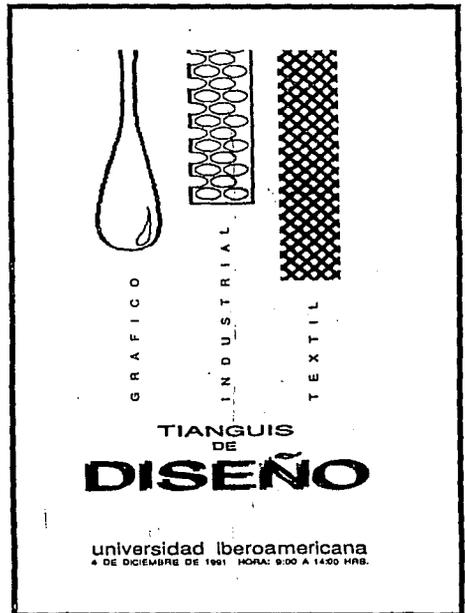
La Universidad Iberoamericana Imparte la licenciatura en Diseño Gráfico, la cual está íntimamente relacionada con otras dos licenciaturas: Diseño Industrial y Diseño Textil. Existe un sólo departamento para las tres licenciaturas y se imparten en un mismo edificio.

Por esto mismo los eventos que se organizan están vinculados con las tres licenciaturas, por ejemplo: El Tianguis del Diseño. Este evento, que es coordinado por la Universidad, se realiza dos veces al año con el fin de que todos los alumnos en un sólo día hagan una exposición de los mejores trabajos realizados durante el ciclo escolar, por tal razón se lleva a cabo al término de cada semestre. Podemos decir entonces que este evento tiene un carácter institucional.

La difusión de este evento se hace por medio de carteles y folletos que se eligen a manera de concurso entre los alumnos. La Institución realiza la impresión del material y da todo el apoyo y ayuda para la exposición.

Además, la Universidad organiza periódicamente cursos y conferencias dirigidos principalmente a profesores o a los alumnos más destacados, con la finalidad de que los profesores compartan lo aprendido con sus alumnos.

La Universidad siempre apoya a los estudiantes cuando pretenden organizar eventos de carácter académico, pero, hasta el momento, pocos grupos han mostrado interés por realizar actividades extraclase. Por tal razón éstas no han tenido mayor difusión.



## Universidad Intercontinental

La Universidad Intercontinental ofrece además de la licenciatura en Diseño Gráfico, la de Comunicación. Esta última tiene fama por los eventos realizados por los alumnos. Como la Semana de Comunicación, que se realiza cada año y es organizada por todos los alumnos. Se eligen grupos de estudiantes que deben mostrar propuestas de organización y presentarlas ante sus propios compañeros. Compiten varios equipos y el que se considera el mejor en la planeación y el tema es el que lleva la batuta. En el grupo organizador pueden entrar a trabajar estudiantes de cualquier semestre, por lo que, en la última semana participaron ciento cincuenta alumnos.

La Semana comprende varios eventos. Lo más importante son las conferencias, donde los invitados se eligen de acuerdo al tema. Por ejemplo en la Novena Semana de Comunicación el tema fue: "Competencia en los medios" y los conferencistas fueron gente de Televisa, Imevisión y de distintas radiodifusoras.

Los programas de televisión que son realizados por los alumnos se transmiten internamente en todos los edificios de la Universidad.

Se realizan también programas de radio que se transmiten desde la estación de la Universidad y que a veces, trabajando junto con radiodifusoras de la ciudad, se transmiten en toda el área metropolitana.

La ExpoUic tiene una característica muy especial: para realizar el conjunto de eventos se invitan a patrocinadores, que hacen una aportación económica y, que además de ser anunciados, cuentan con un stand durante la Expo. Tal es el caso de la última Semana de Comunicación, en la que los patrocinadores fueron Imevisión, Lozano Hns., El Diario de México, El Heraldó y algunas radiodifusoras como Grupo Acir, WFM y Alfa.

Además la difusión es muy fuerte. Se hacen carteles, folletos, mantas, programas de mano, camisetitas, papelería, anuncios de radio y prensa.

El alumno que organiza, trabaja durante todo el semestre y tiene un porque: darle a su Universidad reconocimiento, publicidad y un ambiente de convivencia. Además de estos objetivos siempre hay una meta a futuro: cada año deben hacerse mejor las cosas, aumentando la calidad para la Semana próxima.

## Universidad Autónoma Metropolitana

En la Universidad Autónoma Metropolitana, donde se da la licenciatura en Diseño Gráfico, se realizan anualmente cursos para profesores y alumnos de distintas disciplinas, como: tipografía, diseño editorial, computación en el diseño, historia del arte, problemática en México, etc. Esto se hace dos veces al año, con el fin de tener un mejor desarrollo de la comunidad dentro de la

Institución, entre profesores y alumnos. Su difusión solamente es interna.

Así mismo se organizan cursos para el público en general, los que tienen un costo para poder así solventar los gastos. La difusión es hecha por la Institución y consiste en anuncios de prensa, carteles e invitaciones.

Algunos profesores organizan exposiciones de trabajos de sus alumnos, pero siempre son muy pequeñas, requiriendo solamente promoción interna, y a las que asiste casi siempre sólo la comunidad de la Institución.

## Universidad Simon Bolívar

En la Universidad Simón Bolívar se imparte la licenciatura en Diseño Gráfico desde el año de 1981. Dicha carrera organiza anualmente su evento de la Semana de Diseño gráfico, con una temática en especial, donde participan entusiastamente la dirección, los profesores y la comunidad estudiantil.

Para ello se lanza una convocatoria en la que los alumnos de cada grupo y de cualquier semestre se autopropone para formar un comité de organización y del cual se elige un coordinador general. Este tendrá la responsabilidad de dirigir todo el trabajo y de establecer vínculos con empresas, personalidades, editoriales, patrocinadores e instituciones que puedan enriquecer el acontecimiento.

Los objetivos de esta Semana del Diseño Gráfico son: llevar a cabo una muestra de los ejercicios más relevantes de alumnos y los trabajos profesionales de la planta docente a nivel profesional; dar cursos para los alumnos con invitados especiales y enriquecer todo ello con un ciclo de conferencias de diversos tópicos involucrados en el quehacer del diseño gráfico. La difusión se hace interna y externamente, invitando a otras universidades y escuelas de diseño.



## ENCUENTROS DE LA ASOCIACION DE ESCUELAS DE DISEÑO GRAFICO

Resulta interesante la existencia de eventos que no solamente proyectan el desarrollo académico de cada universidad, sino que crean el vínculo para la Interacción de todas las personas Interesadas en el diseño gráfico y que ofrecen además el conocimiento de nuevas opciones por medio de sus actividades.

### La Asociación de Escuelas de Diseño

La idea de crear una Asociación se gesta a raíz del aniversario número 25 de la Licenciatura en Diseño Gráfico en la Universidad Iberoamericana. Por este motivo, se realizaron actividades de difusión y se invitaron a varios directores, coordinadores y representantes de otras universidades a reunirse para Intercambiar experiencias y realizar eventos Interuniversitarios, que se hacían pero muy esporádicamente. Paulatinamente, al ir viendo frutos del trabajo grupal, la Asociación se ha ido consolidando y comprometiendo a realizar actividades con más relevancia.

Para ese entonces las reuniones comenzaron a tener lugar con la participación

de 8 universidades. Para 1990 la Asociación empezó a contar con la adhesión de otras Universidades. Y a estas fechas son miembros:

- Universidad Iberoamericana (Unidades: D.F, León, Puebla, Tijuana y Torreón) UIA
- Escuela Nacional de Artes Plásticas (U.N.A.M) UNAM
- Universidad Autónoma Metropolitana (Plantel Xochimilco) UAM-X
- Universidad Anahuác (Unidades: Sur y Norte) UA
- Universidad Simón Bolívar USB
- Universidad Intercontinental UIC
- Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán (U.N.A.M.) ENEP-A
- Universidad de las Américas de Puebla UDLA
- Universidad del Valle de México (Plantel San Rafael) UVM-SR

- Universidad Autónoma Popular del Estado de Puebla  
UPAEP

- Universidad La Salle  
ULSA

Y están en proceso para ingresar a la Asociación:

- Escuela de la Gestalt (Veracruz)
- Universidad del valle de México (Plantel Lomas Verdes)
- Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes  
EDIMBA
- Universidad del Nuevo Mundo

Para pertenecer a la Asociación, la escuela aspirante debe presentar una carta en la que exponga las razones de su deseo por participar. Esta se toma a consideración del Consejo para ver las características de dicha universidad. Siendo el mismo consejo el que determinará si la escuela es aceptada. Ya aprobada, la Universidad deberá nombrar un coordinador para representarla dentro de la Asociación.

El fin principal de la Asociación es la educación: promoverla y mejorarla. Así mismo es meta importante dar proyección a la licenciatura de Diseño Gráfico como tal. Para ello sus funciones primordiales son el intercambio docente, la realización de actividades institucionales y estudiantiles y la

proyección del trabajo que resulta de las reuniones de la Asociación.

Los Encuentros de las Escuelas de Diseño Gráfico, a nivel nacional, son uno de los mejores alcances que ha tenido la Asociación. También la creación de una revista, Encuadre Universitario, resulta un logro significativo, pues es el medio por el cual se hace patente el trabajo de la Asociación y el compromiso de las universidades por el intercambio de experiencias. La importante labor de la Asociación ha llamado la atención de otros organismos, tales como: ALADI; CODIGRAM, Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México y QUORUM, Consejo de Diseñadores de México.

Otro alcance significativo fue la invitación que se hizo a la Asociación para participar en el 1 er Encuentro Iberoamericano de Gráfica Editorial, el cual se llevó a cabo en La Habana,

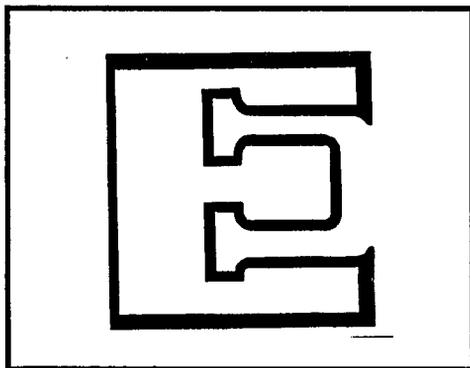


Cuba en septiembre de 1992. La Asociación fue el enlace para difundir, promover y motivar a las Universidades a que asistieran y participaran.

Sin duda, Los Encuentros de Escuelas de Diseño Gráfico han sido el trabajo con mayor trascendencia de la Asociación. La idea se consolidó con la intención de reunir al mayor número de Universidades en el país para interactuar e integrarse en una sólida comunidad que enriquezca los valores comunes y fortalezca al Diseño Gráfico.

En un principio la UAM-Xochmilco se propuso para organizar el Primer Encuentro. Al final de éste, fue la Universidad Iberoamericana la que se comprometió a llevar a cabo el Segundo. Con ambos, las otras Universidades se vieron motivadas a ser ellas las que organizaran los siguientes. Actualmente, a partir del Tercer Encuentro, las Universidades aspirantes presentan una carta tentativa con el proyecto, un tema y una organización, así como con la exposición de su infraestructura. Dicha carta se pone a consideración de toda la Asociación y se somete a votación individual, es decir, por universidad.

Ya establecida la Universidad que se encargará del Encuentro, ésta se vuelve responsable desde su propuesta gráfica hasta la de trabajo. La Asociación sirve de apoyo, ayuda a la difusión y en ocasiones forma parte del plan de expositores.



## PRIMER ENCUENTRO DE ESCUELAS DE DISEÑO GRÁFICO

El Primer Encuentro de escuelas de Diseño Gráfico, organizado por la Universidad Autónoma Metropolitana, resultó una oportunidad ideal para ponerse en contacto directo y real con la gente que se dedica a la enseñanza del diseño, así como con los que lo tienen por oficio y los que lo están aprendiendo.

Este encuentro tuvo lugar en las instalaciones de la UAM-Xochimilco y se realizó del 1 al 9 de octubre de 1990. Las Universidades y escuelas participantes fueron las siguientes:

- Universidad Autónoma Metropolitana (planteles Xochimilco y Azcapotzalco)
- Escuela Nacional de Artes Plásticas (UNAM)
- Escuela de Diseño INBA
- Universidad Anáhuac (unidades Sur y Norte)
- Universidad Simón Bolívar
- Universidad de las Américas de Puebla
- Universidad Intercontinental
- Escuela Michoacana de Diseño

- Universidad del Valle de México
- Universidad La Salle
- Universidad Femenina de México
- Universidad Autónoma del Estado de México
- Universidad del Nuevo Mundo
- Universidad Iberoamericana

El trabajo y las actividades del Primer Encuentro estuvieron dirigidas a estudiantes, profesores y técnicos de cualquier escuela de diseño gráfico en México, así como a profesionales del diseño gráfico en el ejercicio libre de su profesión, en empresas o en despachos de diseño, a colegios o a asociaciones de diseñadores y, en general, a todo el público interesado en el diseño gráfico.

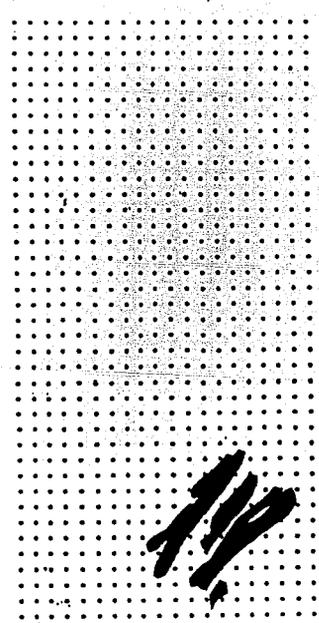
Fue una semana de intenso trabajo, en la que diariamente hubo mesas redondas donde se tocaron temas íntimamente ligados al desempeño y la actual situación del diseño gráfico. Otras actividades complementaron el evento, entre ellas hubo cursos y exposiciones. Estas últimas fueron el resultado de una selección de trabajos que presentaron estudiantes de las escuelas participantes. La venta de material y publicaciones de diseño fue, así mismo, parte del Encuentro.

Se persiguieron objetivos previamente definidos, y entre éstos, el de mayor importancia fue propiciar el acercamiento entre las escuelas que imparten la Carrera de

Diseño Gráfico en todo el país. El intercambio era pues un objetivo lógico, se pretendió retroalimentarse con experiencias sobre la formación y el perfil profesional de un Diseñador Gráfico en México, así como con las referentes al mercado y su ubicación profesional y social, se contemplaron también las que tienen ver con el diseño curricular en planes y programas de estudio. Por otro lado se intentaba sentar las bases para el intercambio académico entre escuelas de Diseño Gráfico y para el desarrollo de esta disciplina. Igualmente se aspiraba el fomento de dicho intercambio para un mayor reconocimiento social de las instituciones de enseñanza superior y media superior que imparten diseño gráfico, así como la demanda y valoración de la profesión.

Los temas expuestos fueron acertadamente variados. Se habló del Diseño Gráfico tanto en su enseñanza como en la versatilidad de su desempeño, siendo reconocidos expertos quienes encabezaron cada una de las mesas, de las que a continuación se presenta la relación:

- El Diseño Gráfico en el campo del cartel.
- El impacto tecnológico en los procesos del Diseño Gráfico, en las fases de realización y producción.
- El Diseño Gráfico en el campo editorial.
- El Diseño Gráfico en el campo de la identidad corporativa, institucional y social.



**G** PRIMER ENCUENTRO DE  
ESCUELAS DE DISEÑO  
**GRAFICO**

Del 15 al 19 de Octubre de 1990



**ACA**  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA-XOCHIMILCO

- La enseñanza del Diseño Gráfico en las escuelas, perfil profesional y demanda social.

- El Diseño Gráfico en México en el campo de la ilustración.

- El Diseño Gráfico en México en el campo del empaque.

- El Diseño Gráfico en México en el campo de la fotografía.

- La pertinencia de la semiótica en los planes de estudio de las carreras de Diseño Gráfico.

- El Diseño Gráfico en México en el campo de los medios audiovisuales.

- El Diseño Gráfico por computadora. Campos de trabajo, tendencias y perspectivas.

- El Diseño Gráfico en el campo de la cultura.

El Diseño Gráfico en México en el campo de la animación tradicional y por computadora.

- El Diseño Gráfico en el campo del diseño textil.

- Ubicación social de la profesión, tendencias y perspectivas.

Además de algunas otras que se improvisaron y se retiraron al campo del cine y a los carteles de un diseñador polaco.

Por el listado anterior se puede deducir que igualmente variados fueron los comentarios, conclusiones y reflexiones que tuvieron lugar. Sin embargo hubo mesas que fueron más trascendentes.

Entre las que mayor controversia causaron estuvo la dedicada a la enseñanza del Diseño Gráfico. En ella hubo un representante de cada una de las escuelas de diseño. Aquí el punto central fue el referente a la vigencia y eficacia de los programas de estudio. Se mencionó la general e imperante necesidad de renovarlos, ya que las características del Diseño Gráfico han cambiado considerablemente con los acelerados avances tecnológicos, se hizo además hincapié en apoyar didácticamente dicha renovación.

Una de las más largas mesas fue la dirigida a la semiótica en los planes de estudio. El énfasis de esta mesa estuvo en considerar a la semiótica como una perspectiva teórica para comprender la realidad. Así mismo se analizó la semiótica como la posibilidad de conocer el lenguaje para enriquecer la significancia y utilidad de mensajes visuales

Igualmente valiosa resultó la mesa avocada al diseño y la cultura. Se habló del fuerte conflicto que plantea el producir una identidad nacional a través de la creación de objetos visuales, pues la invasión cultural hace que no sólo el diseño mexicano no tenga identidad, sino que todo el diseño en el mundo tenga dificultad para llevar un sello. Se motivó así a la búsqueda de propuestas innovadoras.

La participación del público fue satisfactoria. En todas las conferencias hubo gran asistencia. En su mayoría el público estaba conformado por jóvenes interesados en enriquecer su formación profesional y entusiasmados por participar activamente en un evento de trascendencia nacional.

Las actividades realizadas como complemento de las mesas redondas tuvieron buena aceptación y demanda. Uno de los momentos en los que la participación del auditorio fue especialmente emotiva fue la entrega de premios y reconocimientos a los mejores trabajos estudiantiles que participaron en el Encuentro.

Fue enriquecedora la experiencia de conocer personalmente a quienes en México están haciendo cosas importantes en relación al diseño gráfico, así mismo fueron valiosas todas y cada una de las exposiciones que ahí se dieron, pues además de aportar conocimientos precisos se denotaron las diversas personalidades, tanto de Universidades como de instituciones e individuos.

Las conclusiones que pueden obtenerse alrededor de este significativo trabajo están íntimamente ligadas a la satisfacción de sus objetivos primordiales. Entre las que resultan más sobresalientes está el logro de un acercamiento entre las diferentes escuelas en las que se imparte la disciplina de Diseño Gráfico. Así como el enriquecedor intercambio que se dió de experiencias acerca de las características y requerimientos del mercado de trabajo. El fomento para una

retroalimentación académica que ayude además de lograr mayor reconocimiento social, al enriquecimiento para el desarrollo de nuevas y mejores metodologías en la enseñanza del Diseño Gráfico, será uno de los objetivos que verán sus frutos a largo plazo y a través de los Encuentros futuros.

## SEGUNDO ENCUENTRO DE ESCUELAS DE DISEÑO

Este encuentro se realizó alrededor de una temática: "Identidad Nacional".

¿Porqué el tema?

Este encuentro fue propuesto por la Asociación de Escuelas de Diseño, y la organización estuvo a cargo de la Universidad Iberoamericana participaron más de 40 escuelas de todo el país. Se realizó en Pátzcuaro, Michoacán del 13 al 17 de Octubre. Algunas interrogantes para resolverse en el encuentro fueron:

- ¿Quiénes somos?
- ¿Cómo somos?
- ¿Cómo nos vemos?
- ¿Cuál es nuestra identidad?
- ¿Existe el diseño mexicano?
- ¿Dónde está?
- ¿Es aquel de los folletos, fotografías, anuncios con aires extranjeros?
- ¿O esta en la tipografía que se inventa en cada tortería y que se diseña en los aparadores de las panaderías todos los días...?

● ¿Qué se buscó?

El tema, la Identidad Nacional, se propuso gracias a las inquietudes que han salido de las diferentes Universidades y Escuelas en los foros docentes y estudiantiles, por los cuestionamientos de la influencia del diseño extranjero y la Identidad del diseño mexicano.

Por esto mismo, se comenzó por crear un compromiso en los participantes y, de ahí, en todo el país de enfrentar problemas como: ¿es posible hacer un diseño universal netamente mexicano?, ¿es posible que este diseño exprese su identidad nacional? Después se trató de buscar la solución con el intercambio de ideas y puntos de vista en torno a los valores sociales históricos y culturales de nuestro país, con sus costumbres, modos de vida, actitudes ante la vida y ante la muerte. Para que todo esto pueda formar parte de las herramientas de un diseñador para que pueda expresar y comunicar cualquier problema que enfrente.

Además se buscó estrechar los vínculos académico-docentes entre las escuelas y universidades de todo el país, de sus profesores acreditados y sus representantes. Y por otro lado, hacer una sola asociación. Misma que ya se hizo antes de comenzar con los encuentros, pero que antes del segundo sólo reunía 18 casas de estudios que en su mayoría se ubican en el Distrito Federal.

En Pátzcuaro no se quiso organizar otra Universidad con talleres de técnicas diferentes sobre diseño. Lo que se quería era hablar de las actitudes como diseñador en el trabajo,

convivir, comer, sentir, buscar diferentes puntos de vista y compartir con la gente que ya lleva camino recorrido. Saber qué buscan, qué han encontrado, como ven México, aprender todo lo que alguien que no es diseñador puede enseñar.

Con los talleres, las conferencias, el lugar, la música, la imagen se pudo lograr que todos los participantes reafirmaran todo el tiempo que estaban en México, que así es México.

Paralelo al Encuentro hubo una exposición de trabajos que buscó mostrar los resultados de los programas de planes de estudio que tiene cada escuela.

Así mismo tuvo lugar un congreso sobre los planes de estudio de la Licenciatura de Diseño Gráfico, que por la diversidad de opiniones que resultaron de él, se decidió prolongarlo al Tercer Encuentro, con el título de Congreso sobre la Didáctica del Diseño.

## Organización:

Toda la organización estuvo a cargo del personal docente y los alumnos de la Universidad Iberoamericana. Abarcando desde la elaboración del tema, los objetivos, el material de difusión, como carteles, invitaciones, anuncios en prensa, inscripciones, folletos, la difusión en cada Universidad, etc., hasta coordinar en Pátzcuaro la llegada de todos los participantes y su estancia en el lugar.

La estructura de las conferencias y talleres fue hecha, como anteriormente se dijo, no en

base a técnicas de diseño sino a diversas disciplinas más como: sociología, economía, política, filosofía, antropología, etc. Y se realizó de la siguiente manera:

- Sociología: Forma de ser del mexicano.
- Economía, Política: ¿Cómo estamos organizados?
- Filosofía y semiótica: Forma de pensar del mexicano.
- Antropología: ¿Qué nos hace ser como somos?
- Historia: ¿Por qué somos?
- Comunicación: ¿Cómo hacerlo llegar?
- Diseño, fotografía, arquitectura, radio, teatro, etc. - Gente que esté buscando a México a través de su trabajo.

Los talleres se realizaron de dos formas:

1.- Un taller teórico distinto cada día de los temas que fueron discutidos en las mañanas (conferencias). Con grupos de cincuenta personas como máximo.

2.- Un solo taller práctico impartido por un diseñador durante los 3 días.

Los temas de los talleres prácticos fueron: Imagen global, tipografía, punto de venta, historieta, cartel.

Las conferencias se realizaron en las mañanas y los talleres en las tardes. Como participante se debía escoger sólo uno, pues

el cupo era limitado. Las personas que lo impartían pudieran tener mayor atención para cada participante.

Entre los participantes del foro de discusión (conferencias) se encontraron:

Manuel Cevallos (sociólogo)

Jalme González (economista)

Luis Peterson (filósofo)

Gonzalo Casier (diseñador)

Mariana Yampolsky (fotógrafa)

En las mesas redondas participaron:

Oscar Hagerman, Eduardo del Río (Rius), Rafael Barajas (el Flsgón), Juan Acha.

Los talleres prácticos fueron impartidos por diseñadores como:

Luis Martínez, de la UAM Azcapotzalco

Guillermo Iriarte, Dolores Martín del Campo y Patricia Hernández de la UIA.

Antonio Pérez González (Niko), del colegio de la Gestalt.

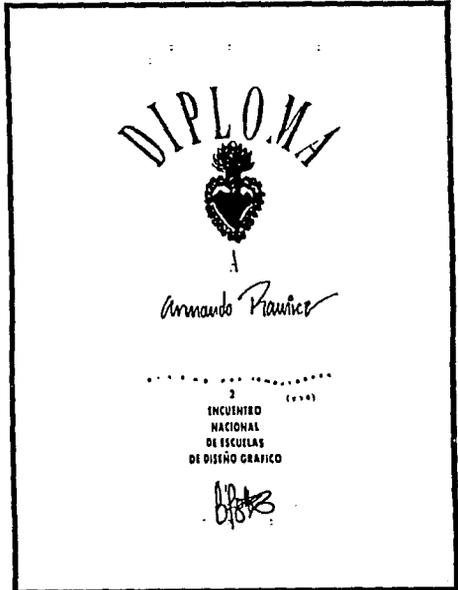
Gonzalo Tassier, Eduardo del Río (Rius) y Rafael Barajas (el Flsgón)

### Plan de trabajo:

Cada día durante la mañana se llevaban a cabo tres conferencias de una hora cada una

(cuarenta minutos para desarrollar el tema y veinte minutos para preguntas y respuestas).

En las tardes se realizaron cinco talleres prácticos en los que se tradujeron las ideas discutidas en la mañana a un lenguaje gráfico. Hubo también la opción de tres talleres teóricos en donde los mismos conferencistas de la mañana profundizaron más su tema con un grupo pequeño de personas. Durante el desarrollo del Encuentro los representantes de las Universidades (estudiantes becados) prepararon sus reflexiones para que se discutieran el último día.



## Propuesta:

"Cuidadito, cuidadito, cuidadito con el diseño por que tengo débil el corazón."  
"Cuidadito con lo que somos, con lo que es México, con el que unléndose poquito a poquito hacen una Identidad ". "Cuidadito con esas pequeñas imágenes que dejamos atrás, que damos por hechas como algo que no tiene la más mínima importancia." "Cuidadito con nuestro oficio o mejor dicho nuestro tipo de vida, vida de diseñador." "Creemos que el diseñador Gráfico necesita pensar en estas cosas." "Pensar que la responsabilidad por la Identidad forma parte de su ética como diseñador."

## ¿Y después del encuentro?

Se quería regresar viendo con más cariño las cosas que nos rodean todos los días, amando más nuestro trabajo. Regresar sabiendo que el diseñador no sólo debe comprender de diseño. Regresar teniendo tiempo para jugar con esas imágenes que no se habían observado.

## Efecto e impresion en los participantes de la ENAP

### Entrevista

#### (Profesor Abel Sánchez)

1. ¿Qué se buscaba con este Segundo Encuentro?

*Se buscaba plantear, no solucionar, la posibilidad de encontrar un diseño con características nacionales.*

2. ¿Cuales fueron las diferencias significativas con el Primero?

*El objetivo sobre todo. Aunque no fue objetivo definido, hubo un tema a diferencia del Primero, en el que sólo se habló de diseño.*

3. ¿Qué se esperaba através de los asistentes de la ENAP para nuestra escuela?

*Nada. Fue inquietud particular, algo personal, no se trascendió más allá. No fue un objetivo importante para la escuela.*

*La escuela no participó como debiera, la escuela sólo cumplió.*

*Algo muy importante y que puede servir para la comunidad de la escuela es el archivo grabado.*

4. ¿Cuáles serían las conclusiones académicas que generó este encuentro?

*A la par de la reunión periódica de directores o coordinadores de las escuelas de diseño, se habló de tratar de tener un consenso de todo el país.*

5. ¿Cuáles fueron los principales aspectos de organización que se destacaron en este evento?

*Sobre todo el control casi absoluto de la cantidad de gente que asistió. Toda la organización fue muy grande y efectiva.*

6. ¿De quiénes se recibieron los principales apoyos?

*De la Universidad Iberoamericana*

7. ¿Cuáles son las tareas que dejó abiertas este Encuentro?

*Más que tareas fue una inquietud. La capacidad nata de diseñador del mexicano que se debe retomar.*

8. ¿Qué se espera para el Tercero?

*Que se amplíe a más Universidades y que realmente todas las Universidades fueran representadas*



# Capítulo

## **La Organización de CONTRASTES**

- EL ANTECEDENTE "A LA VANGUARDIA EN LA COMUNICACION GRAFICA"
- FASES DE ORGANIZACION

## Capitulo 2

### La organización de Contrastes

Un suceso que dejó huella en un buen número de personas tiene la obligación de mirar al pasado y discernir su logro, para poder merecer el privilegio de prolongar su existencia y servir como ejemplo. Por esta razón analizamos el evento que dió pauta al advenimiento de Contrastes: "A la Vanguardia en la Comunicación Gráfica".

Así mismo clasificamos por fases cada uno de los pasos que se siguieron para conformar la organización de Contrastes.

## LA ORGANIZACION DE CONTRASTES

### El antecedente: "A la vanguardia en la Comunicación Gráfica"

Esta Primera Semana de la Comunicación y el Diseño Gráfico, como la denominaron sus organizadores, fue un aceptable intento por proyectar el quehacer del comunicador gráfico en el campo profesional.

Los alumnos de la Generación 87-90, de la licenciatura en Comunicación Gráfica, tuvieron a bien organizar, en su último semestre en la ENAP, un evento que marcaría la pauta para el advenimiento de propuestas más ambiciosas.

"A la Vanguardia en Comunicación Gráfica", se realizó del 5 al 7 de septiembre de 1990. Su organización fue sencilla y durante su desarrollo se contemplaron temas muy generales que fueron satisfactoriamente apoyados por los expositores.

El objetivo de todas las conferencias fue el de mostrar las posibilidades, los problemas y las innovaciones que lleva consigo la disciplina gráfica.

El trabajo gráfico desarrollado alrededor de este ciclo tuvo evidentes limitaciones, ya que no estaba al nivel de las pretensiones del evento. Por otro lado, las estrategias de difusión pudieron haberse superado

contemplando aspectos como tiempos y extensión física.

Los temas tratados en este ciclo de conferencias estuvieron estrictamente orientados al área gráfica. Crearon interesantes controversias entre el público y expositores. Los títulos y su contenido fueron los siguientes:

**"Reflexión en relación al Diseño Gráfico", MA. ELENA MARTINEZ DURAN, profesora de la ENAP.**

Con una serie de reflexiones acerca de la formación académica de un diseñador, invitó al enriquecimiento de conocimientos profesionales a través de actividades ajenas a las clases, es decir, alimentarse con algo más allá del curso obligatorio, buscando experiencias en publicaciones, cursos, conferencias, talleres, exposiciones, etc. Además de que cuestionó la función del profesor como único guía en el aprendizaje.

**"El quehacer de la Fotografía en Comunicación Gráfica" por HECTOR VELAZCO FACIO, fotógrafo profesional.**

Reiteró el bien fundado pensamiento de que la práctica hace al maestro, pues mencionó que los estudios teóricos no le habían dado tanto como sus innumerables prácticas. Motivó también a reflexionar sobre

la idea de que cada objeto y momento son razones, pretextos y material para la creación. Subrayó que no debe, sacrificarse la calidad por el ahorro de medios económicos, ya que esto puede demeritar en el prestigio como profesional.

**"Computación, Video en la Comunicación Gráfica" por CENTRO DE PRODUCCION QUALL Y**

Esta conferencia fue suspendida por causas desconocidas. Sin embargo el grupo Quall mandó unos videos donde mostraba el tipo de producción que realiza, la cual resulto muy espectacular y hacia alarde de los muchos recursos que tiene la compañía.

**"La Caricatura como medio de Comunicación" por ARTURO KEMCHS DAVILA. Presidente de la Asociación Nacional de Caricaturistas.**

Esta plática estuvo orientada a la censura de la cual es víctima el caricaturista y su trabajo, por ser éste último generalmente de carácter crítico, político y social. Y el peligro radica justamente en la posibilidad de comunicar realidades, a veces no muy convenientes.

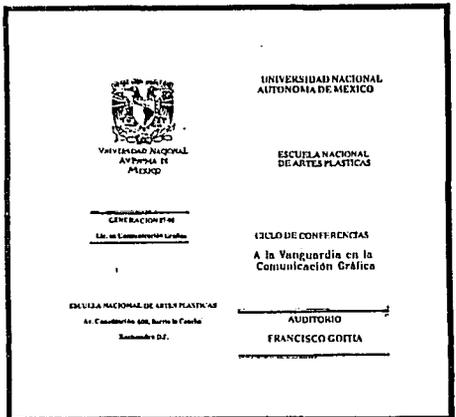
**"Introducción a los originales mecánicos" por PEDRO ZEPEDA**

**MORALES, antiguo profesor de la ENAP:**

Mediante una exposición muy sistematizada, el profesor Zepeda mencionó la importancia de realizar correctamente los originales mecánicos, pues a ellos sigue la impresión, que viene a ser la presentación del trabajo de un diseñador. Así mismo explicó, paso por paso, la elaboración de un original mecánico común.

**"Diseño, Comunicación y Publicidad " por MONICA GILARDI, de publicidad Gilardi M. W.**

En un breve monólogo se avocó a hablar de su carrera dentro del grupo, así como de tipo de trabajo que realizan y la producción



necesaria para llevarlo a cabo. También especificó algunos procesos de la realización de la revista ERES, que es de los proyectos fuertes de Gillardl.

### **Conclusión.**

Entre los aciertos de este evento estuvo el despertar el interés de muchos estudiantes de la ENAP por participar en actividades extraclase. Otro punto significativo fue que dió motivación para el seguimiento de eventos similares. además de que creó expectación y logró atraer numerosos oyentes al auditorio de la ENAP, cosa no tan fácil de lograr.

## FASES DE ORGANIZACION

### Planeación.

1. Presentación (Junta de representantes).
2. Fechas, nombres y propuestas de difusión.
3. Anteproyecto del tema de cada día y sus modificaciones.
4. Asignación de funciones.
5. Audiovisual de generación.
6. Invitación al director

### Instrumentación.

7. Propuestas de imagen para difusión.
8. Invitación para los conferencistas.
9. Presupuesto del evento.
10. Apoyo de la Escuela Nacional de Artes Plásticas.
11. División intergrupala de trabajo.
12. Exposición de trabajos.
13. Selección de conductores.
14. Estrategias de difusión.
15. Elaboración de material gráfico.

16. Reasignación de funciones.

17. Las Edecanes.

18. Ensayos.

19. Ensayo final.

## Planeación

- 8810 JUEVES TARDE

## Presentación

### (junta de representantes)

- 8808 Y 8810 VIERNES TARDE Y MAÑANA (CLAUSURA)

La primera reunión, el 3 de junio de 1991, se dedicó a la planeación de la semana cultural y fue fundamentalmente para que los representantes de cada grupo se conocieran y mantuvieran un permanente contacto para trabajar conjuntamente.

En la siguiente cita se decidieron cosas importantes: la duración del evento, su nombre y la fecha de la presentación. En cuanto a su duración se vertieron algunas opiniones, las cuales oscilaban entre si sería la semana completa o si sólo un día por grupo. Finalmente se tomó la semana entera y así cada uno tendría un día de trabajo y uno más que compartiría con otro, del mismo modo el grupo de la tarde organizaría dos conferencias por la tarde y trabajaría con otro para realizar la clausura. De la siguiente forma quedó la asignación de días por grupo.

## CUADRO 1

### GRUPO (S) Y DIA

- 8807 Y 8809 LUNES (INAUGURACION)
- 8809 MARTES MAÑANA
- 8810 MARTES TARDE
- 8808 MIERCOLES
- 8807 JUEVES MAÑANA

## Fechas, nombre, propuestas de difusión.

En lo referente a la fecha, se buscó una no tan cercana al final del semestre para no estar demasiado cargados de trabajo. Se pensó aproximadamente un mes antes y al no haber desacuerdo sobre esta propuesta se decidió que sería del 26 al 30 de agosto.

Fue necesario definir también el horario que deberían cubrir las conferencias para facilitar la estructuración de los programas.

### CUADRO 2

Por la mañana	Por la tarde
10 a 14 hrs.	17 a 20 hrs.

Fue extenuante la jornada en la que se decidió como sería llamada la semana cultural. Entre largos, sencillos, comunes y extraños nombres se definió a la semana de la Comunicación como CONTRASTES. Aun ya con el nombre decidido había algunos inconformes, que era muy simple, que no tenía mucha relación con la comunicación, que sonaba a show de quién sabe que artista. Al final por mayoría de votos CONTRASTES fue el nombre definitivo.

Desde el primer encuentro de representantes surgió la inquietud de hacer un importante trabajo de difusión para la semana de Comunicación. Y en un principio se propuso elaborar:

- carteles / diplomas / playeras

- folletos / gafetes / programas de mano
- volantes / Invitaciones / mantas

Sin embargo después de una rigurosa evaluación, tanto de trabajo como de recursos económicos, se decidió eliminar las playeras y los volantes. Así los medios impresos de difusión serían:

- carteles / diplomas /mantas
- folletos / invitaciones
- gafetes / programas de mano

Otra de las propuestas de difusión era el intentar anunciar el evento por radio e incluso en algunos diarios. Al mismo tiempo se contempló recurrir a los medios con los que cuenta la propia Universidad por ejemplo: la Gaceta y la publicación de Humanidades

### Anteproyecto del tema de cada día.

Para proyectar el contenido de CONTRASTES primero se pensó unificar un sólo tema toda la semana. Más al enfrentarse a muy variadas propuestas se acordó que en cada día se trataría un tema diferente, y fue en este momento cuando el nombre de CONTRASTES tuvo su acetada razón de ser. Internamente, por grupo, se discutió de manera rigurosa acerca del tema que se trataría. La mayoría de las propuestas giraban alrededor de temas generales que poco a poco fueron llegando a ser específicos.

Con una sencilla estructura previa, cada grupo presentó su anteproyecto de trabajo. En el se contemplaba:

- FECHA
- PRODUCCION GRAFICA
- INVITADOS

En su generalidad los anteproyectos fueron los proyectos finales, sólo que con algunos ajustes. Los únicos temas que se fueron definiendo conforme al paso de la organización fueron los que se trabajarían en conjunto con dos grupos ya que en ellos la planeación tenía un carácter especial.

Después de la exposición de los anteproyectos se pasó a la asignación de los días, que quedó de la siguiente forma:

- LUNES

Inauguración (Flor de Inspiración), grupos 8807 y 8809

- MARTES

Museografía, grupo 8809. Rock e Imagen, grupo 8810

- MIERCOLES

Dirección de arte, grupo 8808

- JUEVES

Historieta, grupo 8807. Grupo Encuadre, grupo 8810

- VIERNES

Imagen y erotismo, grupo 8808 y grupo 8810, Clausura

### Sus modificaciones.

Del anteproyecto a la definición de cada día hubo muy pocos cambios.

En el proyecto final estaban ya configurados los temas de cada día así como los invitados tentativos, incluyendo la inauguración.

Así mismo varió el orden de los temas vespertinos ahora el Grupo Encuadre (Realidades: el diseño y la Comunicación Gráfica hoy) vendría el martes y Rock e Imagen se presentaría el jueves.



El único punto que siguió pendiente (Hasta un mes antes del evento) fue el de la clausura, el cual estaba sólo en una fase tentativa.

### **Invitación al Director.**

Ya estructurados los contenidos de CONTRASTES se decidió proseguir con la difusión del evento. CONTRASTES debería comenzar a hacerse del conocimiento público. Era necesario notificar a las autoridades del proyecto que se tenía planeado, y ahora con una estructura definida era el momento de hacerlo.

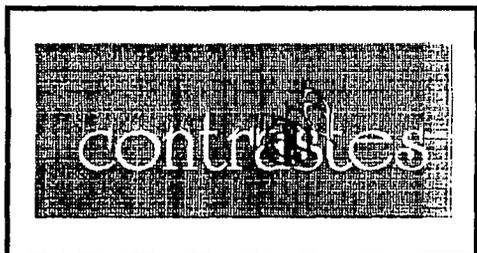
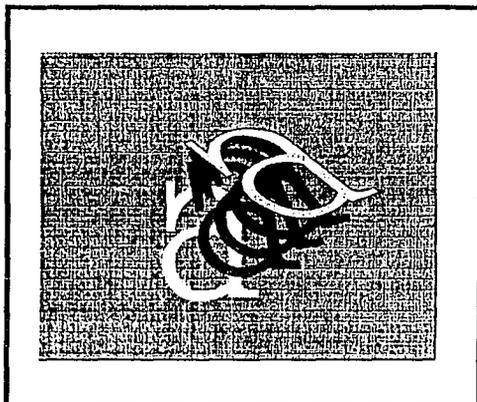
El comité de organización se citó con el Director de la Escuela Nacional de Artes Plásticas. En la reunión se mencionaron los objetivos del evento, del que se hablaba como CONTRASTES se expuso el plan de trabajo para cada uno de los días. Tras verter toda la estructura organizada se concluyó la entrevista con la solicitud de apoyo por parte de la escuela para comenzar con la fase de instrumentación.

## Instrumentación.

### Propuestas de imagen.

Después de que se había definido el nombre del evento la siguiente encomienda era encontrar una imagen que lo identificara.

De entre las propuesta dos fueron las que causaron más controversia. se discutió acerca de la legibilidad, de su empleo en los medios de difusión, la dificultad o facilidad al imprimir, de los gastos, etc. Después de una larga discusión se eligió una imagen. El proceso inmediato de impresión debían ser las invitaciones, pero al ver lo elevado del costo y siendo éste el primer gasto formal que se realizaba, el comité organizador decidió tomar otra imagen que era más sencilla, pero que no por ello dejaba de ser expresiva además era de fácil lectura e impresión, ya que sólo se emplearían dos tintas, y que representó gráficamente a la semana de la comunicación: CONTRASTES.



# CONTRASTES

## Invitación a los conferencistas.

Se elaboró una lista tentativa de invitados para cada conferencia. Los medios que se usaron para ponerse en contacto con los invitados propuestos fueron muy variables.

En algunos casos se consideraba la facilidad de contactos, es decir, se proponía sólo gente con la cual alguno de los organizadores tuviera algún tipo de relación, así se evitaría perder tiempo en localizar teléfonos o direcciones.

Otro medio fue el de proponer a los invitados según el tema que se habla estructurado. De esta forma fue más tardado pero dió buenos resultados.

También se presentó la situación de los invitados que habían cancelado de antemano su participación. Aquí se tuvieron que hacer nuevamente propuestas, siguiendo el método original. En algunos casos este procedimiento se utilizó hasta una semana antes del evento.

La comisión de Invitar a los prospectos se asignó, en la mayoría de los casos, a los integrantes de relaciones públicas. La otra opción fue que la gente que los había propuesto debía ponerse en contacto con ellos. La visita que se hizo por primera vez a los invitados llevaba como intención informar cuáles eran los objetivos de la semana cultural, cuál era el tema que se iba a tratar y quiénes eran los invitados con quiénes compartirían la mesa.

También se dejó bien claro que este era un proyecto estudiantil, en el que estaba comprometida toda una generación.

Hubo que hacer una segunda visita, en la cual se confirmaba la asistencia del invitado (en algunos casos la segunda entrevista se hizo por teléfono) y al mismo tiempo se ponía a su disposición un transporte para el día de la conferencia.

En cuanto al apoyo gráfico, en la primera visita se llevó una Invitación Impresa realizada en un formato de 27.5 x 22 cm., en cartulina blanca rígida. El doblez se hizo de tal forma que se dejaba ver la mitad de la pleca rebasada que soportaba el texto del interior. El texto se manejó a dos columnas, precedidas por el logo. En el frente se imprimió la "S" del logo en blanco y el resto en negro; todo por medio de serigrafía.



### Asignación de funciones.

Para que en la instrumentación de CONTRASTES no hubiera contratiempos se tenía que saber con que se contaba.

Por un lado debía buscarse la forma de aminorar los gastos, por tal razón se solicitó la ayuda de la ENAP. Se indagó cuales gastos podrían ser solventados, o bien, que material podría ser proporcionado. Así se elaboró una estimación de los gastos que correrían por cuenta de los alumnos.

Otro aspecto eran los recursos humanos. debía saberse con quién se contaba, es decir, cuál era la disponibilidad de cada persona. Para esto se iba viendo como trabajaba cada persona su comisión. El representante de organización hacía valoraciones constantes de cada gente y si notaba alguna anomalía trataba de solucionarla, o bien, encauzar a la gente que no trabajaba adecuadamente a nuevas funciones, que nunca faltaban.

Era necesario comenzar con la elaboración de los medios impresos de difusión. Cada grupo debía encargarse de algunos, sin que por ello la campaña perdiera uniformidad. Para facilitar este aspecto, y por los problemas de comunicación que plantea la diferencia de horarios, se determinó que los grupos de la mañana se encargaran de estos medios, mientras que el grupo de la tarde establecería los nexos con los medios de comunicación en radio y publicaciones.

- La asignación de material de difusión se hizo por sorteo y quedó de la siguiente manera:
- grupo 8807 Mantas y diplomas
- grupo 8808 Folletos y programas
- grupo 8809 Cartel y gafetes
- grupo 8810 Radio y publicaciones

### Audiovisual de generacion.

Otro punto que se contempló desde un principio fue el de crear la imagen para el evento en conjunto, es decir, desarrollar un ejercicio gráfico que identificara a los organizadores, comunicadores gráficos, como tales. La adjudicación de este trabajo era de difícil solución, pues ésta era una de las actividades más delicadas a realizar. Debía mostrar lo que era esta generación, lo que sería la semana completa, y cada tema sin perder unidad. La opción era un audiovisual y en este caso el coordinador designó a las personas que se encargarían de esta comisión.

El trabajo fue arduo y constante, requirió de la elaboración de un story board. Hubo que comenzar con la recolección de información para el ordenamiento de imágenes. Fue necesario pedir a cada grupo la tipografía que identificaría a sus conferencias y además familiarizarse de manera importante con cada tema, para poder crear un cuadro visual lo suficientemente explícito.

Se estructuró por seis pantallas simultáneas y una central con disolvencia

Las simultáneas se utilizaron para la entrada del audiovisual: con proyecciones dinámicas y estructuras cuadradas daban pauta a la aparición de la pantalla central, que mostraba a la "S" perfilada del logotipo.

Como introducción, las pantallas simultáneas proyectaban imágenes del ambiente arquitectónico de la escuela.

La pantalla central daba siempre, con fecha y título, la presentación de las seis pantallas que ilustraban el significado de cada conferencia.

Finalmente las pantallas simultáneas, de nuevo con estructuras cuadrangulares, pero sobre fondo de diferente color, marcaban el final del audiovisual. Mismo que contenía la fecha y el título la conferencia de ese día y enmarcaba a la generación como la organizadora.

Se proyectó sobre una superficie blanca de 5.20 mts x 3.10 mts, que está en el fondo del escenario.

El apoyo técnico fueron ocho proyectores con sus respectivos carruseles. Seis de ellos, las pantallas simultáneas, se manejaban con controles remoto de extensión. Los otros dos se utilizaron para la pantalla central y se operaban con un disólver. Para auxiliar en la conexión de todo el equipo fue básico el empleo de una base de entradas múltiples para clavija y varias extensiones.

Cuatro personas operaban el audiovisual, una por cada dos proyectores. Una persona se encargó del proyector uno y dos, otra del tres y cuatro, otra del cinco y seis y la otra del siete y ocho.

Cada proyector de las pantallas simultáneas contenía veinticuatro transparencias. Se laternaban imágenes con espacios negros. Para las proyecciones centrales se utilizaron treinta transparencias,

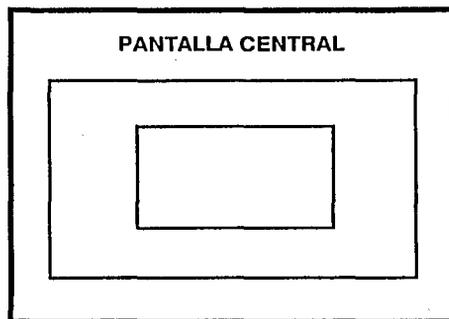
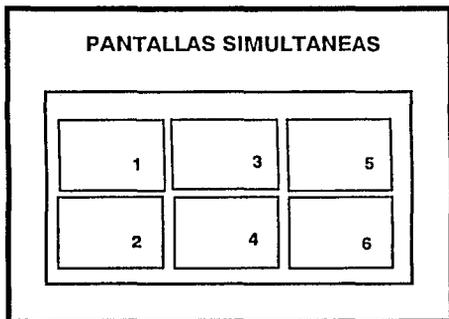
repartidas en los dos proyectores y también con secuencia de imagen y negro.

La música fue creada especialmente para este audiovisual, mediante un sintetizador y con una voz de fondo, distorsionada con cámara de ecos, que repetía el nombre del evento y algunos de los títulos de cada conferencia.

Las imágenes que se proyectaron fueron de tres clases:

- 1) Película lith coloreada con pantalla verde, para las tipografías.
- 2) Tomas directas de las instalaciones de la ENAP.
- 3) De libros y revistas, para ejemplificar las diferentes conferencias que conformaron al evento.

Desde su planeación el audiovisual era un proyecto muy ambicioso y su éxito radicó en que hubo tras él un grupo bien integrado, que mantuvo hasta el final de CONTRASTES, la clara idea de lo que significa el trabajo en equipo.



### **Presupuesto del evento.**

Casi en su totalidad el evento fue financiado por los mismos organizadores. Desde el comienzo de la planeación de "CONTRASTES" se sabía que esto representaría diversos gastos y que sería un aspecto difícil de controlar. Por tal razón en cada grupo se decidió organizar un fondo, en el que semanalmente era reunida cierta cantidad por persona. De esta manera al cabo de un mes y medio existía ya el dinero suficiente para comenzar con los gastos.

Esta función corrió a cargo de la comisión de finanzas. Aquí el representante era quien debía negociar, pedir presupuestos y decidir qué era necesario comprar y qué podía ser sustituido por algo más económico o bien eliminado. Este representante debía además llevar una relación de los ingresos y los egresos. Para ello debía ser rigurosa la comprobación de gastos por medio de notas. Con este control se podían rendir cuentas a quien así lo solicitara. La totalidad de los gastos fue pagada en partes iguales por todos y cada uno de los organizadores de cada grupo.

## **Apoyo de la Escuela Nacional de Artes Plásticas.**

La Escuela nos brindó su apoyo:

Financió la impresión de carteles y folletos, fotocopiado de gafetes y programas de mano. En algunos casos apoyó en la adquisición de materiales de trabajo (papeles, resistol, brochas, cintas adhesivas y pintura).

Además, por medio del Departamento de Difusión Cultural, se facilitó el uso de las instalaciones, así como el apoyo en materiales para exposición

El Departamento de Fotografía dió preferencia a los organizadores en cualquier horario. La cabina de Sonido ayudó a las grabaciones para los audiovisuales y en la semana del evento siempre estuvieron apoyando con el equipo de sonido y grabación.

El personal de Intendencia colaboró en la limpieza del auditorio, que en ocasiones fue necesaria dos veces por día durante el desarrollo del evento.

### **División intergrupal de trabajo.**

En cada grupo se dividió el trabajo con el propósito de abarcar todos los detalles de cada conferencia, de esta forma resultaron las siguientes comisiones:

- audiovisual
- escenografía
- medios impresos
- relaciones públicas
- finanzas

Cada integrante del grupo se proponía para una función determinada, así cada quien haría algo que le gustara y habría más entusiasmo al trabajar. El número de personas que formaría cada comisión se determinó por medio de una división del total del grupo entre el número de comisiones. De cada asignación se proponía a un representante, quien organizaría y repartiría el trabajo, además de que entregaría presupuestos y reportes a los representantes de organización. También debía ponerse en contacto con representantes, de su misma asignación, en los otros grupos.

Las comisiones fueron a su vez subdivididas, creando una pequeña (de dos o tres personas) para realizar las labores que se harían en conjunto con otro grupo. La gente que restaba se encargaría del día que sólo era de su grupo.

Esta división no desmotivó la ayuda entre comisiones. Cuando alguna comisión carecía de trabajo debía apoyar a aquella que tuviera que hacer en exceso. También hubo comisiones que sólo tuvieron trabajo al principio de la instrumentación (fue el caso de los medios impresos), y que al concluirlo se integraron a las comisiones que seguían trabajando.

## Exposición de trabajos.

En el inicio de la organización de CONTRASTES se contempló la idea de planear una exposición de trabajos de los cuatro grupos. Ya que se habían establecido las bases de CONTRASTES se concretó la realización de dicha exposición. Se creó una comisión especial que estaría encargada de este trabajo y que corrió a cargo del grupo 8808.

De este modo cada grupo comisionaría a una persona que estaría encargada de recolectar los trabajos de su grupo así como de entregarlos a las personas que trabajarían en ello.

La organización interna de la exposición estableció sus fechas límites de entrega de material y métodos de exposición. Teniendo solamente contacto con las personas asignadas en cada grupo para dicha función.

No hubo proceso de selección para elegir los trabajos que eran merecedores de exponerse. Cada alumno debía participar con un trabajo: el que él considerara el mejor.

Se estableció, de acuerdo con la escuela, que la exposición duraría 3 días y se colocaría en la explanada que está al frente de la biblioteca.

En ese espacio abierto se delimitó una area, que se decidió fuera en forma de círculo para tener una afluencia práctica.

Con mamparas y caballetes (prestados por la escuela) pintados de negro se estructuraron las paredes que sostendrían la parte bidimensional de la exposición.

Para señalar las diferentes materias en que se dividió la exposición (diseño, ilustración, dibujo y fotografía), se hicieron letreros de





unicel de una pulgada de espesor, utilizando el tipo brush ampliado a 15 cm. de altura. Una vez trazadas y recortadas se pintaron con vinílica blanca para colocarse, finalmente en el ángulo superior izquierdo de las mamparas. Se eligió el unice! por la facilidad para recortar en él trazos curvos, mediante una cortadora de unice!, además de ser un material muy ligero y relativamente económico.

En el centro se creó una Isla hecha de módulos cúbicos de madera también proporcionados por la escuela, que fueron pintados de color negro y de diferentes tamaños, las cuales sostenían los trabajos tridimensionales; envases, envolturas, libros, algunas portadas de discos y manuales de Identidad corporativa, así como folletos del evento y un cuaderno para comentarlos.

### **Selección de conductores.**

Las personas que moderaran las conferencias serían quienes representarían en ese momento, y ante el público, a toda la generación, fungirían hasta cierto punto como anfitriones. Estas eran razones de sobra para establecer que quienes cumplieran esta función debían ser forzosamente integrantes de la organización.

En una de las juntas de organización se acordó que las personas que conducirían cada conferencia se debían elegir de acuerdo a sus aptitudes para hablar en público. También se abrió la oportunidad de que las personas pudieran proponerse ellas mismas.

Cada grupo propuso entre diez y quince personas, entre hombres y mujeres que debían hacer un examen, en el que el jurado estaría conformado por cuatro alumnos y un profesor.

### Estrategias de difusión.

El evento se tenía que dar a conocer y por dicha razón se dividieron las estrategias para difundirlo en dos fases:

#### 1 ) Dentro de la escuela

Una primera fase se realizó antes de entrar al ciclo vacacional y duró dos semanas .Consistió en dar a conocer el nombre del evento sin decir de lo que se trataba. Por ejemplo: caminar por toda la escuela y preguntarle a la gente si sabía que era CONTRASTES, así la gente empezó a oír hablar de CONTRASTES. Además durante esas dos semanas se escogieron dos días para que los organizadores se vistieran de blanco y negro y se colocaran un moño color verde, así la gente se preguntaría el porqué y se empezaría a familiarizar con los colores corporativos.

Después del ciclo vacacional se colocó un espectacular afuera del auditorio, mismo que se dividió en sílabas. Durante tres días se formó la palabra CONTRASTES, este espectacular permaneció tres semanas, incluyendo la de la realización del evento.

Una semana antes del evento se colocaron los carteles, se distribuyeron los folletos y se visitaron a todos los grupos para invitar personalmente a profesores y a los compañeros.

Al comenzar la semana del evento, antes de iniciar cada conferencia, se invitaba a toda

la comunidad a entrar a la conferencia al auditorio.



## 2) Afuera de la escuela

Se crearon comisiones para la colocación de carteles y la distribución de los folletos en las Universidades, escuelas de artes plásticas, de cine, de fotografía, librerías, etc.

Se realizaron cinco mantas. Una se colocó en el puente peatonal de la Noria, otra estuvo sobre el alambrado de la deportiva, por la entrada de la avenida Prolongación División del Norte. Las tres restantes estuvieron en la Escuela, una en la entrada al estacionamiento de los alumnos, otra en la entrada del estacionamiento de alumnos, otra en el puente y la última en un área cercana al estacionamiento de maestros.

También se hicieron anuncios en algunas publicaciones de la UNAM y en un periódico de prestigio (El Universal). Hubo ayuda de algunas radiodifusoras anunciando el evento, entre ellas estuvieron: Rock 101, Radio Universidad y Radio Educación.

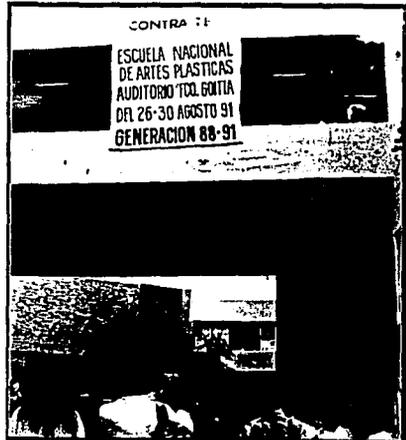
### División intergrupala:

**Grupo 8807:** INBA, Univ. Simón Bolívar, EDA, UAM Xochimilco, Centro de Capacitación Cinematográfica, cadena de papelerías Lumen, CELE, La Esmeralda, zona comercial C.U. y Rectoría.

**Grupo 8808:** Fac. de Arquitectura y Diseño Industrial, Facultad de Ciencias, librerías Sótano, Parnasso y Gandhi, C.C.H. Sur, Hijo del Cuervo, Univ. Latina y Escuela Activa de Fotografía.

**Grupo 8809:** Univ. del Valle de México, Fac. de Filosofía, Centro Cultural Universitario, CUEC, papelerías Garis y Arte y Material, Tecnológico de Monterrey, plantel sur y Universidad Intercontinental.

**Grupo 8810:** Escuela Nacional de Artes Plásticas, Univ. Iberoamericana, UAM Azcapotzalco, Univ. Anáhuac, Academia de San Carlos, Cineteca Nacional y ENEP Acatlán.



## Elaboración de material gráfico de difusión.

Los colores corporativos del logotipo de CONTRASTES obedecieron fundamentalmente a que el blanco y el negro son el contraste más representativo y obio de color. se buscó además un toque de brillantez, el cual se consiguió con el verde, pantone 375 U, que además según la teoría del color de Kandinsky significa esperanza y armonía, que eran las características que representaban a este trabajo.

Visión en movimiento, el slogan, se realizó con el tipo "Sayer notiz regular" por una parte se consideró el contraste entre tipos formales y tipos scrip, y por otra se contempló una textura, para contrastar con la masa tipográfica del tipo futura de Contrastes.

Cartel.- En un formato de 57 x 34 cms; medio pliego de papel bond, se distribuyó por mitades la información. En la parte superior se manejó una repetición del logotipo de CONTRASTES con la intención de fijarla atención del receptor en el nombre del evento y facilitar así su memorización. Se jugó con la variantes de color corporativo para dar dinamismo a la composición, misma que, por sílabas tenía una distribución vertical y horizontal, respectivamente. Al pie de dicha composición aparecía el slogan "Visión en movimiento".

En la mitad de cada día en tres columnas de 14.5 picas, con sus respectivos espacios de descanso visual.

El crédito de la ENAP se colocó en la parte inferior de la columna central. Los carteles se imprimieron en offset.

Folleto.- En un formato de 28 x 21.5 (tamaño carta) en papel bond blanco se distribuyó la información en tres columnas a manera de tríptico. En el frente, de izquierda a derecha, se colocaron los datos de la siguiente

**C**  
**O**  
**N**  
**C**  
**O**  
**N**

**CONTRASTE**  
**TRASTE**  
**CONTRASTE**  
**TRASTE**

*visión en movimiento*

**26 AGOSTO**  
18:30 h.  
19:00 h.  
19:30 h.  
20:00 h.  
20:30 h.  
21:00 h.  
21:30 h.  
22:00 h.  
22:30 h.  
23:00 h.  
23:30 h.  
24:00 h.

**27 AGOSTO**  
18:30 h.  
19:00 h.  
19:30 h.  
20:00 h.  
20:30 h.  
21:00 h.  
21:30 h.  
22:00 h.  
22:30 h.  
23:00 h.  
23:30 h.  
24:00 h.

**28 AGOSTO**  
18:30 h.  
19:00 h.  
19:30 h.  
20:00 h.  
20:30 h.  
21:00 h.  
21:30 h.  
22:00 h.  
22:30 h.  
23:00 h.  
23:30 h.  
24:00 h.

**29 AGOSTO**  
18:30 h.  
19:00 h.  
19:30 h.  
20:00 h.  
20:30 h.  
21:00 h.  
21:30 h.  
22:00 h.  
22:30 h.  
23:00 h.  
23:30 h.  
24:00 h.

**30 AGOSTO**  
18:30 h.  
19:00 h.  
19:30 h.  
20:00 h.  
20:30 h.  
21:00 h.  
21:30 h.  
22:00 h.  
22:30 h.  
23:00 h.  
23:30 h.  
24:00 h.

  
ENAP - ENERGIAS NUCLEARES  
CALLE DE LA ENERGIAS NUCLEARES 11

forma primera cara invitación y objetivo del evento, compuesto en pñña.

Segunda cara créditos y escudo de la UNAM.

Tercera el logo de CONTRASTES en disposición vertical ascendente, por denotar actitud positiva.

Todo lo anterior en plasta negra.

En la parte inferior se empleó una plecra con el verde corporativo, que visualmente, sostenía la información.

Vuelta como fondo se manejó el logo de manera repetitiva y en un color neutro para que no compitiera con el texto en negro, la información se distribuyó en tres columnas con los blancos necesarios para ser visualmente agradable, en la parte superior se colocó centrado el slogan. Desde el bocetaje se contemplaron las Informaciones básicas: 1) el nombre y el slogan, 2) el lugar, 3) la fecha y 4) quien organizaba.

La información se arregló en pñña.

**Mantas.-** Se elaboraron cinco mantas, las que se colocaron en puntos estratégicos cerca de la escuela. Estas contenían el logo además del nombre de la escuela, fecha y quien lo organizaba. Utilizando letra sin patines.

**Gafetes.-** Para lograr que el gafete resaltara de la vestimenta se elaboró sobre un fondo verde de papel iris. en un tamaño de 10 x 7 cms, un octavo de formato carta, en plasta negra y por fotocopiado, el único motivo

gráfico que se manejó fue el logo de CONTRASTES, mismo que ocupaba la mitad superior del soporte. En la parte inferior, y con justificación al largo del logo, se colocó una línea sobre la cual iría el nombre de quien portara el gafete. Posteriormente, cada grupo protegió sus gafetes, unos con mica adherible y otros con ríglida.

**Reconocimiento.-** Estos se elaboraron a manera de agradecimiento a los invitados. El diseño se hizo utilizando un formato de 21.5 x 32 cms., tamaño oficio, en cartulina opalina holandesa importada, con impresión en serigrafía. Con una textura para todo el fondo, hecha con el logo de CONTRASTES, en



repetición, de color gris pantone 420C, sigulendo con la línea de el folleto.

El logotipo de CONTRASTES se colocó en la parte superior central, encuadrado con dos bloques arriba y abajo del logo, en color verde pantone 375U, a esa misma altura, en cada extremo, se ubicó el escudo de la UNAM y un logotipo de la ENAP.

Para la palabra Reconocimiento se empleó un tipo Helvética condensado en 80 puntos, con modificaciones en computadora .

Para los datos restantes se usó el tipo Benguiat a 12 y 14 puntos.

En la parte inferior, de igual manera que el logo de CONTRASTES, el slogan "Visión en movimiento", se encuadro.

Como última consideración, en la parte central, se ubicó una línea con grosor de un milímetro para el nombre de cada participante, que posteriormente fue hecha en caligrafía.

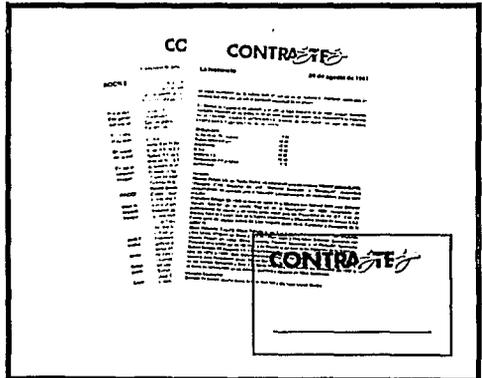
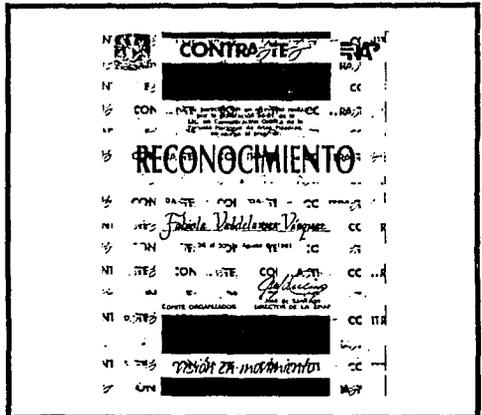
**Obsequios.-** Otro de los presentes fue una taza. La cual llevaba centrado el logo y el slogan de CONTRASTES, así como los colores corporativos.

**Programas de mano.-** Se trabajó un formato media carta (21.5 x 14) vertical.

En la parte superior aparecía el logo centrado, en el renglón siguiente, en el extremo izquierdo de la caja tipográfica el título de la conferencia y en el derecho la fecha.

El texto se justificó en una columna a cuadratines y con un puntaje que variaba según la cantidad de información.

Como se trabajaron en fotocopia se manejó en plasta negra.



### **Reasignación de funciones.**

A unos cuantos días del evento faltaba sólo ajustar detalles. La mayoría de las comisiones había ya terminado su trabajo, sin embargo al comenzar la semana surgieron nuevas necesidades.

Dicha razón ocasionó la reasignación de funciones, tales como: Invitar a la comunidad de la ENAP una hora antes de cada conferencia, cargar sillas y mesas después del audiovisual de entrada y antes de armar la escenografía, vigilar las puertas del auditorio antes y durante la conferencia, apoyar en el montaje de escenografías y audiovisuales, entre otras muchas.

Una de las funciones que se había contemplado desde el principio pero que sólo podía llevarse a cabo durante la semana misma del evento fue la memoria gráfica. Esta encomienda la tenían dos personas de cada grupo y debían encargarse de tomar fotografías o película en video durante toda la conferencia, además de elaborar un texto que sintetizara los resultados de cada día.

## Edecanes.

El papel de las edecanes fue determinante, ya que ellas representarían al grueso de la generación, atenderían al público y mantendrían el control dentro del auditorio. Por tales razones era importante establecer un uniforme con los colores corporativos del evento. Este fue, con todas sus variantes de tonos, falda, medias y zapatos negros, blusa blanca y mascada verde

La selección de las edecanes se hizo un mes y medio antes del evento. Se eligieron a las chicas que además de tener una presencia agradable, fueran amables en su trato y tuvieran facilidad de palabra. Además se tomó en cuenta que dichas personas no tuvieran trabajo por hacer el día de la conferencia, es decir, que no formaran parte del equipo de audiovisual o escenografía del día en que serían edecanes.

Igual que en todas las comisiones, las edecanes tuvieron su representante, la que debía reunirlos para coordinar la forma de trabajo.

Entre muchas de las funciones que las edecanes realizaron estuvieron: recibir y acomodar al público, repartir los programas de mano, reservar lugares para los conferencistas y algunos invitados especiales, así como recibirlos y atenderlos antes de que diera comienzo la sesión, servir el café que se dio en cada conferencia y apoyar en cualquier actividad imprevista, entre otras cosas.

## Ensayos.

Al faltar sólo una semana, se realizó una de las últimas juntas donde los representantes acordaron cómo y cuándo serían los ensayos.

Se asignaron dos días para cada grupo y el último viernes anterior al evento se haría un ensayo general con todos los grupos. El audiovisual de generación se ensayaría toda la semana.

En los ensayos individuales el grupo debía estar completo, para que cada persona supiera certeramente cuál sería su función específica.

Los conductores ensayaban las presentaciones con ayuda del coordinador y el grupo mismo, que hacía el papel de público y marcaba los errores. Los audiovisuales para las conferencias (que podían ser uno o dos) se ensayaban varias veces y el grupo completo observaba para dar sus puntos de vista. Los escenógrafos medían y colocaban provisionalmente el material, dándose cuenta de los espacios y haciendo las modificaciones pertinentes. Las edecanes memorizaban el protocolo y sus funciones.

Las personas encargadas de luces ensayaban todos los tiempos y las entradas, además de que se familiarizaban con las instalaciones. El sonido de la escuela preparaba la colocación de su equipo y probaba su correcto funcionamiento.

La gente de relaciones públicas anotaba todos los previstos e imprevistos, como jarras, vasos, ceniceros, café, etc.

La Comisión Audiovisual de la ENAP estuvo presente en el auditorio, grabando los ensayos y ayudando en los audiovisuales.

## Ensayo final.

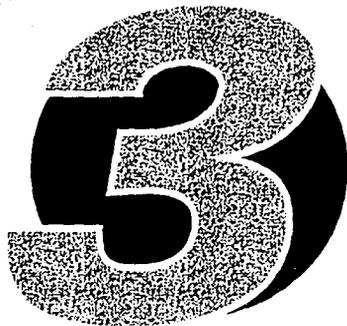
El ensayo final, un viernes anterior a la semana de comunicación, fue prácticamente el último día de organización del evento.

Los conductores tuvieron una plática de orientación con una comunicadora profesional. Quién les dio ejercicios para la voz, resolvió algunas dudas y sugirió maneras de pararse y respirar ante el público. Con un guión previamente revisado, los conductores ensayaron con micrófono y en el auditorio, donde los organizadores eran el público.

La asistencia completa de los cuatro grupos era importante pues todas las comisiones se enteraban del orden real que se seguiría en cada conferencia y se coordinaban para trabajar conjuntamente. Las comisiones de relaciones públicas se encargaban de tomar nota de los detalles faltantes y de prevenir algunos otros.

Sin dejar entrar a personas ajenas a la organización, el auditorio se llenó de un ánimo contagioso y entre carreras, gritos, risas y nervios todos los presentes adquirieron conciencia del compromiso que tenían consigo.

Deo así comienzo una dura y significativa jornada de trabajo...que no terminaría sino hasta el viernes siguiente.



# Capítulo

## Los Temas de CONTRASTES

- INAGURACION
- FLOR DE INSPIRACION
- CONTRASTES MUSEOGRAFICOS
- REALIDADES: EL DISEÑO Y
- .LA COMUNICACION GRAFICA HOY
- DIRECCION DE ARTE
- LA HISTORIETA
- ROCK E IMAGEN
- IMAGEN Y EROTISMO
- CLAUSURA

**Análisis de la Semana y  
la Esfera Cultural en que  
ocurrió CONTRASTES**

## CAPITULO 3

### Los temas de "CONTRASTES"

"CONTRASTES" ha sido, hasta el momento, uno de los eventos de mayor trascendencia que se han llevado a cabo en la Escuela Nacional de Artes Plásticas. Pero ¿qué fue lo que se dió y cómo se dijo? es una de las partes más importantes de este trabajo, así como el momento en el que se llevó a cabo y las actividades que giraron a su alrededor para crear un evento cultural.

Cada equipo de trabajo desarrollo actividades de características específicas.

Anexo a la recopilación de las aportaciones de cada tópico, presentamos el proceso técnico de escenografías y audiovisuales. Pues cada equipo de trabajo desarrollo actividades de características específicas.

Por cada tema existía una comisión de escenografía integrada por trece personas aproximadamente, dicha comisión se encargó de su diseño, proyección y realización.

En la fase de realización muchas de las personas que habían terminado sus tareas se adhirieron al trabajo escenográfico.

Es necesario mencionar que debido a que el audiovisual de generación se proyectaba sobre todo el fondo del escenario, y ante la imposibilidad económica de conseguir una pantalla del mismo tamaño que fuera

superpuesta a la ambientación del foro, fue necesario que todas las escenografías fueran móviles ya que se montaban o complementaban después de la proyección.

En su generalidad todas las escenografías tuvieron, principalmente, estas limitantes:

En la parte superior del auditorio se respetó un área para el letrero de CONTRASTES que se leyó durante toda la semana, el aspecto económico, que fueran ligeras y de fácil transportación.

Refiriéndonos a los audiovisuales, podemos decir que cada uno tuvo sus propias peculiaridades.

## LOS TEMAS DE CONTRASTES

### Inauguración

El conjunto de esfuerzos estaba a punto de dar frutos. Era el momento de comenzar con la esperada semana, de demostrar el trabajo que había detrás de tres meses de actividades.

Intenso ambiente se vivía en el auditorio. El ajuste de detalles seguía provocando nerviosismo. Los organizadores, todos presentes y bien preparados, dieron la bienvenida al público.

Un armónico desfile de imágenes que resumía los temas de CONTRASTES traía a la memoria recuerdos e ilusiones de nuestra trayectoria en la ENAP. El ritmo de la música contagiaba la emoción a todo el auditorio, provocando seguridad y entusiasmo en los organizadores. Fuertes aplausos reforzaron la emoción.

La presencia del Director de la Escuela fue el pretexto ideal para hacer la inauguración formal de CONTRASTES. El Maestro José de Santiago Silva reconoció la importante labor realizada por la generación y se manifestó honrado de compartir esa nueva experiencia para la comunidad de la ENAP.

Los grandes momentos tienen una inspiración y en esta ocasión un miembro de la generación expresó, en nuestro nombre, un mensaje de admiración al Maestro Rufino Tamayo, representante de la plástica mexicana.

Así mismo, otro representante dirigió al público, el sentir de nuestra generación, subrayando el compromiso adquirido al proyectar a nuestra escuela.

### Escenografía.-

Esta fue la misma que se utilizó para flor de inspiración.

### Audiovisual.-

El audiovisual de generación, que viene especificado en las facetas de organización fue el que enmarcó el evento de inauguración.



## FLOR DE INSPIRACION ( la mujer en el cine y la fotografía)

El tema de la mujer posee una importancia esencial dentro del arte cinematográfico y en la fotografía. En ambos se conjunta magia, sueño y poesía.

El cine no tiene límites ni fronteras, remite al ser humano a tiempos y lugares lejanos. La fotografía fija instantes vivenciales y emotivos como huellas indelebles.

Eje de inspiración ha sido siempre la mujer. Grandes e ignorados artistas han tenido a sus musas, que los han acompañado y dado vida a sus creaciones.

Caras conocidas y escenas singulares hicieron un recorrido visual por la historia del cine. La evolución de la fotografía femenina también estuvo presente en el ilustrativo audiovisual que dio por iniciada la primera conferencia de "CONTRASTES".

Coloridas y abundantes flores enmarcaron a rostros y figuras femeninas que simulando una película fotográfica pendían del foro y los costados del auditorio. Telas traslúcidas, en las partes laterales del foro delimitaban el espacio, representando además los colores corporativos del evento.

La conferencia inició con los comentarios de Juan Mora, joven cineasta, quien afirmó que la imagen de la mujer en el cine mexicano se basa en buena medida en patrones preestablecidos por la necesidad del cine,

como industria multimillonaria, cuyo fin asemeja una estrategia de mercadotecnia. Se manejó la imagen femenina como un elemento publicitario, engendrando así la gran tradición de la actriz como máximo atractivo.

Señaló que la meta primera del cine independiente mexicano es buscar una recuperación que vaya más allá de la necesidad económica, además de mostrar la verdadera imagen de nuestro país.

Bien preparado llegó el maestro Víctor Monroy. Su participación fue breve pero concisa. Recordó las más antiguas inspiraciones femeninas y enarboló el mágico encanto de las mujeres a través de la historia. Invitó a una reflexión sobre la individualidad de



cada mujer, y sobre la idea de romper con prototipos ya demasiado mercantilizados.

Se declaró partidario de la mujer como inspiración y creadora del arte, además de los conceptos que llevan implícita la femineidad: la naturaleza...la vida, la muerte...la madre, la fertilidad...la luz...la pasión, la sensualidad...

José de Santiago Silva, director de la ENAP, argumentó que el talento femenino se ha inmiscuido en un sinnúmero de actividades artísticas, que van desde la producción individual hasta los proyectos grupales. Desde el inicio de su exposición, De Santiago negó la creencia de la mujer sólo como inspiración. Señaló que la mujer forma parte considerable del trayecto humano, y que junto al hombre forma dos elementos y una misma cosa, que definió como el género humano, aclarando así que la mujer tiene el papel de objeto y sujeto de inspiración.

Hizo descansar su punto de vista acerca del error del feminismo de no compartir responsabilidades y derechos de manera equilibrada en todos los aspectos de la vida.

La participación del público fue particularmente emotiva. Se hizo alusión a la falta de mujeres en la mesa y por dicha razón se invitaron a voluntarias para que vertieran sus opiniones acerca del papel de la mujer cineasta y fotógrafa. No faltaron las valientes que subieron al foro. Unas fueron objetivas y acertadas en su participación, marcando las diferencias obvias entre los sexos pero no dejaron de reconocer la capacidad creativa de

ambos. Otras desviaron el tema hablando superficialmente de la liberación femenina.

Las preguntas del auditorio, que ocupaba todos los asientos, no se hicieron esperar. La inquietud que más se notó fue con respecto al cine. Así tras una larga sesión de preguntas y respuestas se intuyó que se debía planear una conferencia que sólo tocara lo referente al cine.

Todo lo que aquí se dijo llevó a una contundente conclusión: la mujer es un ser dotado de todas las capacidades necesarias, intelectuales y creativas para participar activamente en todos los asuntos de su entorno.

Para concluir con el primer día se invitó a la inauguración de la exposición de trabajos que estaba en la explanada abierta. Compartiendo un sencillo brindis el director de la ENAP cortó el listón para formalizar la ocasión.

### **Escenografía.-**

Se buscó ante todo crear un ambiente sutil y femenino que fuera armónico con el tema a tratar. Se decidió pues ambientar con telas translúcidas de los colores corporativos de CONTRASTES así como con flores de vivos colores. Para unificar un concepto de cine y fotografía se elaboraron dos grandes micas que por su tamaño podían simular tanto a una cinta de cine como una película fotográfica, que en una secuencia de cuadros tenían una silueta femenina de cuerpo entero.

Para las telas traslúcidas se emplearon 40 mts. de manta de cielo, de 1 metro de ancho, de los cuales 15 metros se tiñeron de negro con pastillas anilina. Ya con la tela pintada se hicieron dos llenzos de 3 metros de ancho por 5.50 metros de largo que se unieron con un listón verde de 2 pulgadas. Se colocó uno en cada costado del foro, donde había estructuras tubulares de las que se sostubieron, estaban hubicadas sobre el muro y precisamente a 5 metros de alto. Se utilizaron estas estructuras por que no estaba permitido clavar nada en las paredes.

Para fijarlas en la duela del foro se utilizaron pedazos de madera pesada además de que antes se pegaron con cinta masking tape.

Las micas tenían 1 metro de ancho por 5 metros de largo, contenían siluetas de cuerpos femeninos desnudos que se dividían en siete cuadros. Estas siluetas iban en negro y se trabajaron con pintura vinílica negra

Sobre un alambre que atravesaba de lado a lado el escenario se sostubieron estas micas.

Las flores fueron el detalle que acompañó a las telas traslúcidas se distribuyeron sobre la duela, incluyendo al atril. El atril se cubrió con el restante de la manta de cielo. Se hicieron aproximadamente mil flores de combinaciones diferentes.

## AUDIOVISUAL.

El tema central a ilustrar era la mujer como sujeto de inspiración para el cine y la fotografía, por lo cual se estructuró el

audiovisual en dos partes. La primera contendría el aspecto cinematográfico y la segunda haría referencia a lo fotográfico. Con la intención de no hacer necesario un texto se decidió darle un orden cronológico a las imágenes.

La parte inicial mostró diapositivas tomadas en blanco y negro, sacadas en su generalidad de libros sobre el cine mexicano. Para dar pauta a estas imágenes se centró la atención en la palabra "cine"; la cual iba apareciendo letra por letra a partir del lado izquierdo. Era una imagen negativa, que como fondo tenía el detalle de una de las fotografías de cine.

La música fue un gran acierto, pues evolucionaba, cronológicamente, de acuerdo a la época de la imagen. Con un espacio de silencio iniciaba la parte de fotografía. Conservando el mismo concepto que en la sección de cine, la palabra "foto" antecedió a una serie de diapositivas en color que mostraba trabajos de fotografía mexicanos, que además de haber denotado el estilo de una época tenía como elemento central a la mujer. estas imágenes se obtuvieron de revistas y libros y en algunos casos de las copias originales.

Aquí la música fue sólo instrumental, y cambiaba enmarcando la época de la diapositiva en proyección. El audiovisual concluyó con un corte brusco tanto de imágenes como de música. Una persona operó esta presentación auxiliada por dos proyectores que solamente formaban una pantalla, con disolvencia.

## Contrastes museográficos

Si bien, a veces, el tema de la museografía no se incluye en los planes de trabajo de muchos diseñadores, también es cierto que no está de más enterarse de lo que se puede hacer como museógrafo, ya que la gráfica actualmente se está desarrollando en ámbitos muy variados.

En el foro una luz tenue que alumbraba estructuras geométricas, que asemejan mamparas y laberínticos pasillos, denotaba el quehacer práctico de un museógrafo. En un costado se desprendían del techo tiras de papel que con juegos tipográficos invitaban a formar parte de la plática.

Los invitados abordaron la labor de los museógrafos desde distintos ángulos, destacando la trascendencia sociocultural de los museos y el trabajo interdisciplinario al que se enfrentan a estos profesionales.

Para el museógrafo Miguel Alfonso Madrid, quién se dedica a la parte teórica de los museos, éstos nacen de la necesidad de reunir la memoria física y tridimensional de la humanidad. Otra de las cuestiones de él por qué surgieron, quiénes fueron los que los crearon, con qué fines u objetivos o para qué clase de gente. Pues actualmente en los museos se realizan tareas para las que no fueron diseñados y, por lo tanto, dejan de cumplir funciones tales como: la investigación, la difusión de resultados, exposiciones de sus propias colecciones, etc.

Subrayó que hablar de museografía resulta complejo por las innumerables formas en las que se puede dividir, además de su tremendo carácter interdisciplinario. Manifestó que lamentablemente en México no se cuenta con instituciones avocadas a la formación de museógrafos, y que estos se hacen en circunstancias azarosas.

Especificó que podemos contar con tres grandes áreas de este campo de trabajo: primero está el área de curaduría e investigación, luego vendría la edición y criterios didácticos y por último el área de diseño, que es donde un diseñador debe aplicar sus conocimientos, conjugando elementos de tipo natural, lúdico y didáctico, en concordancia con el ambiente creado por



la iluminación y la arquitectura ya que el trabajo de diseñar puede consistir en el montaje de exposiciones, en la elaboración de señalizaciones, audiovisuales, videos, mamparas, creación de ambientes mediante juegos tipográficos, cédulas, etc.

Lamentó, así mismo, que en muchos casos los objetos expuestos sean sacralizados, pues provocan temor o timidez en el espectador, impidiendo una buena interacción entre ambos.

Por último responsabilizó a los especialistas del diseño y la comunicación como aportadores de elementos que hagan de los museos verdaderos centros de enriquecimiento cultural y donde el espectador no tenga un papel pasivo.

Para Ofella Martínez, comunicadora gráfica, el mundo de los museos y las exposiciones ofrece a los diseñadores y comunicadores gráficos un campo de trabajo muy vasto, pues en ellos se conjugan elementos de significación para la transmisión de un mensaje, que debe en muchos casos formularse visualmente. Sin embargo, invitó a tener conciencia de que nuestra labor no es la única transmisora del mensaje, sino que junto con la arquitectura, la iluminación, los espacios, el ambiente y las actividades de apoyo forma parte del significado de una exposición y de los matices que ésta adquiere.

Recomendó crear, museográficamente hablando, en razón al espectador que es

finalmente quién decodifica el mensaje de una exposición.

Así mismo habló de los diferentes tipos de exposición que existen y como éstas dan carácter a los centros en que se llevan a cabo.

El museógrafo es un promotor cultural, explicó el profesor y diseñador, Mauricio Rivera. Al mismo tiempo enfatizó que dentro del espacio museográfico la comunicación escrita, por medio de caracteres de imprenta, tiene una connotación muy diferente al que tiene en libros y revistas. Y que, desgraciadamente, en la actualidad existe la tendencia a minimizar el uso de tipografía dentro de las exposiciones. Subrayó cómo la labor del diseñador, al aplicar adecuadamente el tipo, puntaje, color y fuente de la tipografía de las cédulas, puede lograr que éstos sean un puente entre la exhibición y el espectador y no una barrera. Además sugirió que el uso de tipos de imprenta puede crear atmósferas o ambientes sutiles, siempre y cuando se procure seleccionar la información y reducirla al mínimo posible, para facilitar la interrelación entre objeto y espectador. Finalmente, destacó el aspecto técnico que variará a razón del presupuesto que se tenga para cada proyecto.

Por su parte Renato Gonzáles Luna, historiador, planteó dos consideraciones que siempre han de tomarse en cuenta en los museos. La primera: el planteamiento del discurso, es decir, la exposición de las ideas que conforman el mensaje establecido y en muchos casos, más que tener una base

estética, se llenen posiciones de defensa histórica o racial. La otra sería la sacralidad que se le da a los objetos. Pues no debe ubicarse al museo como un espacio donde los objetos son enajenados, robados a la gente e incluidos en algo que forma parte de la conciencia de una comunidad o nación, pues entonces serán manejados por una élite que impondrá los valores que a ella le convengan.

Consideró acertado el surgimiento de centros donde el público participa, aprieta botones, etc., es decir, donde el espectador deja de ser pasivo. Así como el hecho de que se haya buscado que los museos sean sitios donde el público tenga a la mano toda la información posible: computadoras, fotocopiadoras, librerías, bibliotecas, etc.

Prolongada y vasta en conocimientos fue la experiencia de acercarse a los aspectos teóricos de la práctica de la museografía.

Entre el auditorio hubo inquietudes específicas y hasta cierto punto escasas. Se acabó confirmando lo que es la museografía: un área difícil, poco comprendida, y en la que se necesita del compromiso de profesionales para contribuir al desarrollo de la museografía en México.

## ESCENOGRAFIA

Al tratar de encontrar algo representativo de un museo, uno de los primeros aspectos a los que hacemos referencia son sus pasillos, que según su distribución juegan con el espacio y dirigen nuestros pasos y que, junto

con la iluminación crean diversas atmósferas y ambientes.

A los lados del escenario se colocaron estructuras en forma de blombos, así como un banderín de los que se utilizan para anunciar las exhibiciones en los museos, y que contenía la palabra museografía.

Se hicieron estructuras de papel Kraft grueso en tres tamaños diferentes, dos de cada medida. Cada uno era una figura cuadrangular con un corte diagonal que iba del vértice superior izquierdo a la mitad del lado derecho, se realizaron 8 dobles en forma de acordeón.

El papel Kraft grueso, posee una gran resistencia, además de ser ligero, se puede enrollar para su almacenaje sin ocupar grandes áreas y no es excesivamente caro.

Se colocaron tres de cada lado de forma escalonada de menor a mayor iluminándolas desde la parte posterior con luz incandescente, a fin de que se reflejaran las sombras en el escenario. Se hizo otra estructura más pequeña para cubrir el atril de los conductores.

El banderín que colgaba del costado derecho del escenario, se elaboró también en papel Kraft trabajado al pastel. El él aparecía la palabra "museografía" en altas y usando el tipo Baskerville ampliado y dispuesto en forma vertical ascendente.

## AUDIOVISUAL

Mediante dos pantallas, con horizontes dispuestos a distintas alturas, se presentó en corte directo una secuencia de imágenes que mostraban ejemplos de trabajos museográficos: salas de los museos más famosos en todo el mundo, maquetas, estudios de iluminación, etc. Tomadas, en su mayoría, de libros sobre el tema.

Llevando como fondo una música con ritmo acelerado, cada transparencia tenía una proyección aproximada de un segundo.

Las imágenes que se eligieron, si bien, eran adecuadas al tema, un gran número eran ejemplos de museos extranjeros, por lo que

## Realidades: el diseño y la comunicacion grafica...hoy

El objetivo de esta plática: averiguar un poco sobre los motivos que se tienen para estar en una profesión que se reconoce como difícil pero que es a la vez sumamente apasionante.

Recurrir a profesionales con una vasta experiencia y a quienes comienzan en el campo del diseño y la comunicación gráfica; hablar sobre la importancia que tiene la investigación, el papel que debe desempeñar el diseñador respecto a los cambios que vive nuestro país, fueron el pretexto para crear esta conferencia y estructurar los temas que se tratarían.

En medio de la oscuridad apareció una luz que iluminó el foro, donde una gran manta plasmaba el nombre de "CONTRASTES". De pronto dos bailarinas, llegaron corriendo por ambos extremos del auditorio y al destruir el letrero crearon la escenografía definitiva, misma que revelaría el nombre del grupo invitado: Encuadre, ENAP y Realidades.

La conferencia se estructuró de la siguiente manera:

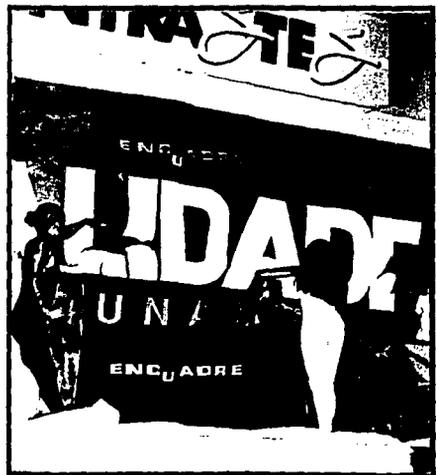
Un bloque de profesores expuso sus puntos de vista acerca de la formación de un diseñador. En la segunda parte estudiantes de las distintas universidades vertieron sus comentarios sobre la carrera. En una tercera, y última parte, el foro abarcó la participación

de los bloques anteriores y del público que participó con sus preguntas.

El profesor Jaime Cortés señaló que la mayoría de los diseñadores y comunicadores gráficos solemos entender a la teoría como un conjunto de ideas que finalmente no tienen mayor trascendencia, pues en la realidad lo que se exige es el dominio de ciertas habilidades.

En este sentido, hablar, de las alternativas de aplicación y del desarrollo social, significa buscar otros espacios que no sólo sean comerciales.

Abelardo Rodríguez, manifestó como su principal inquietud la de buscar la unión entre las escuelas de diseño de todo el país. Habló



de la necesidad de organizarnos, hacer eventos y múltiples actividades para fortalecer este oficio, solidificarlo para que no se siga entendiendo que se enseña o se aprende "macramé".

El considera que los jóvenes diseñadores tienen el deber de buscar el soporte teórico, pues, si éste no existe no habrá nada sólido, además de que se habla del quehacer del diseño pero no de la reflexión de la teoría del diseño, y eso es precisamente lo que nos toca hacer: transformar la idea de que el diseñador es un dibujante, considerar que ahora se debe tener la actitud, la información y los conocimientos suficientes para tomar una decisión en la gestación de un mensaje, y eso no es sólo diseñar sino planificar.

Finalmente afirmó que el problema está en que no nos hemos comprometido por difundir lo que hacemos en nuestro país, y mucho menos en el mundo y se preguntó: ¿en dónde están todos los diseñadores?

El diseño gráfico, comentó Adrián Flores, es una responsabilidad que conlleva una enorme preocupación. "Desafortunadamente, somos diseñadores seis horas al día, e incluso hasta menos, y el compromiso es de cuarenta y ocho horas ya que esta es una profesión compleja, difícil, golpeada, y, a veces, injusta y no fácil de manejar".

Al comenzar su exposición, Francisco Fuentes hizo una pregunta "¿Cómo sería el mundo sin diseño gráfico?" Y tras ésta dio una serie de ejemplificaciones que confirmaron el

amplio campo de aplicación y la importancia del diseñador gráfico, así mismo subrayó el carácter interdisciplinario de la profesión. Terminó su intervención puntualizando que la relevancia del diseño puede muy fácilmente descubrirse con la reflexión de su versatilidad.

Jorge Guzmán inició afirmando: "El diseño gráfico no es nada más diseño, es también comunicación gráfica, o sea es un proceso de comunicación resuelto de un modo gráfico". Afirmó que el mensaje abarca dos grandes áreas: gráfico-estético, proplamente, o con movimiento dinámico: audiovisual, película de animación, televisión; en ambas está presente el diseño gráfico.

Invitó a los jóvenes diseñadores a que se den cuenta del enorme poder que tienen en las manos, en la mente y en la realización de un diseño, que puede ser capaz de cambiar los hábitos de una nación y que se puede educar o deseducar a la gente.

La participación de los estudiantes fue muy prudente y acertada. Hablaron de la responsabilidad de un diseñador al ser gestador de imágenes, ya que éstas pueden modificar incluso los estilos de vida. Se manifestaron entusiasmados con la posibilidad que tiene el diseñador gráfico de abrir nuevos campos de aplicación.

Otro comentario fuerte giró alrededor de hacerse respetar como diseñador: demostrar todo el trabajo que sustenta a un proyecto de diseño. Se dieron consejos: entender la cultura de nuestro país y buscar nuevas

propuestas para ampliar los campos de aplicación de comunicación gráfica.

Los comentarios fueron muy variados. Esta conferencia provocó la reflexión sobre las metas a seguir y los compromisos que se tienen, motivó a la búsqueda por un diseño mexicano, creado y no copiado, que persiga, en la medida de lo posible, el bienestar de quien lo recibe.

Además en esta conferencia se confirmó que las instituciones y profesionales pasan por problemas similares, y que no será sino la retroalimentación la que fortalecerá el respeto y la responsabilidad que tenemos con nuestro trabajo y con la sociedad en que vivimos.

### Escenografía.

Este día la escenografía se vio complementada por un performance.

Al comenzar el performance en el foro se observaba un cartel espectacular que dos pseudobailarinas, con movimientos bruscos destruyeron. Al terminar quedó al descubierto un muro de ladrillos donde a manera de graffitti, una bailarina vestida de blanco escribió el nombre de la conferencia, mientras que la otra, vestida de negro, pintaba con las manos manchas negras.

El cartel se realizó sobre un bastidor de madera que medía 5.00 m., se utilizó como soporte papel kraft con papel américa blanco y negro, así como vinílica negra.

Aunque era un cartel sencillo la realización fue de gran calidad y dió una buena imagen al comienzo.

El muro de ladrillos que se vió durante la conferencia, era otro bastidor de madera de la misma medida que el del cartel, trabajado con papel kraft, pintura vinílica y pastel.

El graffitti se hizo con pintura en aerosol, pero no tuvo ni calidad, ni cuidado en su realización.

## Dirección de arte

Como director de arte se denomina a la persona que se encarga de dirigir y organizar las actividades de un departamento de arte o diseño gráfico. Y fue precisamente con esta idea que una buena parte del público asistió a esta conferencia.

En esta ocasión la escenografía estuvo enmarcada por un gran tablero de ajedrez, que, hacía referencia a la serie de pasos, procedimientos y estrategias que son necesarios para tener un desenvolvimiento y resultados óptimos. De la misma manera un audiovisual dio muestra fiel de lo que puede lograr un buen director de arte.

Los invitados eran, por mucho, expertos reconocidos en el área del diseño gráfico, y se avocaron a compartir con el auditorio su experiencia profesional.

Francisco Montero, presidente del Grupo Montero, platicó de sus inicios como director de arte en Leo Burnett. Mencionó también sus experiencias con el noticiero Volkswagen, que tuvo un concepto de periodismo-publicitario o publicidad periodística.

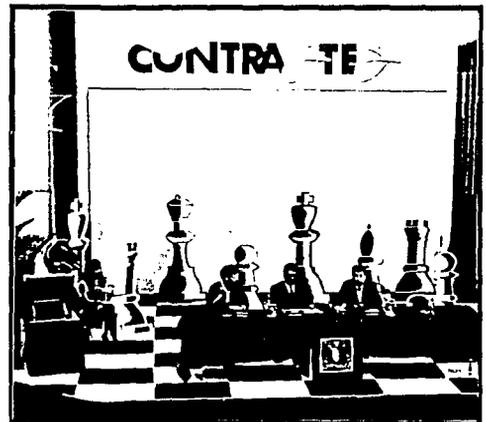
Con agradable sentido del humor señaló que el lenguaje del medio es muy "pocho" pues todo se dice en inglés, todo el tiempo se está "espanglieando" las cosas.

Entre los muchos consejos que brindó a los estudiantes estuvo el del manejo de la computadora, aseguró que hoy en día es más

importante aprender a usarla que saber dibujar. Además de que otra cosa importante es estudiar, y estudiar es la acción específica de leer libros, de memorizar cosas, de hacer tareas, y aprender que es el concepto, de que se nos quede adentro para siempre.

Definió a la creatividad como el arte de pensar. "Talento es el arte de hacer, el buen creativo es el que sabe pensar". Dividió el pensar en cinco puntos: percibir, observar, imaginar, razonar y proyectar lo imaginado. "La cultura de la percepción es la clave del diseño".

El profesor Jaime Reséndiz inició sus comentarios afirmando que el diseñador se hace diseñando, así como un director de arte se tendrá que hacer con el tiempo, aprendiendo para después dirigir. Interpretó al director de arte como un personaje



experimentado en su propia área y que además de director debe ser creativo y tener un objetivo fundamental, que es comunicar gracias al dominio de las distintas áreas del diseño gráfico.

Subrayó la importancia de que un director de arte cuente con todos los recursos humanos y materiales, para poder resolver cada situación, propuestas para ampliar los campos de aplicación de la comunicación gráfica.

Los comentarios fueron muy variados. Esta conferencia provocó la reflexión sobre las metas a seguir y los compromisos que se tienen, motivó a la búsqueda por un diseño mexicano, creando y no copiando, que persiga, en la medida de lo posible, el bienestar de quien lo recibe.

También, de acuerdo con Francisco Montero, consideró a la computadora como el instrumento de diseño de la presente generación.

Federico Banegas, habló de la libertad de nuestra mente, de la posibilidad de llegar a cosas infinitas y de como un fotógrafo no es un técnico, es un creador de imágenes y de mundos reales e imaginarios. Aclaró que para ser buenos creadores es ideal fijarse metas y perseguir fines específicos y profesionales, que mejoren en cada proyecto realizado.

Finalmente y de forma espontánea, el artista plástico Daniel Manríquez, creador del Tepito Arte Acá, expuso sencilla y claramente sus propuestas plásticas, en las que pretende

representar una ideología utópica a través de imágenes. Explicó que esto lo hace para la sociedad y no para él, simplemente, porque anda en busca de lo imposible.

Una de las más largas y emotivas pláticas estaba llegando a su fin. Los expositores con su alegre carácter se habían ganado al público. Mismo que se volcó en preguntas y felicitaciones para ellos. La conclusión contundente fue que un director de arte será proporcionalmente la combinación de su cultura y sus habilidades y que el éxito que tenga residirá en la actitud con la que tome su compromiso.

### Escenografía.

El ajedrez, como juego-ciencia y arte, se utilizó para representar las cualidades que caracterizan a un director de arte como son: la estrategia, táctica, técnica, imaginación, disciplina, audacia. Además el mismo diseño del tablero y las piezas está hecho en base al contraste más representativo: la contraposición del blanco y el negro.

La escenografía consistió en un tablero de ajedrez donde se colocaron varias piezas como en una partida.

Se elaboraron dos grupos de cuatro piezas cada uno: dama, rey, torre, caballo, alfil y peón. Uno blanco y otro negro. En total doce figuras.

Se ampliaron las figuras mediante un proyector de cuerpos opacos a un tamaño, la más chica, de 1.25 m., hasta 1.80 m., la más

grande, guardando la proporción entre las piezas.

Se usaron estas medidas para que fuera del tamaño aproximado de una persona adulta y además fueran visibles aún desde la parte posterior del auditorio

Se utilizó un pliego de cartón corrugado por pieza; este material se empleó por su ligereza, fácil transportación, además de que es relativamente económico.

Una vez trazadas las piezas se cortaron y pintaron con vinílica; esta pintura tiene la ventaja de que seca en un período aproximado de cuatro horas, no es tóxica, es lavable y tampoco es muy cara. A cada pieza se le dieron dos manos de pintura.

El día de la conferencia se montaron las piezas en patas de gallo ( propiedad de la escuela) y que se pintaron de blanco para que las partes que quedaban visibles se confundieran con el fondo del escenario.

Como complemento el piso del escenario se transformó en un tablero de ajedrez, sobre el que se dispusieron las piezas.

Para su realización se cortaron tramos de 90 cm de ancho por 8 m. de papel Kraft trazándose cuadros de 90 x 90 cm., pintándose posteriormente con vinílica blanca y negra según correspondía. Se pintaron ocho tras para que al unirse formaran el tablero que debe ser de ocho por ocho cuadros.

Al momento de montarlo sobre la duela del escenario, se unieron los tramos por la parte

posterior con cinta canela, se cortó el sobrante y se reforzó en las orillas también con cinta canela.

A un costado se colocó un cartel con el título de la conferencia hecho de papel bond con el texto recortado en papel américa.

### Audiovisual.

Usando dos pantallas y con grabación por control de disolvencia, se proyectaron imágenes que ilustraban el trabajo de un director de arte, tomándose algunas directamente y otras de libros y revistas.

Las imágenes eran de diseñadores trabajando, portadas de libros, revistas, discos folletos, periódicos, empaques, etc., en general todo lo que pudiera mostrar la labor de un director de arte.

Para resolver dichas imágenes se utilizó, por un lado película lith coloreada para textos, y por otro transparencias en color.

Como fondo se apoyó con música instrumental.

## La historieta

En México la historieta ha ocupado y ocupa actualmente un importante lugar en el renglón de la cultura. Es una manifestación artística que juega un papel recreativo en la educación colectiva de los mexicanos.

En un breve cuadro de proyecciones se presentó el recorrido histórico de la historieta: cuando surgió en México, su evolución y sus personajes más populares, así como su arraigada aceptación en amplios sectores de la población.

Como una página de cómic, la escenografía recibió al público, invitándolo a formar parte de una aventura más. De todos los puntos del auditorio se sentían las divertidas miradas de los personajes que compartían el suceso.

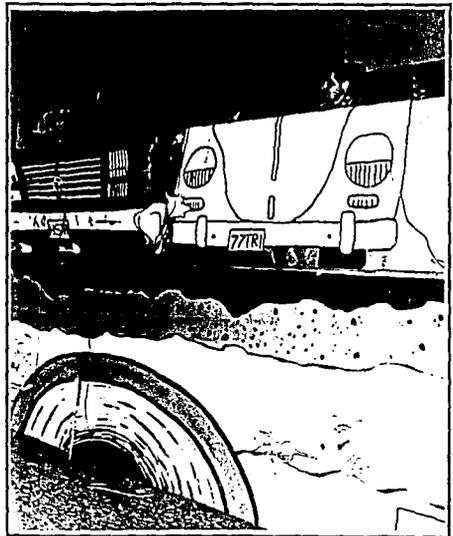
El foro representaba una calle de cualquier barrio de la ciudad, con sus casas, sus misceláneas, su pulquería y su tradicional puesto de revistas. Los que circulaban por esa calle eran los personajes más destacados de la historieta mexicana, entre los que estaban los creados por los invitados.

Las puertas de la pulquería eran tan reales que sirvieron de entrada a los conferencistas, que llegaban por ahí a la mesa donde hablarían y que el espectador veía como dos autos arrollaban a un distraído. El puesto de revistas servía nuevamente como el centro de noticias frescas: allí los conductores moderaban la conferencia y presentaban a

los invitados de esta ocasión. La plataforma también se vistió de historieta: ratas y basura ocupaban los tubos del desagüe.

Entre luces azules la presencia de un personaje de carne y hueso, y en movimiento, animó al público: un mimo dió vida a una clásica historia de monitos. Su significativo silencio dió paso a la bienvenida de los conferencistas.

Los ponentes de este tema expresaron su propia apreciación de lo que es una historieta, además de que expusieron lo difícil que es desenvolverse en el medio. Así mismo hicieron propuestas para el enriquecimiento de esta profesión.



El más joven de ellos, Ricardo Peláez, diseñador gráfico egresado de la E.N.A.P., expuso su preocupación por la indiferencia de la cual es víctima la historieta, a pesar de ser un medio adulto de comunicación y vehículo que lleva la cultura a donde a veces no existe ni radio, ni televisión.

Un veterano de la historieta, Sixto Valencia, platicó su trayectoria. El se acercó al dibujo gracias a la influencia de familiares que también lo hacían, así se prepara como dibujante publicitario en San Carlos. Sin duda su personaje más conocido ha sido Memín Pinguín, con el que lleva 28 años. Entre el relato de su carrera se autodeclaró adorador de la historieta, mencionó la diversidad creativa de la misma e invitó a los jóvenes a participar activamente en ella.

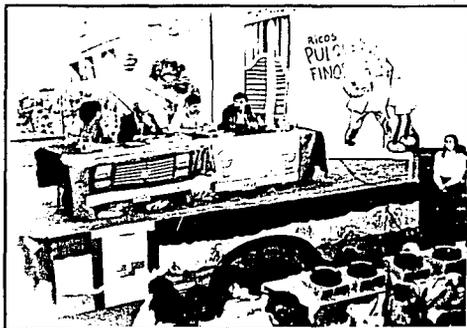
Francisco Ortega presentó datos estadísticos que demostraron que el número de lectores de historieta supera en mucho a los lectores de libros. También definió a la historieta como un fenómeno sociológico-cultural de los más sorprendentes del siglo XX, ya que forma parte importante de la recreación de un amplio sector de la población.

La participación de Rafael Barajas, "El fisgón", fue muy enriquecedora. Invitando a la reflexión, "el fisgón", hizo comparaciones entre ventas de una tira cómica y un libro, afirmando con esto que la industria de la historieta se encuentra en auge. Manifesto así mismo lo inquietante que resulta el sorprendente poder que tienen los editores tanto en historietas como en el pública lector.

Habló de la industria editorial como un peligroso y sólido emporio que obstaculiza la expresión del autor. Como opción a un cambio, subrayó la posibilidad de la historieta se encuentra en auge. Manifestó así mismo lo inquietante que resulta el sorprendente poder que tienen los editores tanto en los historietistas como en el público lector. Habló de la industria editorial como un peligroso y sólido emporio que obstaculiza la expresión del autor. Como opción a un cambio, subrayó la posibilidad de crear fórmulas que enriquezcan y amplíen la cultura.

En el auditorio no había un lugar disponible, las escaleras y los pasillos estaban repletos. La gente esperaba la oportunidad de conocer y oír a los creadores de sus personajes favoritos.

En el espacio que le correspondió al público hubo gran participación. No sólo los estudiantes hablaron, también los invitados especiales, entre ellos profesores, crearon



una fuerte polémica alrededor del papel que juega la industria editorial. Se manifestaron inconformes con el monopolio existente y propusieron la formación de organismos que impulsen el trabajo cualitativo de los trabajadores de la historieta.

Los invitados se despidieron en esta ocasión dibujando a sus admiradores algún episodio de sus famosas creaciones, dejando así un recuerdo material de su presencia.

#### ESCENOGRAFIA.-

Desde su planeación, en dibujos y planos, se buscó que esta escenografía sirviera para que tanto el público como los conferencistas entraran a otro mundo: al mundo de la historieta.

Por esta razón se vistió al foro como una página de comic: la calle de un barrio popular con sus casas de pintura ya gastada, su miscelánea, su farmacia y su pulquería; la avenida con automóviles a gran velocidad atropellando a un distraído; el drenaje con ratas, lodo y bastante basura. Y entre todo esto los personajes más destacados de la historieta mexicana, hasta uno paseando en su avión.

Ocho estructuras de madera de una altura de 2.20 m. y un ancho de 2.50 m. cubrían todo el foro. Estas eran las que detenían, clavadas, engrapadas y pegadas (con cinta canela), al cartón corrugado donde se pintó toda la calle con vinílica de colores.

La puerta de la pulquería era lo único que se movía, por medio de dobles y cortes. Esta sirvió de entrada al foro para los invitados.

La duela del foro se cubrió de papel kraft coloreado en matices de grises, para dar la apariencia de asfalto.

La parte de enfrente de las mesas donde estaban los invitados se cubrió con dibujos de dos automóviles, pintados y cortados sobre papel kraft y con vinílica de colores.

La base del foro sirvió para colocar el cartón que simulaba todo el drenaje y fue hecho con la misma técnica empleada para el demás material.

Los personajes hechos como display, de una medida aproximada de 1.50 m. de altura, con cartón corrugado y pintados con vinílica, acuarela, tinta china para lograr mayores detalles, fueron colocados en todo el escenario. Se hicieron aproximadamente veinte personajes.

El atril de los conductores semejaba un puesto de revistas, lleno de publicaciones. Junto a él estaban dos de los displays.

Finalmente, en un alambre de bastante grosor que atravesaba lateralmente el foro, se ubicaron los personajes que se encontraban en el cielo, sostenidos con hilo de cáñamo.

#### AUDIOVISUAL

Dos audiovisuales apoyaron esta conferencia.

El primero fue de aspecto histórico, puesto que desde su planeación se pensó dar con él la Introducción al tema, para que los Invitados comenzaran su ponencia.

Sistemática fue la evolución de la historieta en México, cuales han sido los personajes más famosos y como han repercutido en la cultura mexicana.

Este audiovisual causó muchos problemas, ya que por su carácter no se sabía si era conveniente poner voz para narrar todas las imágenes y hacerlo con esto más entendible, o sólo con música de fondo. Se tomó la primera opción pero hubo que cambiar la voz tres veces, pues no era clara y se requería calidad en la grabación, puesto que se transmitiría a un público numeroso.

Estuvo resuelto con una sola pantalla en disolvenca, tuvo una duración aproximada de cinco minutos, con cambios de proyecciones de 1 a 3 segundos. Los materiales de las diapositivas fueron película de color y película lith. Las tomas se obtuvieron de libros y revistas, se empleó también material hecho por computadora, en color.

Para elaborar este audiovisual se llevó a cabo una ardua investigación, que incluso estuvo apoyada previamente por los mismos conferencistas.

El segundo audiovisual se usó como despedida. Detalles de los personajes más conocidos en la historieta se proyectaban al ritmo de una música acelerada y muy

conocida. Algunas imágenes tenían hasta movimiento, haciendo cosas chuscas.

Se proyectó en una sola pantalla con disolvenca. Aproximadamente duró 2.30 mins., con cambios según el ritmo de la música. El material de las tomas estuvo en su mayor parte sacado de historietas y material gráfico expresamente creado para ello. Para todas las fotografías se empleó película de color.

## Rock e imagen.

Desde sus inicios este género musical ha sido objeto de múltiples e innumerables visiones, así como ha servido de vehículo para la expresión de emociones juveniles en diferentes generaciones.

En esta ocasión se trató un tema que ofrece diferentes expectativas tanto a los creadores gráficos, como a los "rockeros" y a los aficionados a la radio.

El pasaporte de entrada al medio auditivo lo dio la radiodifusora ROCK-101, popular estación que ha tenido gran aceptación entre el público de todas las edades y que ofrece una gama de opciones diferentes.

Los locutores salieron de la caja oscura para presentarse ante un numeroso auditorio: Jordi Soler y Jaime Pontones.

Para el recibimiento de los invitados, una gigantesca grabadora sirvió de escenografía. En medio de la completa oscuridad apareció repentinamente una luz que sintonizaba, en el gran display, a la estación invitada y una conocida voz anunciaba una de tantas canciones que transmite Rock 101.

Rock e imagen fue el tema y sus expositores eran hasta entonces sólo voces que comenzaron a tener imagen con el inicio de la conferencia.

Jordi Soler, director y locutor de Rock 101, fundamentó su exposición en las imágenes mentales que se crean con voces, palabras y música, explicando que son éstas

precisamente la magia de la radio: provocación de imágenes en la mente. También habló de un problema específicamente radiofónico, que es el crear imágenes distantes a las reales, y que traen consigo decepciones repentinas en el espectador.

Así mismo subrayó que en la imagen radiofónica no tiene vital importancia la belleza de la voz sino el contenido de su mensaje. Finalmente apuntó lo importante que resulta para un grupo o solista de rock el crearse una imagen, ya que ésta contribuye a su beneficio o deterioro.

Jaime Pontones, locutor y pionero del concepto Rock 101, señaló que la sociedad en la que vivimos es totalmente visual, anteponiendo algunas desventajas del medio auditivo.

Citó el inicio de la creación de imágenes alrededor del rock afirmando que en los años 60's se da la primera experiencia con el show de luces y que esto era justamente un intento para que las imágenes que producía el rock pudieran ser vistas. Dijo que fundamentalmente la creación de imágenes corresponde a las vivencias particulares de cada individuo o generación.

Finalmente mencionó que el diseñador tiene el compromiso de traducir visualmente las sensaciones y emociones que resultan de escuchar el rock y cultivar nuestros cinco sentidos para crear nuevas formas de expresión.

Ante un auditorio que sobrepasaba en mucho su cupo y con gran entusiasmo los invitados se despidieron. Y después de satisfacer las inquietudes del público pasaron a formar parte del auditorio. Cerrando esta conferencia

con un audiovisual que presentó la labor de los trabajadores de la radio y las propuestas que "CONTRASTES" elaboró para un rediseño de la imagen de la estación y los nombres de cada uno de sus programas.

### Escenografía.

El objetivo principal era darle un concepto tangible a la música. Así se pensó en crear un solo elemento que atrajera la atención en el auditorio. Una macro grabadora fue la solución, pues es ésta una representación típica de la música escuchada por los jóvenes.

Por esta razón hubo que preparar un gran display, que ocupó la parte central del escenario. Este tenía una estructura de madera, aproximadamente de 2.5 m., de ancho, por 1.25 m., de largo y 2.00 m., de alto. Misma que se forró con papel kraft grueso previamente pintado de negro con vinílica.

Se adhirió a la madera por medio de grapas. Posteriormente con papel aluminio se simuló las bocinas y botones; con papel celofán se hicieron las micras del tocacintas y finalmente sobre cartulina bristol se pintaron números negros para identificar a las estaciones de F. M.

### Audiovisual.

Como CONTRASTES desarrolló un trabajo de creación gráfica para la estación radiofónica Rock-101, se consideró la idea de reunir las experiencias y los resultados en el audiovisual. Este comenzó mostrando la labor de los trabajadores de la radio, y siguió con una secuencia de los resultados, (y quienes los habían logrado) que se habían obtenido.

A este audiovisual lo enmarcó el ritmo de rock, por razones obvias. Estuvo compuesto en su totalidad por imágenes en alto contraste, tomadas con película lith y coloreadas con plumones de agua.

Consistió en una pantalla con disolvenca de imágenes, controlada por una persona que operaba dos proyectores.



## Imagen y erotismo.

"Eros significa amor, deseo, fuerza creadora, el dios del amor entre los griegos.

Toda la naturaleza tiene su expresión erótica a través de los seres vivos.

La corola de las flores invitando a los insectos a la fecundación de los órganos femeninos de la planta, que dará el fruto hermoso y nutritivo.

El cortejo de los animales machos, ya sea de pelo o pluma, en una estética danza que nos habla de la prolongación de la vida.

La fuerza que guardan las semillas esperando humedad y luz para germinar.

El brillo de los ojos y la sonrisa de las muchachas frente a los chicos. Los hombres jóvenes con paso regio y cuerpo tenso en una especie de exhibición frente a las mujeres.

La mirada ardiente que habla de la relación de los cuerpos en una manifestación amorosa. El abrazo tierno de los novios o el beso apasionado.

Todo esto es el erotismo en su forma más pura, sin artificios.

El erotismo es expresión de la fuerza de la vida y por lo tanto es belleza."

En medio de siluetas provocativas y luces tenues, se presentaron imágenes que hablaron de la fuerza y sensualidad que se encierra en todos los seres vivos como

símbolos, en el aire que respiramos flota un algo que es parte de la esencia del ser humano: el erotismo como expresión creadora.

El profesor Aceves Navarro consideró al erotismo como una cuestión sumamente íntima que va de acuerdo a la cultura y a la época en que se vive por ello se refirió a una imagen del medievo japonés, cuando la sensualidad se expresaba en dibujos. Así mismo señaló que el erotismo puede darse a cualquier edad y no es necesariamente un asunto de jóvenes, además, lamentó la existencia de un erotismo utilitario en el que se explota la sensualidad humana para un fin por demás superfluo: el consumismo.

Por su parte Andrés de Luna, en una amplia exposición, advirtió al erotismo como un juego fundamentalmente imaginario y que requiere de ocasión, tiempo y espacio propicios.



Criticó el uso que hace del erotismo la publicidad, encasillándolo en una experiencia incompleta y sin objetivos, argumentando que el verdadero crecimiento del ser humano se da en su propia capacidad de jugar con los sentidos y de conjugar sus experiencias espirituales de amor con las expresiones más puras en el aspecto físico.

Para Fernando Castañeda el fenómeno del erotismo toma matices diversos pues el erotismo no puede definirse, no posee un lenguaje propio, a pesar de que se sirve de varios lenguajes para su expresión.

También dijo que el erotismo es algo que no puede dirigirse o prescribirse, que es un asunto que tiene una naturaleza ética que se conduce según las vivencias de la época. Abordó los prejuicios de la liberación sexual de los 60's, condición que se agotó por carecer de perspectivas para el individuo y advirtió que la época en que vivimos es una encrucijada para la sexualidad y el erotismo.

El auditorio rebasaba su cupo normal. El público participó externando sus puntos de vista acerca del controvertido papel que juega el erotismo en nuestra sociedad.

La última conferencia de "CONTRASTES" concluyó con la invitación a la clausura que tendría lugar esa misma tarde.

### **Escenografía.-**

El erotismo, siendo un tema polémico en nuestra sociedad se vio representado por

siluetas de cuerpos desnudos, independientemente de que éste se manifiesta de muy variadas formas.

El piso de color blanco era el origen de ventanales donde através de una tela opaca de veían contornos que se acentuaban por luces de colores.

Ya que la escenografía debía ser desmontable se usaron marcos de madera ligera, con medidas que variaban según las siluetas que iban a contener. El mayor medía 2.30 x 2.00 m., aproximadamente, éste fue el único que colocaron dos personas en el escenario, pues los demás eran más pequeños y por lo tanto, fáciles de manejar. Para dar el efecto de una cortina se cubrieron con pellón blanco.

Las figuras se hicieron en cartón corrugado recortado y pintadas con vinílica.

El piso fue hecho de papel kraft pintado con vinílica blanca y colocado antes de la exposición, sin representar ningún problema para la presentación del audiovisual. Este se fijó a la duela con cinta canela en el contorno.

Las luces que se proyectaron por detrás de los bastidores, eran lámporas de restrador con luz incandescente cubiertas con papel celofán de colores, rojo, verde, azul y amarillo, así como algunos focos color magenta, creando un buen efecto de luces y figuras.

### **Audiovisual.-**

El audiovisual fue una manera más de representar el erotismo. Con formas sutiles tomadas de la naturaleza, ya que presentaban diversas formas tomadas de la naturaleza: flores, frutos y vegetales.

Fue proyectado en tres pantallas una al centro del foro y dos a los costados en posición vertical.

En la pantalla del centro se presentaban diapositivas en forma horizontal, cambiando a intervalos de tres segundos, aproximadamente. En las laterales, que eran bastidores de madera cubiertos con manta blanca, las imágenes eran verticales con cambios de 10 segundos.

Las transparencias se proyectaban difusas y a veces desenfocadas, intencionalmente, con el fin de despertar fantasías en los espectadores.

## Clausura.

Durante la última conferencia una alegre escenografía amenizó la plática de Víctor Trujillo y Ausencio Cruz. Entre globos y serpentinas, además de sus caricaturas, se dio con la clausura un verdadero festival cargado de emotividad. Y para dar un mayor ambiente a la fiesta se inició la clausura con un popurrí de baile interpretado por dos bailarines.

Hablar de Víctor Trujillo y Ausencio Cruz es hablar de dos protagonistas que han dado en "Tienda y trastienda" y "La Caravana" su toque personal a una realidad vista desde la pantalla televisiva.

En su charla con el público narraron diferentes aspectos vividos por sus personajes, el surgimiento de "La Caravana" como una respuesta a la necesidad de un programa en donde se reflejara la sociedad, en la que se desarrollan la mayoría de los mexicanos.

Mencionaron también la censura y sobre ésta comentaron: "Nos podemos quejar muy poco, ha habido más prudencia que censura. Hemos manejado el albur ya que es muy usado en la sociedad, porque no podemos ofender a las familias que nos reciben en sus hogares, las cuales tienen una moral específica".

En cuanto a ofertas de trabajo en otras cadenas televisivas dijeron que, a pesar de que la oferta era tentadora, la pregunta obligada era ¿cuánto? y no la que ellos esperaban ¿qué querían hacer?.

En cuanto a otros programas cómicos como los de Televisa, "La Caravana, dijeron, ha desbancado a varias barras cómicas". Esto lo justificaron argumentando que la televisión mexicana tiene que ser un reflejo de los mismos mexicanos, pero desde el punto de vista humorístico. "Tan no hay actualmente estrellas, que lo mejor de Televisa sigue siendo actualmente Pedro Infante".

La emotiva clausura no terminó con la puntual partida de los invitados. La contagiosa alegría del mariachi hizo romper filas y desbordar los ánimos y la satisfacción por el trabajo realizado. Las canciones cantadas a coro por los organizadores y los abrazos de felicitación cerraron con broche de oro una de las pláticas más concurridas y el evento que más trascendencia había tenido después de mucho tiempo.

## Escenografía.-

Después de la formalidad de toda la semana, se decidió ambientar la clausura a manera de festival con caricaturas gigantes de nuestros invitados y más de un centenar de globos.

Así, el piso que se había empleado para la conferencia de la mañana se pintó con vinílica de colores verde, amarilla y roja, mediante trazos libres, usando esta pintura por su rapidez de secado. Las caricaturas de los invitados fueron hechas en cartón corrugado, trabajado al pastel, se montaron en patas de gallo.

A un costado colgaba un banderín de papel kraft que contenía el nombre de la plástica, dibujado en colores pastel, se montó en una varillas de madera en cada extremo para facilitar su manejo, la tipografía media aproximadamente 35 cm., y fue hecha con trazos libres, ya que no pertenecía a ninguna familia, siendo bold para que se pudiera leer desde el fondo del auditorio. Se usó papel kraft por su resistencia además de que por venir en rollo se puede disponer de áreas grandes sin tener que hacer añadidos.

Los globos no tuvieron una colocación específica pero sirvieron para ambientar el escenario dándole un toque muy alegre.

### **Audiovisual.**

Se realizó el audiovisual sólo con el fin de dar una presentación a nuestros invitados, por lo tanto fue sencillo.

Se utilizaron dos proyectores. Sobre una pantalla se proyectaban transparencias de color en diapositiva, las fotografías fueron tomadas de la pantalla del televisor y otras en el estudio durante la invitación que hizo CONTRASTES a Víctor Trujillo y Ausencio Cruz.

Para la entrada de títulos y nombres se emplearon fotomontajes con película lith y película ektachrome.

Las transparencias se proyectaban a intervalos de 3 a 5 segundos aproximadamente.



## ANALISIS DE LA SEMANA DE LA COMUNICACION.

Simultáneamente a la realización del evento de la generación de octavo semestre de Comunicación Gráfica hubo otras actividades de índole cultural entre las cuales podemos mencionar las siguientes.

### 26 de agosto 1991

Dió inicio el Ciclo de conferencias sobre la reforma del Estado Mexicano en la Facultad de Derecho. La primera conferencia del ciclo trató sobre reforma del Estado y estado de derecho.

Tuvo lugar el mismo día la Inauguración de la feria de las ciencias de CCH y ENP en el CCH sur, con una exposición de 85 trabajos de estudiantes de estos centros.

En esta misma fecha se inauguró el montaje de la exposición parcial "Nuestro cuerpo de cada día "Fisiología de los cotidianos, en el auditorio Raúl Founier Villada de la Facultad de Medicina de C.U. Donde se explicó de manera ilustrativa por qué lloramos, por qué reímos y nos da hipo, desde el punto de vista fisiológico. Este montaje forma parte de la sala de la salud y biología humana del proyecto Museo de las Ciencias de la UNAM.

GACETA UNAM

### 27 de agosto de 1991

Tuvo lugar el diálogo público 20 años del libro de "La noche de Tlatelolco" de Elena Poniatowska a cargo de Carlos Monsiváis en el Aula Magna de la Facultad de Filosofía y Letras, donde participaron José Agustín y Raúl Alvares.

EXCELSIOR, SECCION CULTURAL

### 29 de agosto de 1991

Conferencia del Dr. Raúl Carranza y Rivas sobre derecho y libertad, a propósito de Peter Camerleid, de Herman Hesse. Aula Magna Jacinto Pallares

PERIODICO EXCELSIOR, SECCION CULTURAL

### 20 de agosto de 1991

Dentro del ciclo de conferencias "La comunicación en los albores del siglo XXI, una lectura de medos", se realizarán las charlas *¿Hacer noticias es hacer historias?*, a cargo de Cristina Pacheco, a las 11.00 hrs. y *¿Una imagen dice más que mil palabras?*, por Salvador Mendiola, las 18:00 hrs. La cita es en la sala Fernando Benítez de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM (Círculo Mario de la Cueva, Ciudad Universitaria).

PERIODICO, EL UNIVERSAL, SECCION CULTURAL.

## 21 de agosto de 1991

"¿Qué Siqueiros queremos?", es el nombre de la conferencia que dictará Cecilia Lazcano y Oraiba Castillo Nájera a las 19:00 hrs., en El Juglar (Manuel M. Ponce 233, Col. Guadalupe Inn).

En el ciclo "La comunicación en los albores del siglo XX, una lectura de medios", se presentan las conferencias "*Alternativas, el periodismo para el siglo XXI*", de Florence Toussaint, a las 11:00 hrs., y "*Alternativas para el comunicólogo en el siglo XXI*", por Alejandro Galindo a las 18:00 hrs., ambas se realizarán en la sala Fernando Benítez de la Facultad de Ciencias Políticas Y sociales de la UNAM.

PERIODICO, EL UNIVERSAL, SECCION  
CULTURAL

## 23 de agosto de 1991

"Pobre futuro para los estudiantes de Ciencias de la Comunicación", comentario de Alejandro Galindo Cano, durante su participación en el ciclo de conferencias, "La comunicación en los albores del siglo XXI, una lectura de medios", que se realiza en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, Además se mencionó que algunas escuelas privadas están orientando sus planes de estudio hacia una comunicación organizacional ya que una buena parte de los egresados de esta licenciatura sienten vergüenza de su carrera y piensan que si no se emplean en radio, televisión o prensa, no la

hicieron, pero la comunicación se puede ejercer en muchas partes "si somos buenos".

PERIODICO, EL UNIVERSAL, SECCION  
CULTURAL



## **Las Propuestas de CONTRASTES**

**-ESTADISTICA**

**-MEMORIA**

**-MANUAL DE ORGANIZACION**

# **Capítulo**

## CAPITULO 4

### Las propuestas de "Contrastes".

A raíz del evento de la generación del octavo semestre de la carrera en Comunicación Gráfica, "CONTRASTES", se sintió la necesidad de lograr una mayor participación por parte de los alumnos, por un lado, y de las autoridades por otro. Como parte de esta motivación elaboramos un manual de organización, donde se explican los pasos a seguir durante la planeación y realización de eventos de este tipo. También se elaboró una memoria del evento. La que se diseñó a manera de revista y en la que aparecen las imágenes y citas características de cada día.

La presentación de anexos en esta tesis obedece a dos propuestas:

La primera es que dentro de nuestro proyecto incluímos la elaboración periódica de una revista que contenga la memoria gráfica y escrita de cada evento que organicen los alumnos de 8o. semestre de la carrera de Comunicación Gráfica. Su periodicidad estará sujeta, lógicamente, a la regularidad con que se presenten dichos eventos.

Su diseño, contenido y distribución quedará sujeta a la decisión de quienes se encomienden a su realización. Sin embargo sugerimos que su diseño se apegue a la imagen gráfica que sostenga las actividades. Que su contenido sea la síntesis de los resultados del trabajo de los organizadores y

de la exposición de los invitados. Y que para su distribución se considere: la Dirección, la Secretaría Académica y la General, el Departamento de Difusión Cultural, la Secretaría Administrativa y la Biblioteca de la ENAP, como puntos primordiales.

La segunda es la elaboración de un manual de actividades, que tiene como fin primordial orientar a los alumnos que se enfrenten a la organización de eventos similares.

Ambos se presentan separados de la tesis porque su utilización y distribución serán distintas a las del resto del proyecto de investigación.

NOMBRE \_\_\_\_\_

SEXO \_\_\_\_\_ EDAD \_\_\_\_\_ ALUMNO REGULAR \_\_\_\_\_

I.1 ¿HAS TENIDO EXPERIENCIA DE TRABAJO POR MAS DE TRES MESES?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

I.2 ¿COMO CONSIDERAS TU CONOCIMIENTO DEL CAMPO DE TRABAJO EN COMUNICACION GRAFICA?

REDUCIDO \_\_\_\_\_ REGULAR \_\_\_\_\_ AMPLIO \_\_\_\_\_

I.3 ¿CONSIDERAS QUE ES UNA CARRERA LUCRATIVA?

POCO \_\_\_\_\_ REGULAR \_\_\_\_\_ MUCHO \_\_\_\_\_

II.1 ¿TE GUSTAN LAS MATERIAS DEL PLAN DE ESTUDIOS?

NINGUNA \_\_\_\_\_ SOLO ALGUNAS \_\_\_\_\_ TODAS \_\_\_\_\_

II.2 ¿COMO CONSIDERAS TU PREPARACION PARA AFRONTAR LOS RETOS DEL MERCADO DE TRABAJO PROFESIONAL?

MALA \_\_\_\_\_ ADECUADA \_\_\_\_\_ EXITOSA \_\_\_\_\_

II.3 ¿COMO CONSIDERAS LA ENSEÑANZA DE LA CARRERA EN RELACION A OTRAS ESCUELAS?

MALA \_\_\_\_\_ IGUAL \_\_\_\_\_ MEJOR \_\_\_\_\_

II.4 ¿SIENTES QUE EN TU FORMACION ACADEMICA HAY CARENCIAS CON RESPECTO A ALGUN AREA?

SI \_\_\_\_\_ CUAL \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

III.1 ¿COMO CONSIDERAS EL AMBIENTE DE LA ESCUELA?

MALO \_\_\_\_\_ REGULAR \_\_\_\_\_ BUENO \_\_\_\_\_

III.2 ¿CONSIDERAS QUE EXISTEN ACTIVIDADES DE DIFUSION CULTURAL EN LA ESCUELA?

NINGUNA \_\_\_\_\_ POCAS \_\_\_\_\_ MUCHAS \_\_\_\_\_

IV.1 ¿COMO CONSIDERAS LA MOTIVACION DE TU GENERACION PARA PARTICIPAR EN EVENTOS DE DIFUSION MASIVA?

NULA \_\_\_\_\_ MEDIANO INTERES \_\_\_\_\_ ENTUSIASTA \_\_\_\_\_

COMENTARIOS

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## LAS PROPUESTAS DE CONTRASTES

### Estadística

Con la finalidad de conocer el nivel motivacional que provoca en la comunidad de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, la realización de eventos por cuenta del alumnado, el sondeo de la difusión cultural de la escuela y la influencia de "Contrastes", se realizó una encuesta a los alumnos del octavo semestre. La cual derivó los siguientes resultados:

**TOTAL DE ALUMNOS DE OCTAVO SEMESTRE :180**

**ENTREVISTADOS 57 equivalente al 31%**

**Edades entre 21 y 22 años.**

I.1. Según los resultados que arrojó la encuesta, en promedio, es casi igual la cantidad de alumnos que ya ha tenido experiencias de trabajo, que los que no las han tenido. Esto, en parte, puede deberse a que o no necesitan trabajar (como necesidad económica) o no tienen tiempo, o simplemente es temor a enfrentarse con el mercado de trabajo profesional, ya que muchos maestros les crean ese temor con diversos comentarios y no se sienten capacitados como para experimentar ellos mismos que tan difícil es o si realmente lo es.

I.2. La mayoría de los estudiantes, antes de egresar de la carrera, no tienen una idea clara del campo de trabajo. El conocimiento se reduce a los comentarios de profesores o compañeros ya egresados, como ya se había mencionado, pues durante los cuatro años que dura la licenciatura puede decirse que son nulos los trabajos con carácter real y que tengan una verdadera aplicación, y la información que se brinda sobre este punto es muy poca.

I.3. A pesar de que se tiene la idea de que la carrera es muy lucrativa los hechos suelen indicar lo contrario. Es difícil abrirse paso en el mercado competitivo, a menos que se tenga la suficiente capacidad para buscar trabajo y saber valorarlo.

II.1. No todos los alumnos están conformes con el plan de estudios, sin embargo, pocas veces lo externan. Se debería evaluar periódicamente la efectividad del plan de estudios, para saber si lo que se enseña concuerda con las necesidades que tendrán que enfrentar los alumnos al dejar la escuela e integrarse a la sociedad laboral, a su nivel de calidad y a su ritmo de trabajo.

II.2. La preparación que se brinda en la escuela, si bien no es perfecta, es la adecuada para afrontar de entrada los retos del mercado de trabajo. No debemos olvidar que es totalmente diferente la preparación que se da en la escuela a los trabajos "reales". Sin embargo, se cuenta con las bases para enfrentar cualquier proyecto, el resto es responsabilidad de cada uno el continuar con el estudio después de continuar la carrera.

II.3. La enseñanza con respecto a otras escuelas es igual aunque en el campo profesional más que lo aprendido en las aulas cuentan la creatividad, la capacidad de adaptación y la disposición para conducir un proyecto.

II.4. De los estudiantes encuestados sólo una mínima parte manifestó no tener carencias en cuanto a formación académica. Esto indica que hay problemas ya sea con respecto a los planes de estudio o a la calidad de los profesores. Un 44% siente deficiente la enseñanza del diseño, el 32% en computación, el 13% en tipografía y el 11% en audiovisuales. Aunque estas carencias también están en función de los intereses individuales de los alumnos entrevistados, pero no dejan de ser muy específicas las áreas que se consideran primordiales y al mismo tiempo con problemas de nivel académico, por lo tanto profesional.

III.1. Para la mayoría el ambiente de la escuela es bueno. Esto depende del carácter de cada estudiante, de su educación o de sus aspiraciones, pero, como sea, la etapa escolar es una de las más importantes ya que durante este lapso es cuando se hacen muchas de las mejores amistades, se define el carácter y se está en una constante retroalimentación e intercambio que es trascendente para la conformación de un ser humano.

III. 2. A pesar de que están en una escuela de arte, diseño y comunicación se ha caracterizado por su poca actividad cultural, afortunadamente en los últimos meses ha habido un resurgimiento, una mayor difusión y participación por parte de los alumnos, lo

cual es importante para su formación académica.

IV.1. Por la falta de eventos y por consiguiente de motivación, el interés de la generación es mediano en cuanto a su realización, pero con el apoyo adecuado, se puede sacar lo mejor de cada uno y obtener resultados de buena calidad.

### Comentarios.

Una constante en las respuestas fue la falta de motivación, tanto de la escuela en general, como de los maestros para con los alumnos. Si no se les hace sentir que su participación tendrá una cierta trascendencia, es muy probable que no exista una respuesta de los estudiantes. Ellos quieren sentirse parte de una comunidad, de un grupo que represente el diseño y la comunicación gráfica en México, tener contacto con otras universidades, lo cual puede ser un intercambio muy valioso.

También es preocupante la necesidad que se tiene por estar en contacto con el campo real de trabajo. A los alumnos, ésto les evitaría muchos tropiezos innecesarios y les daría una mayor seguridad, por lo que sería conveniente hacer una revisión del plan de estudios de acuerdo a los verdaderos requerimientos de la comunidad universitaria para enfrentarse con el campo de trabajo.

## NOTA ACLARATORIA.

La presentación de anexos en esta tesis obedece a dos propuestas.

La primera es que dentro de nuestro proyecto Incluímos la elaboración periódica de una revista que contenga la memoria gráfica y escrita de cada evento que organicen los alumnos de 8o., semestre de la carrera de Comunicación Gráfica. Su periodicidad estará sujeta, lógicamente, a la regularidad con que se presenten dichos eventos.

Su diseño, contenido y distribución quedarán sujetos a la decisión de quienes se encomienden a su realización. Sin embargo sugerimos que su diseño se apegue a la imagen gráfica que sostenga las actividades. Que su contenido sea la síntesis de los resultados del trabajo de los organizadores y de la exposición de los invitados. Y que para su distribución se considere: la Dirección, la Secretaría Académica y la General, el Departamento de Difusión Cultural, la Secretaría Administrativa y la Biblioteca de la ENAP, como puntos primordiales.

La segunda es la elaboración de un manual de actividades, que tiene como fin primordial orientar a los alumnos que se enfrenten a la organización de eventos similares.

Ambos se presentan separados de la tesis porque su utilización y distribución serán distintas a las del resto del proyecto de Investigación.

## CONCLUSIONES

Aunque CONTRASTES contó con las características de una licenciatura específica no fue un acontecimiento aislado del ambiente universitario.

Tanto CONTRASTES, como su antecesor "A la vanguardia en comunicación gráfica", fueron el resultado de una respuesta a la actividad de difusión que se desarrolla en diferentes facultades.

El propósito de promover el quehacer de una profesión que por diferentes circunstancias se encuentra aislada del resto de la comunidad de la UNAM, no es tarea fácil, y mucho menos si se piensa que en la gran mayoría de las facultades y escuelas de la Universidad existen antecedentes muy concretos de actividades de difusión que llevan a cabo los mismos alumnos. Tan es así que, en muchas dependencias hay actividades institucionalizadas en las que el trabajo y la participación de los estudiantes resulta determinante.

Ciertamente es paradójico que en una Escuela de Artes Plásticas no se desarrollen actividades de difusión que sean realmente trascendentes, al menos en lo que a diseño gráfico se refiere.

Quizás haya sido precisamente este factor el que hizo de CONTRASTES un evento realmente importante, que por su intensiva difusión y su acertada continuidad atrajo a un numeroso público, incluso ajeno a la escuela.

Por consiguiente, el gran significado y el impacto que tuvo CONTRASTES no surgió de la nada ni se dio por causas azarosas. Indudablemente CONTRASTES fue una carta de presentación para la escuela de Diseño y Comunicación Gráfica de la UNAM. Creció dentro de la primera para ubicarse en el ámbito cultural de la segunda. Además, CONTRASTES, no fue un evento aislado, sencillamente constituyó la conjunción de intentos fracasados, de ideas ilusorias y de planes postfechados, que tomaron forma y color con el empeño de un grupo de jóvenes entusiastas.

Calidad, reflexión y motivación fueron algunas de las características de CONTRASTES. Mismas que lo conformaron como un evento para competir con cualquiera de los otros que ya con regularidad se dan en Universidades que imparten la licenciatura de Diseño Gráfico. ¿La diferencia?, que fue apenas CONTRASTES el despertar de esta necesaria proyección. Bajo estos parámetros, nuestra tesis expone los eventos de difusión en otras escuelas como opciones de disertación, y no como proyectos insuperables.

Por otra parte al hablar de la difusión de la cultura visual, debemos contemplar los Encuentros de la Asociación de Escuelas de Diseño Gráfico, como una nueva opción que pone al alcance de un sector importante del diseño, los estudiantes, la oportunidad de acercarse e interactuar con el universo gráfico. Sin embargo, queda por encontrarse el vehículo idóneo para que la ENAP pueda tener dentro de estos Encuentros la participación

que le hubiera correspondido desde sus inicios.

Las principales particularidades de la organización de Contrastes fueron por una parte, la rigurosa y puntual asignación de tareas y por otra el trabajo individual dirigido a resultados colectivos, fue por lo anterior que Contrastes se convirtió en el mensaje a traducir visualmente. Existieron necesidades específicas tales como crear una imagen que identificara al suceso por sí mismo, que englobará a los temas en uno solo y que además plasmará quienes eran los que organizaban. Por tanto fue necesario crear un conjunto de medios de difusión impresa que incluyera a la unidad y a sus partes, en otras palabras, crearle al evento una identidad gráfica.

También se requirió apoyar por diferentes medios (audiovisuales, escenográficas, museográficas, etc), a las partes técnicas y demostrativas. Siendo esta reunión de métodos la que conformaba, fabricaba, distribuía y relacionaba a CONTRASTES. Cubriendo así exigencias prácticas que fueron usadas para llegar a un fin determinado. Articulando con todo lo anterior la expresión estética que define a la Comunicación Gráfica.

Por tanto resulta invaluable el resguardo de todos los documentos, del material gráfico, de algunos audiovisuales y videos así como de diversas entrevistas hechas a organizadores, público asistente y ponentes, que se llevó a cabo como parte de este trabajo. La recolección e interpretación de la información recabada imprimieron a nuestra tesis una

personalidad especial, dando un carácter de análisis y reflexión primordialmente, sin dejar de sustentarnos en los aspectos metodológicos, base de toda investigación.

Además se cumplió con el cometido primordial de la licenciatura: comunicar, es decir, emitir un mensaje, en este caso el ciclo de conferencias y el trabajo que lo sustentó; para que llegara a un receptor: el público invitado y el asistente, quién lo asimiló y emitió a su vez un nuevo mensaje, que fue su asistencia, su participación y comentarios y su actitud después del evento.

Una particularidad más fue la del carácter interdisciplinario. Las actividades realizadas en torno a conformar y exponer a CONTRASTES fueron muy variadas, abarcando algunas de las muchas opciones que se tienen al ser un trabajador de la Imagen visual.

Así "Flor de Inspiración" fue el pretexto para enfrentar diferentes puntos de vista acerca del papel que ha fungido siempre la mujer como sujeto de inspiración en el cine y la fotografía. "Contrastes museográficos" buscaba encararse con un campo de la gráfica poco comprendido y explotado. "Realidades: el diseño y la comunicación gráfica hoy" dio la oportunidad de interrelacionarse con los dedicados a la enseñanza del diseño en escuelas diferentes a la nuestra, así como con los que aprenden el diseño en esas escuelas. "Dirección de arte", motivó el análisis y la reflexión sobre la controversial y atractiva idea de convertirse en director de arte. "La historieta", creó un espacio para reconocer el

relevante papel educativo y cultural que tiene uno de los medios más antiguos de recreación. "Rock e Imagen" brindó la opción de pensar en la radio como un medio donde la gráfica puede jugar un papel interesante y donde la concepción de imágenes tiene un proceso diferente y seductor. "Imagen y erotismo", reafirmó el sabido matrimonio que existe entre el discurso del amor con la expresión plástica. Y, finalmente, "Humor en la T.V. a pesar de todo", mostró la diferente y conflictiva realidad que se vive en un medio al alcance de casi toda la población, en el que además de creatividad debe mostrarse calidad.

Nos dimos a la tarea de buscar la manera de llevar CONTRASTES más allá de los comentarios. ¿Los resultados? El primero, la realización de una encuesta, que dejó garantía de las necesidades y expectativas de los alumnos que vivieron CONTRASTES como un reto inmediato. En segundo término, el compromiso ineludible que cumplimos al dejar una memoria digna del evento que rompió con la monotonía de la vida estudiantil de la ENAP, y por último, una valiosa legación: la experiencia de la organización de CONTRASTES que, ordenada y criticada objetivamente, quedó en un manual de actividades que podrá servir, y de hecho ya lo hizo con MANABTAH, como base en la organización de eventos venideros.

Por último, la satisfacción de haber provocado una constancia y un atareado ambiente cultural en la comunidad gráfica de la ENAP, es una de las experiencias más gratificantes que nos deja nuestra tesis.

## FUENTES DOCUMENTALES

- Archivo de la organización de CONTRASTES.
- Archivo del Departamento de Difusión Cultural de la ENAP.
- Plan de estudios de las carreras: Diseño Gráfico y Comunicación Gráfica.
- Folleto y apuntes personales sobre el Primer Encuentro de Escuelas de Diseño Gráfico.
- Documentos de la Asociación de Escuelas de Diseño Gráfico en Instituciones de Enseñanza Superior de Diseño y Comunicación Gráfica.
- Organó informativo de la Escuela de Diseño de la Universidad Anáhuac. Agosto 91 a Marzo 92.
- Revista Tiempo Libre, publicación del 3 al 9 de octubre de 1991, páginas 4 y 5
- Material de Difusión del Segundo Encuentro de Escuelas de Diseño.
- Material de Difusión del Evento "A la vanguardia en la Comunicación".
- Video realizado en el Segundo Encuentro de Escuelas de Diseño.
- Archivo fotográfico y de video de CONTRASTES
- Publicación experimental ENAPOYO
- Relatoría de la Semana de CONTRASTES
- Entrevistas a:
  - Lic. Abelardo Rodríguez, Presidente de la Asociación de Escuelas de Diseño.
  - L.D.G. Miguel Ángel Aguilera, Director de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Simón Bolívar
  - Asistentes a "A la Vanguardia en Comunicación Gráfica"
  - Lic. Bruno de Vecchi, Coordinador de la carrera en Diseño de la Comunicación Gráfica en la UAM Xochimilco.
  - Estudiantes de 2 distintos semestres de la Universidad Intercontinental
  - Coordinador del Área de Diseño de la Universidad Iberoamericana

## FUENTES HEMEROGRAFICAS.

- GACETA DE LA UNAM DE LOS DIAS 26 Y 30 DE AGOSTO .
- PERIODICO EXCELSIOR, SECCION CULTURAL DEL DIA 27 DE AGOSTO
- ENCUESTAS APLICADAS A LOS ALUMNOS DE OCTAVO SEMESTRE DE LA CARRERA EN COMUNICACION GRAFICA, GENERACION 89-92.

# CON TRASTE

*visión en movimiento*



Introducción	3
Inauguración	4
Flor de inspiración	6
Contrastes museográficos	8
Realidades: el Diseño y La Comunicación Gráfica hoy	10
Dirección de arte	14
Historieta	16
Rock e imagen	20
Imagen y erotismo	22
Clausura	26
Participantes	28



SECRETARÍA  
ACADÉMICA  
Escuela Nacional de  
Artes Plásticas

*Folleto De Origen*



Uno de los principales objetivos para la realización de este evento fue la responsabilidad que sentíamos al ser estudiantes del último semestre. No podíamos salir sin retribuir algo de lo mucho que nos había dado nuestra escuela.

No significa que no estuviéramos satisfechos, fue sólo que deseábamos abrir un nuevo ámbito hacia la cultura comunicativa, pues la ENAP ha sostenido su bicentenario tradición en una raíz fundamentalmente artística.

Queríamos que se siguiera reconociendo al artista, pero también que se considerara la creatividad del comunicador y el diseñador gráfico.

Como la carrera de Comunicación Gráfica es relativamente nueva, no podemos negar la influencia artística que recibimos de nuestra disciplina. Constituir una base estética no ha sido tarea fácil. Concebimos nuestra profesión como el arte de transformar las ideas en imágenes. Es tocar el campo de la comunicación de una forma delicada, olvidándonos un poco de la

palabra, expresándonos en un lenguaje visual.

Nosotros, los comunicadores gráficos, no somos artistas de sí mismos, no vamos a ofrecer una obra personal. Tratamos de servir como vehículo de la cultura, no intentamos ser la cultura misma.

El concepto bajo el que se constituyó CONTRASTES se fundó en hacer diseño y trabajo gráfico alrededor de quien hace cultura.

Nuestra intención fue que este evento trascendiera a las futuras generaciones para que lo superen y se logre una tradición anual que permita a la ENAP abrir puertas hacia la realidad profesional.

Resultó motivo de alegría y compromiso finalizar nuestros estudios. Aquí se albergaron sueños, ilusiones y, sobre todo, se encontró un campo de creación y autoestímulo.

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100



# INAUGURACION

Previo a la inauguración el mtro,  
Bejamín Sánchez dirigió unas  
palabras al público.

Era el momento de comenzar con  
la esperada semana.

El conjunto de esfuerzos estaba a punto de dar frutos. Era el momento de empezar con la esperada semana; de demostrar el trabajo que había detrás de tres meses de actividades.

Intenso ambiente se vivía en el auditorio. El ajuste de detalles seguía provocando nerviosismo. Los organizadores, todos presentes y bien preparados, dieron la bienvenida al público.

Un armónico desfile de imágenes que resumía los temas de CONTRASTES traía a la memoria recuerdos e ilusiones de nuestra trayectoria en la E.N.A.P. El ritmo de la música contagiaba la emoción a todo el auditorio, provocando seguridad y entusiasmo en los organizadores. Fuertes aplausos reforzaron la emoción.

La presencia del Director de la Escuela fue el pretexto ideal para hacer la inauguración formal de CONTRASTES. El Maestro José de Santiago Silva reconoció la importante labor realizada por la generación y se manifestó honrado de compartir esa nueva experiencia para la comunidad de la E.N.A.P.

Los grandes momentos tienen una inspiración y en esta ocasión un miembro de la generación expresó, en nuestro nombre, un mensaje de admiración al Maestro Rufino Tamayo, representante de la plástica mexicana.

Así mismo otro representante dirigió al público, el sentir de nuestra generación, subrayando el compromiso adquirido al proyectar a nuestra Escuela.

FLOR DE INSPIRACION  
LA MUJER EN EL CINE Y LA FOTOGRAFIA



FLOR DE INSPIRACION  
FOTO  
&  
CINE

Momentos previos a la  
conferencia.

El público escuchó atentamente a  
los conferencistas.

Caras conocidas y escenas singulares enmarcadas por abundantes flores sirvieron de escenario a las imágenes femeninas que han acompañado e inspirado a artistas a lo largo de la historia.

Juan Mora, Víctor Monroy y José de Santiago dieron sus muy particulares puntos de vista acerca de la mujer como musa y como creadora de arte.

El tema de la mujer posee una importancia esencial dentro del arte cinematográfico y en la fotografía. El cine no tiene límites ni fronteras, remite al ser humano a tiempos y lugares lejanos. La fotografía fija instantes vivenciales y emotivos como huellas indelebles.

En ambos se conjunta magia, sueño y poesía se encuentran conceptos que llevan implícita la femineidad: la naturaleza... la vida... la muerte... la madre... la fertilidad... la luz... la pasión... la sensualidad...

## CITAS:

"Encuentro en los mitos prehispanicos la idea de la madre que justifica el poder, que también viene a ser como el centro de cohesión de una cultura... aparición del hombre justificado bajo esta imagen femenina". Juan Mora.

"Yo me opondría a la definición de la mujer como objeto de inspiración, pues creo que la mujer es inspiración para el que bebe de ella, como el hombre es inspiración para la mujer que beba de él, o como la pareja homosexual es inspiración recíproca". José de Santiago

"No se trata, en el caso de los fotógrafos, de denigrar a la mujer ni tampoco mitificarla, sino que con ella y a través de ella, lograr recrear los conceptos que llevan implícita la femineidad, la naturaleza, la madre, la fertilidad, la muerte, la luz, la mar, la inteligencia, la pasión, la sensualidad, la razón y otros". Víctor Monroy.



CONTRASTE  
Museográficos

Dos integrantes de la generación  
dieron la bienvenida.



Se externaron diferentes puntos  
de vista.

Para poder hablar de "museografía, hay que tener presente que "museo" es el lugar donde se almacena parte de la memoria física y tridimensional de la humanidad, lamentablemente en muchos casos los objetos expuestos son sacralizados, provocando temor o timidez en el espectador, impidiendo el conocimiento y análisis del pasado.

Es responsabilidad de los especialistas, incluyendo los profesionales del diseño y la comunicación, aportar elementos para hacer de los museos verdaderos centros de enriquecimiento cultural y no sólo un lugar de paso donde el espectador observa pasivamente sin aportar ni recibir nada.

Nuestros invitados, Miguel Alfonso Madrid; Mauricio Rivera, Ofelia Martínez y Renato González Luna abordaron la labor de los museógrafos desde distintos ángulos, destacando la trascendencia sociocultural de estos recintos y el trabajo interdisciplinario a que se ven sometidos dichos especialistas.

## CITAS

"En muchos casos los objetos son sacralizados, se les da un valor que no tienen, siendo ese valor la consecuencia de que una élite quiera imponer sus valores a los espectadores". Renato González Luna

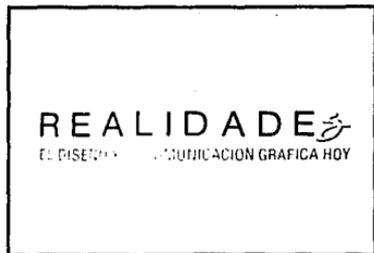
"Es labor del diseñador adecuar el tipo de puntaje, color, fuente, etc; para que los textos sean un puente entre el espectador y la exhibición y no una barrera". Mauricio Rivera.

"En una exposición hay elementos de tipo ritual, lúdico y didáctico que siempre intervienen en mayor o menor grado dependiendo del tipo de museo". Ofelia Martínez.

"En un principio un museo era el recinto donde se reunía la memoria tridimensional y física de la humanidad, sin embargo comienza a tomar funciones para las cuales no fue diseñado". Miguel A. Madrid.

# REALIDAD

EL DISEÑO Y LA COMUNICACION GRAFICA HOY

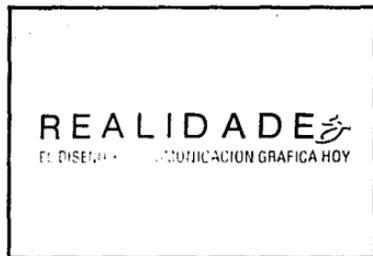


Los ponentes universitarios

Detalle de la escenografía

# REALIDADES

EL DISEÑO Y LA COMUNICACION GRAFICA HOY



Los ponentes universitarios

Detalle de la escenografía

Recurrir al punto de vista de profesionales con mucha experiencia y a quienes comienzan en el campo del diseño y la comunicación gráfica, hablar sobre la importancia que tiene la investigación, el papel que desempeña y debe desempeñar el diseñador respecto a los cambios que vive nuestro país, fueron el pretexto para crear esta conferencia.

Jaime Cortés, Abelardo Rodríguez, Adrián Flores, Francisco Fuentes Miguel Angel Aguilera y Jorge Guzmán miembros de la ASOCIACION DE ESCUELAS DE DISEÑO GRAFICO, nos ayudaron a resolver dudas acerca de nuestra identidad como diseñadores mexicanos en búsqueda de un estilo propio y representativo de nuestra cultura. Así mismo nos cuestionaron acerca de nuestro profesionalismo "¿somos diseñadores de seis o de cuarenta y ocho horas?, ¿estamos conscientes de la responsabilidad de tener en nuestras manos la posibilidad de cambiar ideologías, hábitos, educar o deseducar a la gente?"

## CITAS

"Un diseñador se forma con la idea de ser un vendedor de ideas, pero el diseñador llega y tiene el impacto en la sociedad en función de lo que quiere hacer con sus mensajes, con las propuestas. En este sentido, habló de las alternativas de aplicación y el desarrollo social del diseñador y la comunicación significa buscar otros espacios, no sólo los espacios comerciales". Jaime Cortés

"Históricamente se suponía que el que tenía habilidad para dibujar podía ser un diseñador, ahora afortunadamente, el proceso nos está diciendo que lo que queremos es gente gestadora, gente que tome las decisiones, gente que organice, y estoy hablando de una persona que tenga la actitud, la información y los conocimientos suficientes para tomar una decisión en la gestación de un mensaje, y eso no es diseñar es planificar, es tomar una decisión".  
Abelardo Rodríguez

"El diseño gráfico no es nada más diseño gráfico, es un proceso de comunicación resuelto de un modo gráfico".

Francisco Fuentes.

"Desafortunadamente, y esto lo digo sólo en clases, somos diseñadores de 6 horas al día y a veces incluso hasta menos. El compromiso, decimos, es de 48 horas.... profesión compleja, profesión difícil, profesión golpeada, a veces injusta, que no es entonces fácil de poderla manejar".

Adrián Flores.

"Algo que sí he aprendido en la Universidad Iberoamericana, y en este tipo de mesas, ... es que tenemos una gran responsabilidad como diseñadores, como educadores de mucha gente que al no saber leer ven imágenes"

Estudiante UIA.

"Se debe hacer un diseño de conciencia, conciencia es pensar más como humanos, pensar como consumidor, y esto no es una nueva forma de diseñar, sino una nueva forma de vivir".

Estudiante ENEP Acatlán.

"Dentro de esta realidad postmoderna somos más manipuladores de imágenes que creadores".

Estudiante UAM Xochimilco

"Debemos encauzar nuestro diseño a la educación y a lo que implica nuestro contexto como sociedad mexicana".

Estudiante ENAP.

Para la realización de este evento fue muy importante la colaboración del Profesor Eduardo Soto a quien agradecemos la motivación hacia esta generación.

A don Miguel (el cafenauta) por todo el cariño y esfuerzo que nos ha dado. Gracias.

Agradecemos la ayuda prestada durante la realización de este proyecto:

- Comisión audiovisual.
- Departamento de Difusión Cultural.
- Departamento de Diseño
- Departamento de Intendencia (vigilancia, carpintería, limpieza, etc.)



En esta ocasión la escenografía estuvo enmarcada por un gran tablero de ajedrez que, metafóricamente, hacía referencia a la serie de pasos, procedimientos y estrategias que son necesarios para tener un desarrollo y resultado óptimos.

Como director de arte se denomina a la persona encargada de organizar las actividades de un departamento de arte o diseño gráfico, pero, para llegar a este punto es necesario aprender y desarrollar muchas habilidades, para poder después dirigir, y sobre todo ser muy creativo.

Como creatividad se entiende el arte de pensar y de hacer, es decir, saber percibir el mundo que nos rodea, analizarlo y obtener como resultado un proyecto.

Y para hablar de este tema estuvieron tres personas altamente creativas: Federico Banegas, Francisco Montero y Jaime Reséndiz, quienes mediante anécdotas profesionales nos situaron en la realidad que se vive al entrar al campo de trabajo y los pasos que se deben seguir en caso de

querer llegar a ser un director de arte, lo cual no es nada fácil ya que se requiere voluntad y esfuerzo para lograrlo.

## CITAS.

"La creatividad es para mí el arte de pensar. Talento es el arte de hacer, el buen creativo es el que sabe pensar y yo lo divido en cinco puntos: percibir, observar, imaginar, razonar y proyectar lo imaginado".  
Francisco Montero

"Un director de arte es un coordinador de talentos y debe buscar experiencias cuantitativas y cualitativas".  
Jaime Reséndiz

"Lo más importante es la creatividad, la libertad de nuestra mente, tratemos de plantearnos desde el principio un resultado profesional". Federico Banegas



## LA HISTORIETA

Su significativo silencio dió la bienvenida.



Se hicieron propuestas para el enriquecimiento de la profesión.

Como una página de cómic, la escenografía recibió al público, invitándolo a formar parte de una aventura más. El foro representaba una calle de cualquier barrio de la ciudad, con sus casa, sus misceláneas, su pulquería y su tradicional puesto de revistas. Los que circulaban en esa calle eran los personajes más destacados de la historieta mexicana, entre los que estaban los creados por los invitados.

En México, la historieta ha ocupado y ocupa actualmente un lugar importante en el renglón de la cultura. Es una manifestación artística que juega un papel recreativo en la educación colectiva de los mexicanos. Muchos la han calificado como el fenómeno sociológico y cultural del siglo XX.

Sin embargo, para el artista gráfico, es difícil desenvolverse en este medio, ya que la industria editorial constituye todo un monopolio, además de que es constantemente acosado por la censura.

Este y otros problemas se plantearon durante la charla con Ricardo Peláez, Sixto Valencia, Francisco Ortega y Rafael Barajas "El Fisgón", quienes se despidieron de sus admiradores dibujando algún episodio de sus famosas creaciones, dejando así un recuerdo material de su presencia.

## CITAS

"Si hay algún otro símbolo patrio que festejar los 15 de septiembre, o cualquier otro día, es justamente la historieta. Porque no sólo nuestro pueblo tiene unas ancestrales tradiciones visuales, sino porque además es el único medio por el que millones de gentes se acercan diariamente a la lectura en nuestro país".  
Ricardo Peláez.

"Quiero que se den cuenta de lo que es que de una historieta ya en decadencia se vendan 70 mil ejemplares les mucho!. Yo quiero saber cuando Octavio Paz, en pleno

auge, ha vendido 70 mil ejemplares, aquí en México... Estamos frente a la industria editorial más poderosa del país y ciertamente una de las más sólidas en Latinoamérica". Rafael Barajas (El Fisgón)

"Los lectores de historieta se acercan al 35% de la población, cifra que supera a los lectores de libros, que oscila entre el 3% y el 5%. Este es el fenómeno psico-

lógico-cultural más sorprendente del siglo, ya que forma parte importante de las lecturas recreativas de un amplio sector de la población". Francisco Ortega.



Logotipo realizado para la ENAP a raíz de CONTRASTES

LA  
LA  
LA  
LA  
LA  
LA  
LA



LA

LA  
LA  
LA  
LA  
LA



# ROCK E IMAGEN

La magia de la radio,  
Provocación de imágenes en la  
mente

Una gigantesca grabadora recibió  
a los invitados.

El pasaporte de entrada al medio auditivo lo dió la radiodifusora Rock 101, popular estación que ha tenido gran aceptación entre el público de todas las edades y que ofrece una amplia gama de opciones. Los locutores Jordi Soler y Jaime Pontones, salieron de la caja oscura para presentarnos la otra cara de la radio.

La magia de la radio consiste en que ésta provoca imágenes en nuestra mente, las cuales al presentarse tal como son suelen decepcionar al espectador. Así mismo, en la imagen radiofónica no tiene vital importancia la belleza de la voz sino el contenido de su mensaje. De ahí deriva la importancia que tiene para un grupo o solista de Rock el crearse una imagen, la cual contribuirá a su beneficio o deterioro y deberá reflejar su momento dentro de la cultura y la sociedad.

Por todo lo anterior es importante para los comunicadores gráficos aprender a

traducir visualmente las sensaciones de sus cinco sentidos y crear nuevas formas de expresión.

### CITAS:

"La voz provoca una imagen en el concepto de la gente que a veces no corresponde con el físico... este es un problema completamente radiofónico". Jordi Soler.

"Igual que las palabras van generando imágenes la música también...". Jaime Pontones.



En medio de siluetas provocativas y luces tenues, se presentaron ante nosotros imágenes que hablaron de la fuerza y sensualidad que se encierra en todos los seres vivos como símbolos y que el aire que respiramos flota un algo que es parte de la esencia del ser humano: el erotismo como expresión creadora.

El erotismo es algo que no puede dirigirse o preescribirse, es un asunto que tiene una naturaleza ética, que se conduce según las vivencias de la época. Abordó los prejuicios de la liberación sexual de los 60's, condición que se agotó por carecer de perspectivas para el individuo y advirtió que la época en que vivimos es una encrucijada para la sexualidad y el erotismo.

Por ello el profesor Aceves Navarro se refirió a una imagen del medievo japonés, cuando la sensualidad se expresaba en dibujos. Así mismo, señaló que el erotismo puede darse a cualquier edad y no es necesariamente un asunto de jóvenes. Aceves Navarro lamentó la existencia de un erotismo utilitario en el que se explota la sensualidad humana para un fin por demás superfluo: el consumismo.

Por su parte Andrés de Luna, en una amplia exposición, advirtió al erotismo como un juego fundamentalmente imaginario y que requiere de ocasión, tiempo y espacio propicios. Criticó el uso que hace del erotismo la publicidad, encasillándola en una experiencia incompleta y sin objetivos.

## CITAS

"Consideró al erotismo cómo una cuestión sumamente íntima que va de acuerdo a la cultura y a la época en que se vive". Aceves Navarro.

"El verdadero crecimiento del ser humano es sólo en su propia capacidad de jugar con los sentidos y de conjugar sus

experiencias espirituales de amor con las expresiones más puras en el aspecto físico". Andres de Luna.

"El fenómeno del erotismo toma matices diversos. El erotismo no puede definirse, no posee un lenguaje propio, a pesar de que se sirve de varios lenguajes para su expresión". Fernando Castañeda.



**Escuela Nacional de Artes Plásticas**

# LA C U S A D A L



## HUMOR EN LA TV

Narraron diferentes aspectos  
vivididos por sus personajes.



La contagiosa alegría del mariachi  
hizo romper filas y desbordar los  
ánimos

Durante la última conferencia una alegre escenografía amenizó la plática de Ausencio Cruz y Víctor Trujillo. Entre globos y serpentinas, además de sus caricaturas, se dió en la clausura un verdadero festival cargado de emotividad.

En su charla con el público narraron diferentes aspectos vívidos por sus personajes, que son un reflejo de la sociedad en que se desarrollan la mayoría de los mexicanos.

Se habló de censura, de la carencia de buenos programas y buenos artistas.

La emotiva clausura no terminó con la partida de los invitados. La contagiosa alegría del mariachi hizo romper filas y desbordar los ánimos y la satisfacción por los resultados obtenidos después del arduo trabajo. Las canciones cantadas a coro por los organizadores y los abrazos de felicitación cerraron con broche de oro una de las pláticas más concurridas y el evento

que más trascendencia había tenido después de mucho tiempo.

### CITAS:

"Tan no hay actualmente estrellas que lo mejor de Televisa sigue siendo Pedro Infante". Víctor Trujillo.

"A pesar de que la oferta era tentadora, la pregunta obligada era ¿cuánto? y nunca nos preguntaron lo que queríamos hacer". Ausencio Cruz.



Grupo 8807: Lourdes Aguilar, Hugo Aguilar, Tere Almanza, Alejandro Alquiciras, Lizeth Arauz, Enrique Arzufi, Miguel Bolio, Esther Campos, Lourdes Castañeda, Ricardo Del Castillo, Gerardo Díaz, Marcela Ferra, Nancy Galves, Arturo García, Safia García, Terese Haselbarth, Graciela Hernández, Mayra Lazzarinni, Jessica Lizarraga, Inés Luna, Adriana Mancilla, Carlos Martínez, Vera Morales Alejandra Navarro, Norberto Olalde, Zuri Rodríguez, Mercedes Solís, Catalina Téllez, Rosario Ugalde, Fabiola Valdelamar, Alfredo Vargas, Magdalena Velazco, José Verduzco, Alejandro Calderón, Trinidad Mondragón.

Grupo 8808: Amada Aldama, Giovana Alvarez, José Luis Arellano, Verónica Alzate, Edgar Béjar, Eduardo Bello, Araceli Benítez, Magdalena Cruz, Adriana Durán, Francisco García, José Luis García, Elsa Garnica, Jorge Hernández, Carmen Hernández, Ricardo Hernández, Víctor Lovera, Víctor Luna, Verónica Maldonado, Ana Martínez, Aurora Méndez, Víctor Ménera, Ernesto Muñoz, Jorge Navarrete, Jorge Ochoa, Claudia Palma, Elena Pérez, Mirella Ponce, Mónica Ponce, Patricia Rubio, Patricia Santamaría, Gabriela Solís, Luz Ma. Sumano, Pedro Varela, Paul Grados.

Grupo 8809: Juan Alvarez, Ernesto Alce, Claudia Argüello, Rafael Arvizu, Elizabeth Beristain, Esther Campos, Ismael Carmona, Adriana Chávez, Lilia Escalona, Víctor Escamilla, Humberto Feria, Alma Hernández, Rolando Ferreira, Martha Figueroa, Margarita Fraga, Leticia Gil, Leticia González, Arturo Jalpa, Víctor Leal, Ismael López, Christopher Nava, Martha Nuñez, Alejandro Olguín, Claudia Ortiz, Jane Otero, Adriana Ramírez, Claudia Romo, Manuel Sánchez, Lorena Sandoval, Estela Valencia, Alfredo Valero, Antonio Vargas, Nicolasa Verduzco, Daniel Villar, Carina Márquez.

Grupo 8810: David Alvarrán, Liliana Andrade, Héctor Cárdenas, Alicia Carrasco, Leticia Enríquez, Alejandra Fajardo, Lilia Figueroa, José A. Esquivel, Verónica Fonseca, Cecilia Hernández, José Luis Jiménez Martín Miranda, Julio Murua, Olivia Quezada, Enrique Rodríguez, José Rodríguez, Luis Arturo Sánchez, Francisco Santoyo, Jesús Servín, Thelma Trejo, Eduardo Vega, Alejandro Velázquez, Adriana Villaseñor.



**Escuela Nacional de Artes Plásticas Xochimilco**  
**Amada Aldama Fabiola Valdelamar**  
**Adriana Durán Mercedes Solís**

Escuela Nacional de Artes Plásticas Xochimilco  
Amada Aldama Fabiola Valdelamar  
Adriana Durán Mercedes Solís



# MANUAL DE ORGANIZACION

*Basado en el evento*

**CONTRA** *ÉTE*



## INTRODUCCION

### 1 OBJETIVOS

### 2. ESTRUCTURA DE ORGANIZACION

- 2.1. COMITE ORGANIZADOR DEL EVENTO ANUAL DE LA COMUNICACIÓN GRAFICA.
- 2.2. COORDINACION POR GRUPO ACADEMICO

### 3. FASE DE PLANEACION

- 3.1. JUNTAS DE TRABAJO
- 3.2. NATURALEZA DEL EVENTO
- 3.3. CALENDARIO DE TRABAJO
- 3.4. ACTIVIDADES
- 3.5. ACTIVIDADES DURANTE LA SEMANA
- 3.6. MEMORIA GRAFICA Y ESCRITA

### 4. PROGRAMAS DE PLANEACION

- 4.1. PROGRAMA DE EXPOSITORES
- 4.2. PROGRAMA DE MUSEOGRAFIA
- 4.3. PROGRAMA DE DIFUSION
- 4.4. PROGRAMA DE FINANCIAMIENTO
- 4.5. PROGRAMA DE AUDIOVISUAL

### 5. RECOMENDACIONES

# INDICE

# RECOMENDACIONES



## RECOMENDACIONES

Hacer un inventario previo a la organización del evento, de los recursos humanos y materiales.

Pedir notas de todos los gastos

Reuniones quincenales con la coordinación general, o más seguido si es necesario.

Contar con un lugar de almacenaje.1

Tener una hoja de organización para cada día del evento.

Contar con personal encargado para recibir a los expositores.

Eváluar diariamente el proceso del evento.

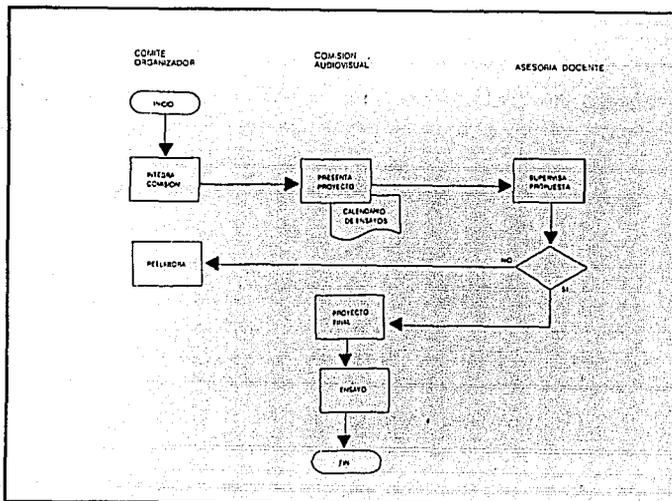
Preveer fallas en el sistema eléctrico.

Crear una comisión que evalué los trabajos para la exposición.

Que la comisión de audiovisual de generación esté conformada por gente acostumbrada a trabajar grupalmente y que de preferencia se conozcan entre sí.

## 4.5. PROGRAMA DE AUDIOVISUAL

Objetivo: Elaborar un audiovisual que servirá de introducción al evento.



# INTRODUCCION

Después de tres años y medio de permanencia en la escuela, la mayoría de los estudiantes han adquirido ya una cierta personalidad, resultado de la convivencia, experiencias y conocimientos, lo cual lo va perfilando el desempeño de su profesión.

Lamentablemente son pocas las oportunidades para llevar a cabo trabajos "reales" donde el alumno pueda medir su capacidad para enfrentarse a problemas tanto de diseño como de índole administrativa, es decir, organización de grupos, distribución del trabajo, de recursos económicos, etc.

De ahí que surja la necesidad de realizar eventos de difusión cultural dentro de la escuela, ya que éstos dan la oportunidad de aplicar lo aprendido, demostrar lo que se puede lograr conjuntamente, satisfacer las necesidades de expresión de los alumnos y de difusión interna y externa de la propia escuela.

La presente guía es una propuesta de organización para realizar eventos similares al que llevo a cabo la generación 88-91 en el octavo semestre de la carrera de Comunicación Gráfica. No se trata de un método que deberá ser cumplido al pie de la letra sino de un bosquejo de lo que podría ser

la organización de eventos posteriores, pues cada generación, grupo o persona tiene diferentes inquietudes y necesidades que buscan satisfacer en el momento de la realización de un evento de este tipo.

En ella se tratan temas como, organigramas de organización, programas operativos, descripción de un calendario de trabajo, elección de los temas, organización del trabajo grupal, etc. Así como una serie de recomendaciones que podrían ser de utilidad en la conformación de su propia organización.

El tomar la responsabilidad de proyectar a la Escuela Nacional de Artes Plásticas ante otras escuelas y demostrar el nivel académico que se tiene a través de un evento es un compromiso que esperamos se convierta en una tradición y que año con año se vaya superando ya es una gran satisfacción el poder aportar algo a la Universidad y a todos los que de alguna manera están vinculados con la Comunicación Gráfica.

Cabe mencionar que este manual ha tenido ya su primera aplicación. La organización de "Manabatah, Visión de lo Gráfico", estuvo fuertemente apoyado por esta propuesta de la Escuela Nacional de Artes Plásticas.



Escuela Nacional de Artes Plásticas

# OBJETIVOS

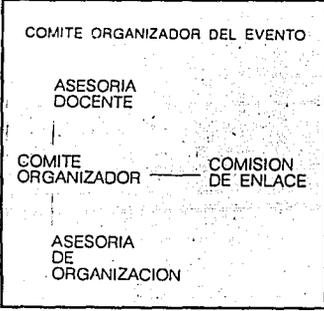
## 1. OBJETIVOS OBJETIVO GENERAL

Elaborar un programa que contenga los pasos básicos para la planeación, producción, desarrollo, y difusión de eventos que serán realizados por los alumnos de octavo semestre de la licenciatura en Comunicación Gráfica.

## OBJETIVOS PARTICULARES

1. Propiciar el trabajo interdisciplinario en la realización de este tipo de eventos.

cuadro 1



2. Destacar el papel de los comunicadores graficos en los diversos ambitos de la cultura.

## 2. ESTRUCTURA DE ORGANIZACION

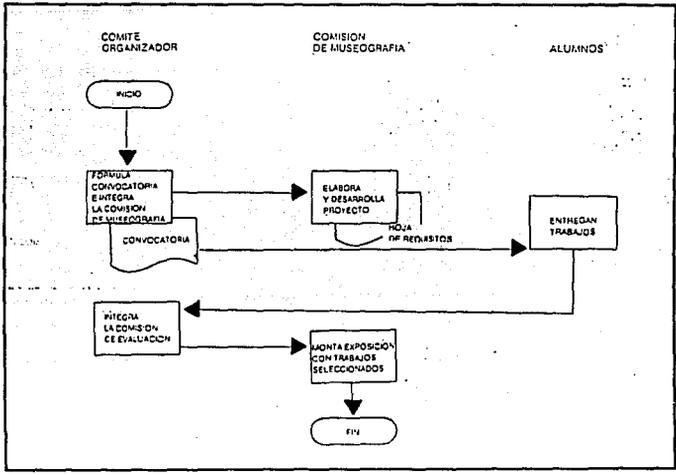
La realización del evento anual de la Comunicación Gráfica que involucra a todos los estudiantes que se encuentran cursando el octavo semestre de la carrera de Comunicación Gráfica. Para ello debe disponerse de formas de organización flexibles y adecuadas para su desempeño exitoso.

## 2.1. COMITE ORGANIZADOR DEL EVENTO ANUAL DE LA COMUNICACION GRAFICA.

Es la máxima autoridad en la realización del evento. Estará formada por los representantes grupales, los cuales serán elegidos por cada grupo académico, tomando en cuenta diversas características como: disponibilidad, creatividad, carácter, constancia, etc. Estas personas se encargarán de diseñar los programas que corresponden a toda la generación. (museografía, audiovisual y difusión). Finalmente externo si lo hay. Elaborar el calendario de trabajo y vigilar que cada grupo académico cumpla correctamente con las funciones que se le encomendaron.

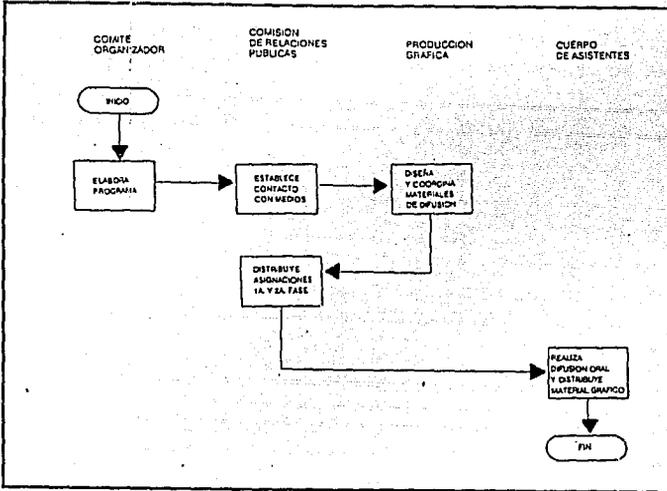
## 4.4. PROGRAMA DE FINANCIAMIENTO

Objetivo: Buscar la mejor forma de obtener ingresos ya que el evento en su mayor parte es costeado por los alumnos.



### 4.3. PROGRAMA DE DIFUSION

Objetivo: Promover de manera interna y externa el evento.



# ESTRUC. DE ORGANIZACION

## ASESORIA DOCENTE.

Estará conformada por el asesor de organización y el profesor encargado de la supervisión docente. Cada grupo buscará según sus requerimientos, un asesor que se encargará de supervisar la calidad del trabajo, resolver dudas técnicas entre otras cosas.

## ASESORIA DE ORGANIZACION

Cuerpo encargado de asesorar y supervisar el trabajo del comité organizador, vigilará que este órgano realice sus propósitos en estricto apego a las normas organizativas y al calendario de trabajo previamente establecido.

## COMISION DE ENLACE

Lo integra el representante de relaciones públicas y el cuerpo de asistentes. Su función consiste en apoyar a los coordinadores grupales y ser el vínculo de comunicación con los grupos académicos.

## 2.2. COORDINACION POR GRUPO ACADEMICO

Dado que la realización de un evento de esta magnitud requiere de mucha organización, una vez integrado el comité organizador éstos

tendrán la responsabilidad de su grupo académico en el cual se integrarán distintas comisiones que faciliten las labores.

## 2.2.1. COMISION DE RELACIONES PUBLICAS.

Llevará a cabo la promoción y la difusión, realizará el programa de invitados, tendrá a su cargo las relaciones internas e intergrupales, además de las externas. Sus integrantes deberán contar con disposición de tiempo.

## 2.2.2. FINANZAS

Comisión encargada de diseñar y llevar a cabo un programa de financiamiento, así mismo mantendrá un control de todos los gastos y dará un informe final.

## 2.2.3. COMISION DE PRODUCCION GRAFICA

Es la comisión encargada de realizar el trabajo gráfico que se le haya asignado al grupo académico (medios impresos). O bien los que cada grupo académico considere necesarios.

## 2.2.4. AREA DE ASISTENTES

Es la comisión que integra a las personas que

no tienen una asignación específica en las actividades previas al evento, pero que pueden auxiliar a cualquier comisión cuando se requiera. Durante la realización del evento conformarán el staff que se hará cargo de las instalaciones del auditorio.

### 2.2.5. ESCENOGRAFIA

Comisión encargada de dar imagen visual a las conferencias de cada día. Las personas que realicen esta labor serán asignadas por la comisión de producción gráfica.

### 2.2.6. INVITACION A LOS PARTICIPANTES

Se elaborará una invitación formal para los posibles expositores, comisionando a un grupo que además de llevar la invitación se encargará de darles una visión global de lo que será el evento y de lo que es el tema que se pretende que expongan, así como informarles quienes conformarán la mesa (cuadro de invitados).

### 2.2.7. CONFIRMACION DE INVITADOS.

En esta fase se deberá confirmar la asistencia de los expositores, brindándoles mayores facilidades para su traslado a la escuela.

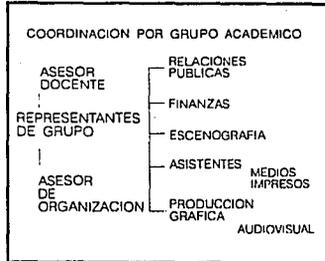
### 2.2.8. EVALUACION PREVIA.

Juntas de trabajo que se realizarán con el fin de reportar lo que se está haciendo, los avances, los problemas que se han presentado y sus posibles soluciones, para que pueda seguir avanzando con el proyecto de manera más ágil.

### 2.2.9. SELECCION DE CONDUCTORES

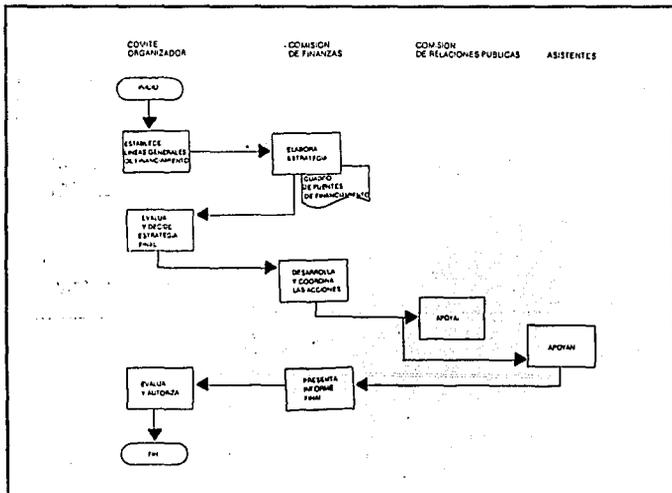
También se seleccionará a los conductores con el fin de dar una mejor imagen del evento. Se harán audiciones donde un jurado calificará aspectos tales como, presencia, dicción, capacidad de improvisación, cultura general, etc.

cuadro 2



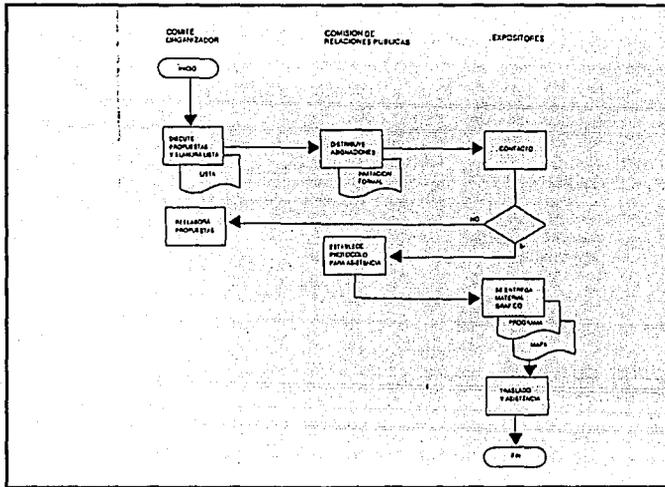
## 4.2. PROGRAMA DE MUSEOGRAFIA

Objetivo: Montar una exposición con los mejores trabajos realizados por los alumnos durante el último año de la carrera.



#### 4.1. PROGRAMAS DE EXPOSITORES

Objetivo: Seleccionar a los expositores de acuerdo a los temas.



# FASE DE PLANEACION

#### 2.2.10. PRIMERA FASE DE DIFUSION

Establecer contacto con medios, estrategias internas.

#### 3. FASE DE PLANEACION

Durante la fase de planeación se llevarán a cabo tareas que conformarán al evento en cuanto a organización interna, resolverán conflictos, determinarán la naturaleza del evento, elegirán los temas, etc.

Así mismo se establecerá un calendario de trabajo que permita una secuencia en la realización de actividades.

#### 3.1. JUNTAS DE TRABAJO DEL COMITE ORGANIZADOR

Periódicamente el comité organizador se reunirá para discutir las propuestas de sus grupos y decidir la naturaleza y desarrollo del evento. Además de que podrán reunirse independientemente.

Cuando esté determinado el carácter de las actividades se hará un reporte con una hoja de control (cuadro 2) que contendrá la asignación de funciones por cada comisión. Posteriormente en cada junta se llenará una minuta de los asuntos a tratar (cuadro 1), los procedimientos serán:

Propuestas  
Resolución  
Asignación

#### 3.2. NATURALEZA DEL EVENTO

La Comunicación Gráfica es la disciplina encargada de transmitir mensajes a través de imágenes, pero tomando siempre en cuenta la responsabilidad social que esto lleva consigo, ya que se relaciona con una gran variedad de expresiones culturales y de otra índole.

En base a los intereses de cada grupo se deberá determinar la naturaleza del evento, empezando por la elección del nombre, el tipo de actividades a realizar durante la semana (conferencias, mesas redondas, exposiciones, etc.). Los temas y los expositores deberán escogerse cuidadosamente ya que deben estar dentro del contexto que se ha señalado.

A cada expositor se le expondrá de manera clara y con la debida fundamentación teórica los puntos que se desea trate en su ponencia, de tal forma que siga un lineamiento enfocado a orientar y resolver las dudas de los alumnos.

#### 3.3. CALENDARIO DE TRABAJO

Uno de los aspectos principales para una buena organización es la elaboración de un calendario

de trabajo, donde aparezcan las actividades a desarrollar, ordenadas de manera secuencial y distribuidas en base al tiempo con que se cuenta y a una valoración de los recursos humanos y materiales para poder concluir de manera satisfactoria.

### 3.3.1. EVALUACION PREVIA DE PROPUESTAS

Durante esta etapa se presentarán propuestas para definir la naturaleza básica del evento, es decir, elección del nombre, tipo de actividades, temas, expositores y asignación de fecha a los grupos académicos.

## 3.4. ACTIVIDADES

### 3.4.1. EVALUACION FINAL DE PROPUESTAS

Conformado el evento como tal, con un calendario de trabajo establecido que especifique las actividades a realizar.

### 3.4.2 CARTA A LAS AUTORIDADES

Mediante esta carta se hará una invitación formal al director así como una petición para utilizar las instalaciones, servicios y material con que cuenta la escuela por medio de los diferentes departamentos.

### 3.4.3. DISEÑO GRAFICO DEL EVENTO

Esto se refiere a la imagen gráfica que tendrá el evento. Una vez definido se decide qué material gráfico se utilizará para la difusión (cartel, folleto, programa de mano, etc.). Se hace la distribución para la elaboración e impresión de los diseños.

La realización de este material deberá coordinarse de acuerdo a las necesidades del programa de difusión interna y externa: radio, televisión y prensa. Además de que se recomienda mantener uniformidad entre sí.

### 3.4.4. REPORTE FINAL DE ACTIVIDADES.

En esta fase o junta se presentan los resultados de todas las actividades anteriores al evento y se organizan las propias de la semana, lo cual significará en muchos casos reasignación de funciones.

Se designará un staff para la semana del evento. Para ello se requerirá de personas encargadas de realizar labores específicas, como acomodar mesas, poner mantel, acomodar sillas y micrófonos, apagar luces, montar escenografías, etc.

Así mismo se puede designar un cuerpo de edecanes encargadas del acomodo de los invitados y asistentes, entrada y salida del auditorio, entrega de reconocimientos y programas de mano, etc.

### 3.4.5 FASE INTENSIVA DE DIFUSION

Esta fase se considera pertinente iniciarla una semana antes del evento. Se crearán comisiones encargadas de la distribución de folletos y carteles, así como de hacer una invitación verbal a cada grupo y de difundir de manera externa el evento.

### 3.4.6. ENSAYO FINAL

Una vez asignadas todas las funciones se considera pertinente realizar un ensayo general donde cada grupo pueda tomar el tiempo a conductores, montaje de escenografía, luces, ultimar detalles y recoger sugerencias que ayuden a lograr una mejor presentación.

## 3.5. ACTIVIDADES DURANTE LA SEMANA

Para una mejor realización de las actividades se hace un nuevo plan de actividades a realizar durante la semana.

### 3.5.1. INVITACION A LA COMUNIDAD

Cada día antes de iniciar las actividades se hará una invitación a la comunidad para que asista.

Se debe tener una comisión encargada de hacer diariamente una valoración del evento, anotando errores y tomando las medidas necesarias para corregirlos.

### 3.6. MEMORIA GRAFICA Y ESCRITA

Sería pertinente considerar la posibilidad de crear una comisión encargada de la memoria gráfica y escrita de todas las actividades relacionadas al evento, además del evento mismo.

## 4. PROGRAMA DE PLANEACION

El dividir el trabajo por medio de programas tiene como finalidad lograr un mejor aprovechamiento de las capacidades y recursos de los alumnos, así como, ahorro del tiempo al tener predefinidos los pasos a seguir para cumplir un objetivo.