

13  
zej



**Universidad Nacional Autónoma de México**

**Escuela Nacional de Artes Plásticas**

Elaboración de un Cartel de apoyo para la difusión de la  
Filmoteca de la UNAM.

Tesis para obtener el título de  
Licenciado en Comunicación Gráfica

Presenta  
Bruno Horst Eckerle Yáñez

México, D.F. 1993



**SECRETARÍA  
ACADEMICA**  
Escuela Nacional de  
Artes Plásticas

**TESIS CON  
FALLA DE CUBRIM**



## **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>	8
<b>1. Aproximaciones al cartel cinematográfico</b>	10
1.1. Breve historia del cartel	11
1.2. Análisis del cartel cinematográfico nacional en los años 70's	15
<b>2. Filmoteca de la UNAM</b>	26
2.1. Antecedentes y Organización de la Filmoteca de la UNAM	27
2.2. Acervo de carteles de la Filmoteca de la UNAM	35
<b>3. Elaboración del cartel</b>	38
3.1. Planeación y bocetaje del cartel	39
<b>4. Conclusiones</b>	60
Anexos	62
Bibliografía	63

*"El cartel es probablemente la más antigua y claramente la más prominente manifestación pública del diseño gráfico.*

*Colectivamente, los carteles forman una parte importante de nuestra herencia artística y cultural.*

*Las principales exhibiciones internacionales de carteles contemporáneos registran los temas, los ideales y la estética de su época. Los catálogos de tales eventos encapsulan una historia visual de la economía, cultura y estilo de vida de una era." I*

*Helmut Langer  
Presidente de Icoagrada.*

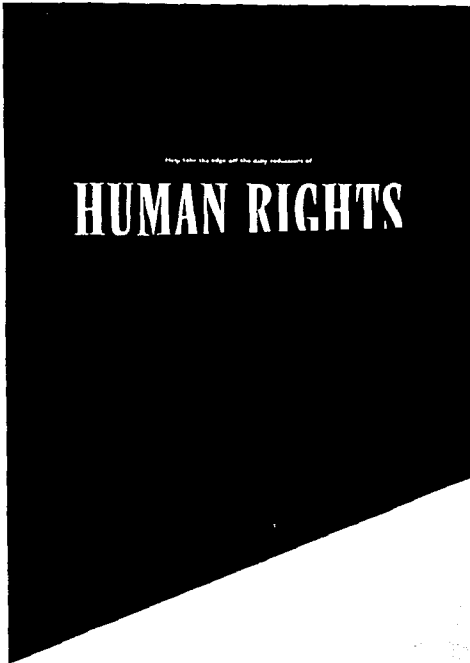
## Introducción

De acuerdo a mi formación como comunicador gráfico, el cartel como proyecto gráfico, ofrece al diseñador relacionar las diferentes disciplinas de su oficio como lo son la tipografía, ilustración, fotografía, el diseño y los sistemas de reproducción.

Esta relación provoca que el color, las letras y las imágenes tengan una gran versatilidad por el valor, justificación e intención por los que son utilizados, tomando una importancia por el *tema que tratan*. La técnica de representación debe ser seleccionada y utilizada de la forma más óptima y con responsabilidad por el comunicador gráfico para resolver un proyecto gráfico ya que el cartel tiene como prioridad cubrir una función social, política, cultural o publicitaria con valores estéticos, es decir, el desarrollar un proyecto de cartel otorga al diseñador la mayor libertad en la elección de una idea a representar combinada con la necesaria discriminación y toma de decisión de su realizador, de lo que presenta y como lo representa en un cartel.

Para este proyecto del cartel se consideran las características sociales, culturales y su relación con las manifestaciones artísticas y los valores estéticos de instituciones que se encargan de la difusión de la cultura como lo es la Filmoteca de la UNAM, que tiene como objetivo guardar y promover todo lo relacionado con la cinematografía mundial. Su principal interés es conservar, restaurar y difundir la filmografía nacional, desde sus inicios hasta nuestros días, por medio de constantes y diversas actividades relacionadas con el cine realizadas durante todo el año como son: ciclos de películas, debates, conferencias, homenajes, cursos, premios y publicaciones.

La finalidad de este proyecto es hacer un cartel que sirva de apoyo para la difusión de la Filmoteca de la UNAM, ya que es un medio de difusión comúnmente utilizado por las instituciones culturales, tanto por su bajo costo, como su versatilidad que lo hace funcional para sus objetivos de difusión.



*Ayude a reducir la agudez del deterioro diario de los*  
**DERECHOS HUMANOS**

El diseñador Uwe Loesch, sólo con la tipografía y el color crea un concepto, (rojo y negro), reforzado por el formato del cartel que es mutilado y toma la forma de una guillotina.

Por medio de la investigación como proyecto del cartel y tesis se comprobará que complementar la profesión del Comunicador Gráfico con otras actividades culturales, amplían los criterios del diseñador en base a la información que recibe, los cuales se deberán reflejar en trabajos más documentados, representativos y comunicativos para el público al que van dirigidos. (mejorar el diseño, sin tener que ver solamente diseño).

Con la realización de este trabajo se pretende lograr varios objetivos entre los que se encuentran:

1) Relacionarse con gente del medio cinematográfico, necesario para recopilar información del cine y la filmoteca, para el diseño de un cartel que sirva de apoyo para su difusión.

2) Colocar el cartel diseñado en las diferentes salas de la filmoteca como por ejemplo en las salas del Centro Cultural Universitario, para identificarlas como parte de la filmoteca y distinguir su programación que es de ciclos, la cual la hace diferente de los cines comerciales.

3) Dar presencia y conocimiento de la filmoteca por medio del cartel, sus funciones, actividades y servicios que brinda a la comunidad universitaria o público en general, desde sus instalaciones, hasta los lugares donde realiza un evento, como puede ser una exposición de carteles en diversos lugares públicos por ejemplo en la estación del metro, alguna escuela que solicita una conferencia, curso o una proyección.

4) Conocer el acervo de carteles de la filmoteca lo cual representa una opción para el estudiante y profesional de diseño gráfico, de consultar físicamente el desarrollo del cartel en México, con sus diferentes manifestaciones y estilos.

Combinar la información de los libros, con lo que se produce actualmente, como lo es la Segunda Bienal del Cartel en México, que brinda a los estudiantes la oportunidad de conocer y tratar a diseñadores destacados, extranjeros y nacionales, los cuales comentan experiencias que resultan motivantes y formativas para ampliar las expectativas de lo que se puede lograr al desarrollar una actividad como el Diseño Gráfico.

El primer capítulo retoma la historia del cartel, con el propósito de conocer sus orígenes para luego compararlos con los inicios del cartel cinematográfico nacional y su situación actual. El segundo capítulo se refiere a la Filmoteca de la UNAM, reúne información de sus orígenes, desarrollo y sus actividades para obtener un concepto que será representado gráficamente en el tercer capítulo y finalmente obtener las conclusiones al haber realizado este proyecto, que seguramente consolida un gusto por el diseño gráfico, y que provoca desarrollar cualidades técnicas y culturales que mejoran la calidad de mi trabajo. Reconociendo que el comunicador gráfico depende para su realización de dos factores, su preparación y desenvolvimiento individual y la necesidad del cliente de transmitir mensajes que serán representados gráficamente a un público determinado.

## **Capítulo 1**

# **Aproximaciones al Cartel Cinematográfico**

# 1.1. Breve historia del cartel

El cartel es una manifestación gráfica que cumple una función comunicadora para la sociedad.

Los carteles desde sus inicios han representado una forma sencilla, directa y noble de promover cualquier actividad social, hasta el anunciar un producto. Tuvieron un largo proceso para ser aceptados como un medio útil, contundente y de calidad gráfica, acorde de los procesos y transformaciones de la sociedad humana.

En un principio el cartel fue un aviso público que cumplía con las funciones primarias como medio de comunicación. Su importancia era transmitir información de un interés particular a un determinado grupo de individuos ya relacionados con esa información. Dugald Stermer señala que:

*"Uno de los primeros avisos públicos conocidos, es un papiro que anuncia una recompensa por la devolución de un esclavo fugitivo".2*

Para que el aviso público se transformara en lo que hoy conocemos como cartel, dependió de la combinación de dos factores: la invención de la litografía por Senelferder a principios del siglo XIX y la realización de carteles hechos por pintores. Los carteles fueron en ese momento un enlace, un soporte gráfico entre el arte y la sociedad. Por medio de ellos los artistas aportaron su talento para enriquecer la forma de anunciar y promover.

El aviso público ya no sólo consiste en informar o dirigir, ahora tiene la capacidad de llegar a un mayor número de gente, creando un interés por el contenido de su información lingüística y visual, con cualidades estéticas.

2. STERMER Dugald, *Carteles Cubanos*, Mc Graw-Hill, 1970

El cartel es una forma de comunicación funcional. Es pensado, desarrollado y retroalimentado para y por el público, Por ello la Bienal Internacional del Cartel dice:

*"El cartel tiene diferentes funciones de acuerdo a sus objetivos: informa, estimula, activa, moviliza, expone, explica, provoca, motiva o convence en relación al contenido del mensaje que transmite, al mismo tiempo que desarrolla el sentido estético del espectador observador contribuyendo a crear una coincidencia artístico-cultural entre su público." 3*

El cartel tiene una vida corta, anuncia un evento y luego es desechado, en un período corto pretende no ser ignorado por ningún individuo de cualquier ideología. Puede ser dirigido a un grupo determinado o público general. Su eficacia depende de llegar al mayor número posible de individuos y provocar su atención al proporcionar un mensaje. Apareció, en las calles buscando su público, en una forma urbana, causando con sus imágenes y palabras un mayor impacto en las paredes amplias y vacías, creando un espacio público, hasta lograr su popularidad en las ciudades modernas.

A diferencia de una obra de arte, el cartel es concebido para ser reproducido cierto número de veces. El artista aprovechó los avances técnicos de impresión, para la más pronta difusión y mejor presentación de los mensajes hacia el público al que se dirigía, proporcionándole también una nueva forma de expresarse.

3. México, Programa de Actividades de la Primera Bienal del Cartel en México, 1990. Evento que reúne a importantes exponentes del diseño gráfico contemporáneo a nivel nacional e internacional. Realiza diferentes actividades: concursos, cursos, conferencias y exposiciones, en diferentes ciudades de México.

*La confusión también es comunicación.*

*Niklaus Troxler*



La presencia de artistas como Chéret, Toulouse-Lautrec y Mucha, quienes fueron de los primeros cartelistas conocidos, lograron con sus alcances un estilo de expresión artística, a través del cartel, para su más pronto reconocimiento.

Jules Chéret (1836-1933)

*"Sus carteles combinan la técnica y la interpretación tradicionales del gran arte mural con otro ingrediente esencial: el sentido del idioma popular."*<sup>4</sup>

Representar o retomar el idioma popular, otorgó a la obra de Chéret una cualidad que pretende toda obra plástica, y que ahora brinda a un proyecto gráfico después de su función, la de trascender; Por su diseño representativo, en la cultura, forma de vida correspondiente a sus avances técnicos de impresión de su tiempo.

Las cubiertas de los programas de los circos y ferias de Inglaterra y Francia, que llevaban un tiempo realizándose con composiciones libres y llamativas, en colores, formas y letras fueron una influencia al retomarlas y refinarlas para la mejor solución de los temas que contenían sus obras: óperas, salones de baile, teatros de variedad, cabarets, como anunciar productos: lámparas de petróleo y aperitivos.

Sus trabajos aparecieron en Francia durante 1869, en donde sus carteles se distinguieron por la continua armonía de los cuerpos entre sí, logrando una composición sobria.



Alphonse Mucha  
Salon des Cent (1896)

4. BARNICOAT Joan, Los carteles, su historia y su lenguaje, Barcelona, G. Gill, 1973.

Henri de Toulouse-Lautrec (1864-1901)

*"Lautrec relaciona el cartel con la evolución futura de la pintura al tiempo que consolida esa forma de expresión." 5*

Sus carteles tienen una concepción propia, sin intención comercial, resultado de un tratamiento artístico aplicado a los requerimientos de esta nueva forma de expresión para comunicar, tomando en cuenta la forma de realizar el cartel para que pudiera ser asimilado en el entorno urbano en el cual es situado. Por medio de una simplificación de grandes áreas con colores claros, delimitadas por bordes desiguales que concentran las siluetas de los personajes, compuestas por contornos lineales. Se incorporan intencionalmente la escritura al tipo de dibujo, para lograr una unidad figura-escritura en función de un tema específico, obteniendo imágenes directas y contundentes que provocan sensaciones inquietantes en los espectadores. Es así que el cartel tiene una diferente forma de llegar al público en su tratamiento visual, al producir imágenes que pretenden mostrar la esencia de las personas y temas que trata, ofreciendo un mensaje concreto, con la posibilidad de que el espectador termine el cartel, al formarse una opinión consciente de la información tipográfica y visual que recibe.

*"Los carteles son el resultado de un proceso de abstracción. Son el concentrado de una observación concreta, símbolos y signos de lo que pretende dar a conocer." 6*

El cartel ha asimilado y difundido las diferentes tendencias artísticas que han existido, presentándolas de una forma popular, hasta lograr tener una autonomía estética y cultural. Pasa por el estilo decorativo del art nouveau, por las representaciones que rompen con la visión unilateral del naturalismo de la pintura clásica, como el expresionismo, el futurismo, el dadá, el constructivismo ruso, hasta las imágenes del cubismo, surrealismo, que crean una unidad y realidad propia.

5. Ibidem, Joan Barnicoat



Henri de Toulouse-Lautrec  
Ambassadeurs: Aristide Bruant (1892)

6. ARNOLD Mathias, Henri de Toulouse-Lautrec 1864-1901, Atomania, E. Benedik Taschen, 1990.

*Tener un origen puede provocar tener originalidad.  
Antis Ionnides*

# LECTURAS CLASICAS PARA NIÑOS



DEPARTAMENTO EDITORIAL  
SECRETARIA DE EDUCACION

Roberto Montenegro y Gabriel Fernández Ledesma,  
Portada, *Lecturas Mexicanas*

## 1.2. Análisis del cartel cinematográfico nacional contemporáneo

La aparición del cartel cinematográfico nacional, se dió en 1896, después de la llegada de las primeras exhibiciones cinematográficas en el país. Las cuales se anunciaban a través de gacéjillas en los periódicos, volantes que tienen la característica particular de mencionar el cinematógrafo, considerando anunciar el avance tecnológico que significa el cine, y los convites, que eran un grupo de músicos o muchachos gritones que recorrían las calles avisando a la gente a asistir al espectáculo. Esta forma de promocionarse fue forzada a simplificarse, ya que en 1907, las autoridades prohíben los convites, provocando que los empresarios buscaran una manera más económica y efectiva de llegar al público, retomando las calles, de una forma anecdótica y prolongada, por medio de carteles formados por lo general con tipografías de diferentes tamaños y familias tipográficas, para lograr composiciones que anunciaban: horarios precios y descripción del programa.

*"Un antecedente del cartel cinematográfico, es un programa de mano, ilustrado por José Guadalupe Posada, en donde anuncia La Gallina de los huevos de oro, se presentó en el teatro Guillermo Prieto el domingo 1º de abril de 1906". 7*

Este programa de mano representa el estilo tipográfico que se desarrolló con el uso del grabado que dió como resultado la creación de nuevas formas tipográficas que son el resultado de las condiciones técnicas con las que se contaba para la realización de trabajos gráficos de esa época. Esto se complementa con lo que consideraron en sus diseños de carteles Gabriel Fernández Ledesma y Francisco Díaz de León *"Pensemos en la unidad gráfica de los impresos alemanes del siglo XV en donde la xilografía es texto y es imagen."*<sup>8</sup>

7. FELIX, LARSON, Romandía, Guerra, Cristina, Jorge, El Cartel Cinematográfico Nacional, México, Cineteca Nacional, 1987.

8. MEDINA Cuatémoc, Diseño antes del Diseño, México, Museo Carrillo Gil, 1991.

Estos dos diseñadores nacidos en Aguascalientes tuvieron una importante participación gráfica en el campo de la cultura, artística, política y pedagógica de 1920 a 1940 con la intención de un estilo mexicano se desarrolló recursos de impresión y creatividad al utilizar los medios con que cuentan en la producción.

En las obras gráficas de inicios de siglo y finales de los 30's sobresale de sus realizadores el conocimiento y aprovechamiento de los medios de impresión que representan gráficamente la época y vida social. Ahí se distingue el tratamiento narrativo y artístico en las ilustraciones realizadas con pistola de aire, el uso constante de rostros de los actores famosos. Existe una saturación de elementos entre el texto y la imagen.

En este período del cartel cinematográfico nacional, sobresale el trabajo del diseñador español Josep Renau, que llegó a México en 1939. Su aportación se dió a través de sus carteles cinematográficos y políticos en favor de la paz. El relacionó la técnica de representación, con el tema. Resultado de la preocupación de hechos como la guerra civil en España, la destrucción sobre las poblaciones de Hiroshima y Nagasaki, *" que promovió en los pueblos la inquietud universal por reivindicar su derecho inalienable a una perspectiva de vida pacífica". 9*

La técnica de sus carteles era el fotomontaje, derivada de la creciente *"utilización de la imagen fotográfica a causa de su realismo impresionante e inmediato. Pretendía en base a un análisis de la realidad, obtener un conocimiento más elevado de esa realidad, para adoptar una posición activa ante el mundo, e influir en la realidad misma". 10*

9. RENAU Josep, Función Social del cartel, España: F Torres, 1976.

10. *Ibidem*, Josep Renau.

*El diseño, es como el amor, sencillo y apasionado.*

*Xavier Bermúdez*



Josep Renau  
La posesión (1949)

Josep Renau se caracterizó por sus fotomontajes que aplicó en sus carteles incluyendo los que produjo en México basado en los stills (fotos fijas de las películas, generalmente en blanco y negro) que le proporcionaban los productores, de los artistas o escenas que representaban la película. Estos mismos luego los ampliaba en el proyector de cuerpos opacos, trazando con líneas rectas y angulosas iniciando una caracterización a los rostros para después trazar las letras y finalmente rellenarlos con el aerógrafo, creando imágenes emotivas con luces y sombras en un primer plano.

Josep Renau estuvo consciente que realizó un trabajo comercial, logró que sus carteles fueran parte del espectáculo de las películas que promocionó, así como la capacidad de lograr una composición con el color, la forma y la tipografía que en la mayoría de las veces era excesiva.

La siguiente etapa que se distingue en el cartel cinematográfico nacional, se dió en el año 1969, con la creación de Procinemex, asociación publicitaria que contaba con un grupo de ilustradores y diseñadores a los cuales se les encomendaron la realización de carteles de películas nacionales importantes que tienen un mayor cuidado en su producción, con temas de crítica social más apegados a la realidad nacional como El Apando, Frida, Canoa, entre otras.

Los carteles de estas películas muestran una influencia del cartel cultural polaco, el cual es contrario al de Hollywood, no se basa en la fama de los actores, directores, no utiliza la foto de la escena más representativa. Es decir, pretende representar la película por medio de una imagen crítica, la cual provoca en el espectador, un análisis, una reflexión del tema del que trata.

Para entender la historia del cartel cinematográfico nacional hay que considerar también las aportaciones de diseñadores en forma aislada o en grupo que se han dado en el transcurso del desarrollo del diseño gráfico en México, manifestándose y reflejando una situación específica ya sea política o cultural del país. Considerando que el diseño depende para su práctica de la demanda del cliente y de las condiciones en que se presenta la misma. De estas aportaciones de diseñadores dentro del cartel de cine, se puede mencionar el trabajo de Rafael López Castro y Germán Montalvo, diseñadores que colaboraron en Imprenta Madero, a lado de Vicente Rojo, quien influyó en su forma de diseñar, que se aprecia por el interés de las manifestaciones

gráficas populares, como lo son los carteles de lucha libre, que se caracterizan por su colorido, en base a barridos ( que se obtiene al colocar en el rodillo de impresión de dos a tres tintas en una pasada). El buen gusto por la tipografía complementa la composición al darle un orden de lectura, con la interrelación imagen-texto. La economía de medios va desde el uso de grabados de épocas pasadas hasta la utilización de tipos móviles y galeras fotocompuestas, así como elementos de confección,

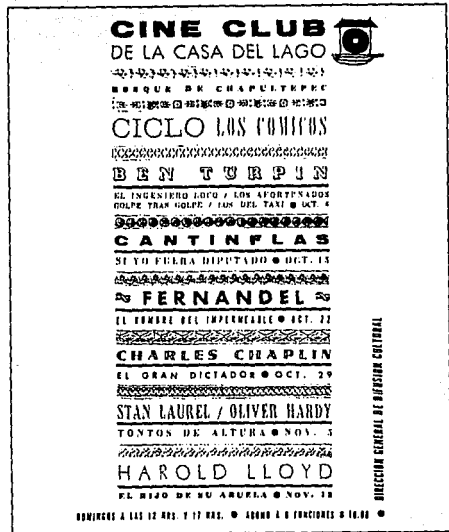
*"El diseño de Vicente Rojo propone una forma de resolver la circulación de ideas de una manera concisa y clara, tomando en cuenta la economía de medios y la evolución de la estética, con permanente buen gusto". 11*

Considerando la importancia y calidad de los carteles que han realizado individualmente Rafael López Castro y German Montalvo para el cine, desde los años 70's hasta nuestros días, como por ejemplo López Castro: realizó los carteles de Frida, Canoa, El Apando, XII Muestra Internacional de Cine, La VII Muestra Internacional Mexicano en Guadalajara, 50 Aniversario de la FIAF (Asociación Internacional de Archivos Filmicos) entre otros, y Montalvo: los carteles de La Tarea, Anoche Soñe Contigo, Tequila, La tarea Prohibida, Encuentro Inesperado, así como carteles para cine clubs.

Para el desarrollo de este punto, entreviste a los diseñadores Rafael L.C. y German Montalvo.

Las preguntas que hice cada uno se refieren a su experiencia en el diseño y su participación en la elaboración de carteles en general y para cinematografía

11. Vicente Rojo, 40 años de Diseño en México, Bienal Internacional del Cartel en México, 1990.



Vicente Rojo  
Ciclo de cómicos, Casa del Lago (1961)

*El arte como el diseño son el resultado de tus mejores experiencias.  
Maria Eugenia Saldaña*

## Rafael López Castro

### ¿Cuál es el gusto por diseñar carteles que tienen que ver con el cine?

Mi relación con el cine ha sido a través de mi amistad; y fomentada además también por esto, con gente que dirigía, directores; amigos directores con los que compartíamos, cuando menos, estas cosas elementales de la vida. El gusto por determinado nivel y planteamientos incluso ideológicos, emocionales etc... Entonces esto me daba la posibilidad de estar frente a películas que me gustaban, que básicamente podrían igual que todo el trabajo de nosotros en algún momento, uno no está totalmente de acuerdo, pero fundamentalmente estabas de acuerdo.

Mi participación importante haciendo carteles para el cine fue en los años 70's para decirlo en sexenios fue todo el sexenio de Luis Echeverría Álvarez donde el cine tuvo cuando menos nuevos planteamientos y entre otros, gracias a la participación de Juan Manuel Torres, El perro Estrada, Casals en fin se me olvidan nombres. Nos invitaron a gente que no hacíamos el cartel tradicional del cine, que para ese momento, ya había llegado a sus peores momentos, sus peores expresiones. Un cartel caduco.

Nos invitaron a gente que en ese tiempo hacíamos diseño y carteles en especial.

Hicimos un planteamiento novedoso para la industria cinematográfica, el tipo de cartel cultural diferente que no se planteaba como objetivo el ver la película como un producto únicamente sexual, únicamente violento o únicamente de actores, sino que nosotros pretendíamos la mayoría de las veces, y al menos esta fue la posición personal desde siempre. Dar una opinión, opinar sobre la película, opinar sobre algo que te gusta, dar una opinión visual para invitar a la gente a que vaya al cine, no obligarla utilizando estos términos de la publicidad comercial. Los elementos que maneja la sexualidad, la fuerza, la violencia, la belleza de los actores... Entonces buscamos el diseño como opinión del

suceso cultural que anuncia, como opinión obviamente de apoyo, y bueno, durante cuatro años hicimos carteles en esta forma.

La discusión siempre fue si el cartel llevaba gente al cine, en el sentido comercial y tradicional del concepto del cartel. Se piensa que la gente va al cine por el cartel, en una misma discusión nos dimos cuenta que no es verdad.

El cartel cinematográfico se exhibe en lugares cerrados, generalmente en las mismas salas, entonces comentábamos que habría que invitar a la gente al cine a través de medios masivos, cosa que hace e hizo siempre la radio, la televisión, los periódicos. Y después discutíamos que el nivel del cartel era otro, esto en defensa de nuestra posición dentro de la publicidad, es decir, el cartel más bien es un pequeño suceso cultural, así lo definimos desde esa época, que acompaña a la película en sus momentos más selectos, digamos, en la sala donde se exhibe; ya no convence en la calle, porque no se exhibe ahí sencillamente. Los medios masivos deben cumplir esa función. El cartel sólo acompaña en estos momentos casi finales, casi determinantes de la película, a películas que participan en festivales, en acontecimientos culturales, muestras. En los que sí es necesario por que ahí mismo se exhiben muchos otros carteles, en los que el cartel es necesario que cumpla su función: pensado de ser original, directo, bello y breve. Bueno... ahí nos quedamos, hace mucho tiempo que no hago carteles de cine. Hay unos con la intensidad como los que hacía en esa época, ahora los sigo haciendo, pero básicamente para algunos amigos que todavía tienen posibilidades de hacer cine.

### ¿Cuál es la calidad del cartel cinematográfico nacional?

Como todas las cosas tienen su regreso, su retorno para replantearse cuestiones que la mayor parte de la producción cinematográfica no se plantea. En nuestro país, en los últimos años no necesitan del tipo de cartel que nosotros hacemos por que son películas, que ni siquiera me atrevería a decir que son malas, me atrevería a decir que son películas con una temática que se agota rápidamente.

Empezó en el momento en que se interrumpe nuestra relación como cartelista, con el éxito de películas de ficheras, bandoleros, narcotraficantes y de chistes trocaces que finalmente nuestro tipo de trabajo no resistiría mucho tiempo: trabajando con ellos porque son planteamientos muy triviales y superficiales; muy comerciales en el que la publicidad, como la que nosotros pretendemos, no sería buen compañero para ese tipo de cine.

Ahora hay un repunte, otra vez hay una nueva inquietud por hacer un cine más profundo sin dejar de ser comercial, creó que ese es un buen planteamiento del cine, plantearse otros temas con un poquito más de profundidad, ahí están los maravillosos carteles que ha hecho Germán, La Tarea, Tequila etc. pero no sé, yo estoy muy desligado de la industria cinematográfica ahora.

**¿Diseñar un cartel para cine es diferente a otro tipo de diseño de cartel?**

A veces es más rico, todo depende de la relación, no es mucho más diferente que hacer otro tipo de cartel.

un cartel para una obra de teatro en el planteamiento general, yo creo que es en el planteamiento concreto cuando ves la película, la obra de teatro, algún recital etc. que te vas metiendo poco a poco en el tema. La diferencia del cartel, el tipo de cartel cuando lo planteamos es ¿donde se va a pegar? ¿a quién está dirigido? ese siempre será un gran reto para los diseñadores que cada quien resolverá según su posición personal.

Plantearse un cartel, es plantearse como visualmente tu puedes informar en cualquier momento al público que vas a dirigirte de una manera sintética, lo vas a plantear un pequeño conflicto de ir o no ir, un pequeño conflicto visual que resuelves íntimamente, y que, el espectador resuelve íntimamente donde el cartel debe ayudar a que la decisión sea por seguir.

Entonces plantearse este objeto suena selectivo, pero así es la cultura finalmente y son cosas que los diseñadores deben resolver frente a un cartel.



**¿Qué era Procinemex?**

Fué la oficina, la empresa creada por el estado en 1972-73 durante los primeros años de Echeverría creada para promover este cine de estado que de alguna manera es la heredera de la gente que participaba por Publicidad Cuauhtemoc que antes de Procinemex se dedicó a hacer en un porcentaje muy alto la publicidad del cine. Pero fué a mediados de los años 70's donde Procinemex, quién abre sus puertas a nuevas fuentes, posibilidades del cartel y que termina con el sexenio. Abrir las puertas a nuevos diseñadores para romper el estilo que ya tenía el cartel, que era el dibujito relamido de la escena, quizá combinado con alguna foto, muy copiado del estilo norteamericano del sistema de estrellas en el que el producto es la escena violenta, erótica, representada por el actor y la actriz.

Ese era el sistema, nos invitaron a muchos diseñados

*No siempre lo que ves, es lo que ves.*

*Rafael López Castro*





res, había desde gente que hacía caricatura. Procinemex abrió la posibilidad de que unos pintores hicieran el cartel, entre ellos Alberto Castro Leñero, Villagrán, en esas propuestas que tienen su momento y su validez del estado cansado de un largo tiempo de hacer las cosas de una manera, abría la posibilidad a muchas formas, pintores, diseñadores, caricaturistas y entonces terminamos con el sexenio.

**¿Cuáles fueron los criterios para diseñar el cartel que conmemora el 50 aniversario de la FLAF?**

Este cartel desde el principio era el testimonio de la participación de México en estos 50 años, donde se iban a hacer reuniones en el año 1988. En esta preocupación que me gusta manifestar siempre que puedo, es dar esta idea de

la presencia de nuestra cultura de nuestro pasado y aquí lo hice de una manera muy directa, indígena, poniendo una de las figuras dedicados a la evocación de la danza, el Cochipilli famoso, que es una representación en un tambor del que saque la lengua de una cinta cinematográfica y después se me ocurrió una gran presencia europea, el cine, es una versión fundamentalmente. Fué muy sencilla, es decir, dentro de ese gran espacio, con perspectivas, seres humanos que se mueven en esas perspectivas, la presencia de nuestras raíces y además pensando para el público europeo para quien estaba dedicado fundamentalmente el cartel. La figura prehispánica que hacía identificar al país más rápidamente, o sea que había dos apoyos.

**¿Cómo representas lo popular y hasta qué punto das una opinión personal en tu trabajo?**

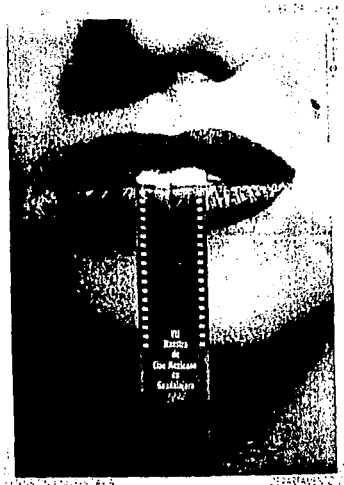
Ha sido una preocupación, no ha sido la característica más importante de mi trabajo. Nada más por el hecho de haber nacido en este país tiene importancia para todos según su propia reflexión en uno u otro sentido. Ha sido este país quién me a formado, ayudado a despertar mi creatividad y yo reconozco básicamente en mi gente, este origen campesino mío. Desde muy pequeño veía estas manifestaciones cotidianas de mi gente al hacer desde alfarería, objetos de barro, esculturitas, trabajos de madera etc.. Me emocionaban mucho y ahora veo que son símbolos naturales ya, a los que la gente está acostumbrado a ver cada quien en su región, y a veces, símbolos que tienen una presencia más nacional, la preocupación de que no sólo el jorongo de colores, el sarape de Saltillo era la única posibilidad de transformarse en símbolos, sino que había cosas de la vida cotidiana, de nuestro hacer, esta sí es una preocupación que no logro siempre... que no siempre es la mejor posibilidad. Pero que sí, en algún momento lo transformé en una constante de mi trabajo ante todo en una colección de libros que se llamó *Lecturas Mexicanas*; y que ahí con el planteamiento inicial de que iba a circular en todos los puestos de periódico

cos, esa fué mi preocupación mayor que tomar mexicanos utilizar objetos de nuestra artesanía, objetos populares en la medida de lo posible, transformarlos en símbolos que dijeran algo.

En carteles trato de buscar expresiones, como por ejemplo ¿Cómo Ves? la película de Paul Leduc en que utilizó las cremitas, tan famosas en México. Es frecuente que busque en mi raíz, símbolos, expresiones verbales, que intento hacer gráficas. Es una posición personal que no siempre esta muy bien lograda pero que sí es una constante.

Todo esto ayuda a que uno de repente recurra a esta estructura popular, el problema es poder codificarla, darle un valor.

A veces caer en estos regionalismos, con frecuencia, no siempre tiene el lenguaje universal, pero a mi no me preocupa, sé que habrá otros trabajos en el que quizá pueda llegar. La originalidad es buscar en uno mismo cómo expresar y entonces a veces incurren en localismos pecaminosos pero divertidos y quizá seguir insistiendo, buscando en nuestro lenguaje, nos dé más adelante un lenguaje más universal gráficamente. Crear un lenguaje mexicano no significa perder del todo la comunicación universal, significa simplemente buscar en nosotros mismos, lo rescatable, los códigos visuales, culturales de nuestro país. Irlos transformando poco a poco, no aceptar, que siempre solamente lo logrado en otros países, que a veces con su propia cultura, que además, por la gran fuerza que tienen, crean códigos visuales que uno acepta terminados, que así son y eso es. En esa búsqueda de la originalidad recorro a mi país. Para que creando con un ritmo, que mi trabajo tiene, una forma más mía, asumir la responsabilidad. Soy yo, en el que en algún momento me planteé estas preguntas, y yo mismo me las respondo al hacer mi trabajo. Simplemente es importante que cada quién en su búsqueda de la originalidad encuentre sus códigos personales, íntimos, que tengan posibilidad de comunicación un poquito más amplia.



*El diseño se conforma de cosas simples; de detalles, de lo mínimo; que le dan la característica de ser parte del lenguaje humano. Como el producto de un artesano trabajarlo sin pretensiones más bien preciso. Su lenguaje debe estar trazado en la espontaneidad, pero respetando las reglas del juego. como las canticas: que hay que hacerlas sonar y rodar junto con ellas.*

*Victor Rodríguez*

## Germán Montalvo

### ¿Cuál es la vinculación cine-cartel?

Aunque sean carteles que venda casi toda la trama de la película, por que se trata de cine erótico, puede ser de buen o de mal gusto, ese aspecto realmente en el caso de las películas donde el cartel es una producción, donde lo más importante sería que se vendiera la película, crear una especie de morbo alrededor de la película, para que la gente vaya. Pero existe también gente que cuida más el otro aspecto, que es no vender la trama de la película, crear una expectativa de que pasa y no pasa en la película, pero casi siempre los productores, por seguridad, aceptan un cartel con un tratamiento comercial, incluso los carteles de las grandes producciones son aparatosos.

Los carteles para películas de otro enfoque existen poco, de mi experiencia de hacer carteles, que ha sido para películas de los Barbachano de Clasa Films, ahí no hay ninguna imposición, nunca me dicen: queremos que vaya esta foto por que es una escena importante. Me invitan a ver la película y a partir de eso les hago una propuesta. Yo no hago diseño comercial. Entonces el enfoque que les doy, es siempre más conceptual pero con contenido, eso ha funcionado, creo que por eso sigo haciendo carteles.

Hay cosas en las que uno puede ser más atrevido, pero siempre que ese atrevimiento sea un concepto que no sea un lugar común. La vinculación que hay entre el cine y el cartel depende de la misma película, de lo comercial que sea la producción.

### ¿Es diferente diseñar un cartel de cine?

No todo el diseño que uno hace puede ser lo mismo, para mí la filosofía del diseño es la versatilidad, o sea si me



Germán Montalvo  
Película *La Tarea* (1990)

piden un cartel para un ciclo de conferencias, o anunciar una colección de libros, desde luego que van a ser menos dramáticos los símbolos. Tengo un estilo definido, que es la síntesis, en algunos carteles que no son de cine casi siempre están acompañados por elementos de confección, puedo jugar más con la tipografía. Con los carteles de cine no, tienen que ser mucho más directos, manejar una jerarquía en cuanto al título de la película por que ese mismo se va a repetir en la pantalla.

Es diferente, en el cartel de cine tienen que ser más directo, no quiero decir que el diseño sea menos bonito, pero sí menos lleno de cosas que a lo mejor no hacen falta.

Entrevista realizada el 29 de agosto de 1992.

# CINE

México, los  
años cuarenta



**Germán Montalvo**  
México, Los años cuarenta, Cine Club Universitario (1990)

## ¿Cómo analizas la información para realizar un cartel de una película?

Primero me mandan el guión, lo leo. Todo el proceso de trabajo para el cine es muy confidencial siempre, nada más tienen la información las gentes que tienen que ver con la película es decir, los actores, los productores y directores. A cada uno se le da un guión, entonces yo tengo que estudiarlo, a veces me invitan a las escenas, según donde se este rodando la película, en algunas ocasiones he asistido.

Después del guión, nos invitan a ver la primera copia, sin sonido, sin cortes, tal cual y a partir de ahí se empiezan a generar las ideas. Casi siempre hago dos propuestas, se discuten y se van definiendo los criterios. Hay que pensar si

se va a utilizar para la pantalla la misma letra, para los créditos.

Es un trabajo con mucha información, no solamente narrativa, sino visual.

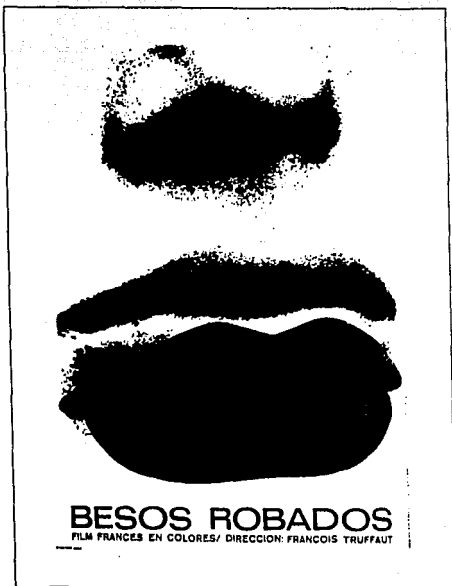
El director y productor siempre están atentos a ver como va el cartel, es una comunión entre director, productor y diseñador, no se dejan las cosas para que decida solamente el productor o solamente el director, se decide en grupo.

¿La relación con el director y productor es diferente a otro tipo de cliente?

Tengo a veces decepciones, no del medio, sino del mismo comportamiento del diseñador frente al medio, por que muchas veces se piensa que el medio, en este caso los directores de cine, los actores, los productores, son gente diferente. Te das cuenta que no, que es gente natural, normal, igual que uno. Entonces frente a los jóvenes, sobre todo diseñadores, siempre hay un cierto rechazo hacia ese medio, muchas veces creo que es un resentimiento muy inmaduro, el diseñador no se ha adaptado a ese tipo de medios, al medio del diseño del cine, la literatura que es la gente natural.

Siempre ha sido una barrera para que los mismos jóvenes diseñadores, se vayan desarrollando. A mí me tocó, para mí fue todo un shock cultural, tener que asumirme en medios como esos. De alguna manera no los anteponía, son medios con más información que uno, dominan la información (intelectuales). Ellos mismos te dan la pauta para que no manejes lugares comunes, porque siempre te hablan de lugares comunes, entonces uno tiene que pensar en que hay que ver las cosas desde otro punto de vista. Los medios tienen mucho que ver con la madurez de los diseñadores por que finalmente lo que estás viendo, es lo que ellos te están ofreciendo, una información

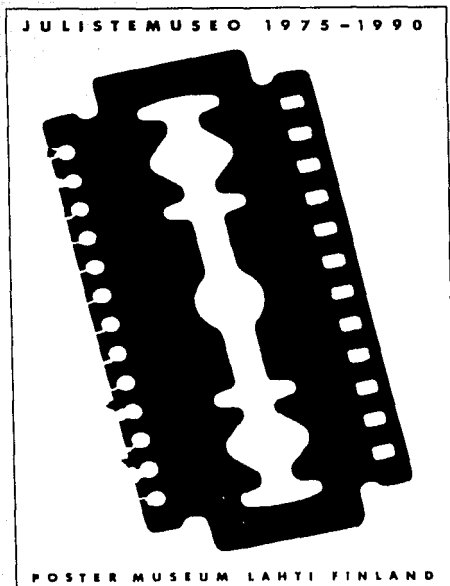
*Lo natural es lo más contundente.*  
*Germán Montalvo*



Rene Azcuy  
Película *Besos Robados*

La influencia más directa del cartel contemporáneo mexicano es el cubano, que se distingue por economía de medios y por su influencia de los cartelistas polacos. Ya sea por su influencia política en la que vivían y que fueron sus circunstancias, la cuestión es que el cartel cubano ha tenido un desarrollo técnico e ideológico que inicia en 1962 caracterizado por las técnicas del papel rasgado, accidente de la mancha pictórica, la representación de la forma ingenua hasta llegar en el año 1966 al dibujo humorístico, donde posteriormente con la constante de la limitación del material, se recurre al aprovechamiento del blanco de la superficie que luego pasaría con la aplicación de la serigrafía al uso

12 AZCUY René, Encuentro de Diseñadores Latinoamericanos y del Caribe, México, 2a. Biental Internacional del Cartel en México, 1992.



Kari Piippo  
*Museo del cartel*

de la ilustración, de elementos de grabado con cuidado en lograr una composición, a las aplicaciones de tramas, formas geométricas y fotografías en alto contraste. Para que de 1967 a 1969 se distinga por la aplicación del color, gracias a una mejor situación económica que cambiaría en 1970 con el planteamiento del blanco y negro con un orden estructural, semántico con formas estilísticas o repetitivas.

Todas las anteriores características son enriquecidas por el propio diseñador cubano que muestra libertad e independencia en sus ideas, "restricción del propio diseñador, proceso de selectividad en el proceso de creación." 12

*"Aunque el anuncio público habla recorrido ya un largo trecho, el nuevo tratamiento visual basado en la tradición compositiva de la pintura monumental, otorga al cartel de finales del siglo pasado el derecho de ser considerado como progenitor del cartel publicitario como hoy lo conocemos.*

*Por su carácter popular el lenguaje del cartel debe ser directo y sencillo, objetivo y sintético. Su condición masiva obliga al diseñador a manejar el grito, el mensaje telegráfico, la velocidad y la sorpresa. Estas características resultan más evidentes en el caso del cartel cinematográfico, por la necesidad de representar el dinamismo del mismo. La bastedad de la realización fílmica coloca al cartel de cine probablemente en la primera línea de la producción mundial." 13*

El dinamismo del cartel cinematográfico implica para su realizador mayor disciplina y honestidad en el uso de los elementos esenciales o indispensables, para que sea representativo de un producto como es el cine.

Estar consciente que el cartel de cine, ha perdido una característica original, al encontrarse en los interiores de las salas y no en las calles, el medio urbano que lo dio la cotidianidad indispensable para su uso. Es decir, el cartel cinematográfico nacional contemporáneo, no es popular. Los medios de comunicación masiva, la radio y la televisión son los nuevos emisores de promoción del cine, por su mayor alcance. Pero el cartel sigue siendo la forma más económica y directa de anunciar el cine, establece un diálogo directo con el público, por medio de una imagen representativa de la película.

El cartel cinematográfico es el reflejo del cine nacional, un historiador gráfico a través de sus etapas de desarrollo. Con el tiempo se puede confirmar que actualmente el cartel cinematográfico nacional puede tener dos tratamientos, que depende de la misma producción y que son el de cine comercial, y el de cine independiente.

El cartel comercial es una producción para que se venda la película, aprovechando la fama de los actores como motivo principal para anunciar la película. Este tipo de carteles ya había mostrado estas características a finales de los años 30's, pero con un tratamiento artístico que apoyaba el espectáculo que representa el cine, a diferencia de los carteles de los años 70's hasta nuestros días donde no ha existido un gran avance en la concepción para su elaboración, debido por lo general a las imposiciones del contratante, el cual prefiere un cartel espectacular, por medio del cual crea una expectativa de la película.

El cartel de cine independiente tiene un enfoque más conceptual y de contenido, basado en el guión y aportación de personas que realizan la película. Provocando un concepto que no sea un lugar común, no remite, es decir, proporciona una nueva visión del tema, extraído de su esencia misma, este concepto permite al cartel cinematográfico, *revitalizar imágenes*, que sorprendan, impacten, pero que al mismo tiempo anuncian una película de una forma más sutil. Por lo anterior se puede concluir que actualmente en México se produce dos tipos de carteles cinematográficos debido a los tipos de películas que se realizan, comercial e independiente y que cada uno va acompañado con sus diferentes propuestas de promoción, que son pocas, por la escasa producción de cine que existe en nuestro país.

13. En exposición, El cartel Mexicano en el extranjero, Estación del Metro Zócalo, México D.F., FilMOTECA de la UNAM, 1992.

*El diseño trata de transmitir lo complejo mediante lo simple  
sin caer en la arbitrariedad para finalmente comunicar.*

*Patricia Vázquez Lange*

## Capítulo 2

# Filmoteca de la UNAM

## 2.1. Antecedentes y Organización de la Filmoteca de la UNAM

El cine que proporciona entretenimiento y diversión, ha llegado a ser la expresión artística más popular del hombre, sus imágenes en movimiento con luces, sombras y complementadas posteriormente con la palabra, motivan, divierten, informan y concientizan al público.

En las historias reflejan el comportamiento humano con sus anhelos y preocupaciones, logrando, así también un placer que es más que un entretenimiento, al mostrar realidades que sirven para un mejor desarrollo de la sociedad, por medio de narraciones que provocan emociones.

Sus inicios se encuentran en el desenvolvimiento de la ciencia y el arte. En el primero como la máquina que proyecta imágenes de descubrimientos en el tiempo y el segundo con la descripción de las cuevas de Altamira.

El cine ha contribuido con la ciencia y el arte, con el acercamiento de las manifestaciones naturales para un análisis del medio en que se desenvuelve el hombre. En base a una mejor observación para tener la posibilidad de conocer la esencia de las cosas para comprender y transformar el entorno en que vive.

Con lo que se afirma que el cine permite analizar y comprender una de las inquietudes del hombre desde su origen; el movimiento y el ritmo de las cosas. Característica que ha contribuido al desarrollo y descubrimientos de la vida humana, evolucionada por el constante movimiento, que produce las transformaciones que retroalimentan la existencia humana.

El espectador observa por medio del cine lo trascendente, recreando sus sentidos al conocer los detalles de los objetos, con la reproducción fiel del ambiente en que se encuentran.

Para resumir se puede citar a Jean Epstein quien escribió,

*"El cine permite a la mirada penetrar en el movimiento y el ritmo de las cosas, analizar infinitamente lo rápido y lo infinitamente lento. Por cierto las ciencias, la filosofía, la religión, la conciencia que el hombre tiene de sí mismo, todo ha cambiado gracias a las imágenes creadas por los lentes de aumento. El autor también menciona en su libro la esencia del cine refiriéndose al hombre medio, conoce algo por medio del film por la vía emotiva, intuitiva, de imágenes yuxtapuestas muy simplemente, representaciones mucho más sintéticas y más próximas a la realidad concreta". 1*

Una característica importante del cine reside en su carácter popular, al ser el medio adecuado capaz de lograr ser asimilado por un gran número de gente, proyectando manifestaciones culturales y sociales.

El crecimiento del cine provocó su cualidad de industria, produce también desviaciones de sus objetivos primarios. Manifestados por la creación masiva de películas.

En estas producciones se encuentran, la presencia de estereotipos de hombres y mujeres con cualidades y actitudes exageradas que dan como resultado provocar en el espectador conocimientos fuera de la realidad. Eugen Vale escribió acerca de que los directores de cine deben tener

*"responsabilidad, evitar la estúpidez, el mal gusto, las distorsiones de la realidad, la falsa educación. Es su responsabilidad afrontar su tarea seriamente esforzarse por el logro de la cualidad.- unido por el concepto de entretenimiento". 2*

1. GONZALEZ, Casanova Manuel, ¿Que es un cine club?, México, México, Filmoteca de la UNAM, 1978.

2. VALE Eugen, ¿Que es un cine club?, México, Filmoteca de la UNAM, 1978.



En conclusión, el cine se reafirmó y se desarrolló para llegar a tener su cualidad de industria y su cualidad de arte. Estas a su vez diversificaron las funciones en la existencia del cine.

*"En la industria, la lucha del capital para obtener más ganancias y en el arte que exige sus derechos humanos; al fragor de esa lucha surgen los cine clubes, tratando de conciliar esos dos intereses". 3*

Los cine-clubs aparecen en París en 1920, el primero de ellos fue creado por Lours Delluc y Moussinac, nombrado la 1ª asociación de amigos del cine, en donde se realizaban encuentros de intelectuales y cineastas con el público.

Las primeras actividades de este cine-club, enseñaron los objetivos de las funciones que un cine-club debe realizar, al ser consciente de que el cine siguiera *"manifestando las transformaciones de los elementos y modos de pensar más simples y comunes, como a modo de modificación de artes y técnicas de sistemas de expresión entre los más cultos". 4*

Para llevarse a cabo se debe realizar una preparación del público por medio de un análisis y acercamiento con las personas relacionadas con el cine, para que el público provoque una responsabilidad de la nueva industria que no permita que el cine deje de ser un arte al servicio de la humanidad.

El movimiento de los Cine Clubs en México comenzó en mayo de 1931, cuando apareció el Cine Club Mexicano, como filial de la film - Society de Londres y de la Liga de Cine- Clubs de París, que habían tenido éxito en sus actividades en favor de la cinematografía. Las cuales serían estudiadas y adaptadas de acuerdo a las necesidades nacionales, a través de la exhibición de buenas películas extranjeras y complementadas con conferencias que muestren su

importancia estética, científica y social.

Las actividades del Cine Club Mexicano eran con fines sociales y no lucrativos, que pretendían provocar por medio de un público que estuviera consciente de las funciones que tiene el cine, impulsar el desarrollo de la cinematografía nacional, partiendo de su carácter popular y social, cuando el cine es hecho y pensado para el pueblo, fortaleciendo su identidad nacional. Desafortunadamente este cine club, no pudo llevar a cabo todos sus objetivos debido a los problemas por falta de continuidad en sus actividades que dió como resultado que desapareciera en 1935 con un informe de sus actividades.

El movimiento de los cine clubs nacionales, sería continuado en 1948 con el Cine Club México, que se caracterizó en reunir cineastas, especialistas y aficionados en discutir los problemas técnicos del cine. El Cine Club Progreso apareció el 3 de Julio de 1952. Fue el primer cine club de vanguardia en México, basados en los trabajos de los cine clubs franceses e italianos.

*"El Cine Club Progreso comprendió que su tarea no era simplemente exhibir películas y discutir artificialmente cosas inútiles, sino que debía organizar un movimiento cultural en favor del cine, y en especial el mexicano" 5*

Organizó presentaciones con debates y análisis críticos de los temas y realizaciones del cine mexicano, complementadas con informaciones de artículos críticos de la prensa, hasta lograr publicar su propia revista.

El Cine Club Progreso apoyó a los grupos interesados en la formación de nuevos cine clubes que comenzaron a aparecer en 1954. Siendo lo más importante que algunos de ellos lograron consolidarse. Permitiendo así continuar y aumentar el desarrollo de los cine clubs. En este período con la orientación del Cine Club Progreso un grupo de estudiantes universitarios forman el Cine Club de la Universidad en 1955.

3. *Ibidem*, Manuel González Casanova.

4. *Idem*, Manuel González Casanova.

5 *Ibidem*, Manuel González Casanova.

Gracias al auge de la formación de nuevos cine clubes de esos años, se fundó la Federación Mexicana de Cine-Clubs el 11 de septiembre de 1955 que pretendía *"Fomentar entre el público el verdadero sentido del cine o sea, el de un arte popular que además de recrear y educar, esté al servicio de los pueblos"*. 6

La Federación Mexicana de Cine-Clubs no pudo realizar sus objetivos y desapareció en 1956 con la mayoría de las organizaciones que se habían formado.

El movimiento de los cine clubs volvería a tener fuerza en 1957, con la unión del cine club de la Facultad de Economía que se había mantenido activo y los cine clubs que se organizaron en 1956, Filosofía y Letras, Ciencias Químicas, Arquitectura, Derecho, Antropología, y Artes Plásticas que crearon La asociación Universitaria de Cine-Clubs, la cual fue reconocida por La Dirección General de Difusión Cultural de la Unam al ser apoyada con la adquisición de un equipo de proyecciones que se instaló en el Auditorio de Humanidades, asegurando cubrir la principal causa que propiciaba la desaparición de estas organizaciones.

*"La UNAM tiene como funciones sustantivas la docencia, la investigación y la extensión de los beneficios de la cultura."*

*En 1947, se creó la Dirección General de Difusión Cultural, con el propósito de integrar las principales actividades de difusión de la cultura de esta casa de estudios".* 7

La Dirección General de Difusión Cultural, esta para apoyar y difundir las expresiones artísticas y culturales dentro y fuera de la Universidad. Para poner estas manifestaciones, al alcance del alumno y así obtenga un mejor desarrollo e integración en la sociedad.

6. Idem, Manuel González Casanova.

7 CARPIZO Jorge, Gaceta de la Unam 3 de marzo de 1986.

La difusión de la cultura empezó a tener un mayor auge a nivel nacional, y fué el ejemplo a seguir por universidades del interior y las establecidas.

Todo este movimiento por la cultura, provocó que se realizará el 27 de agosto de 1970, la primera de dos reuniones, para la formación de la Coordinación de Difusión Cultural, la cual por medio de la organización de los institutos de educación superior, pretende coordinar la difusión de la cultura a nivel nacional, a través del intercambio cultural de las universidades de nivel superior del país. Con el propósito de promover actividades de expresión artística en sus diferentes manifestaciones como la danza, el teatro, el cine, la música, entre otras.

En esta primera reunión, fueron electos los dirigentes para la dirección del consejo nacional de la difusión cultural, esta sería complementada por seis vocales, que serían nombrados por el Instituto Nacional de Bellas Artes, Universidad Veracruzana, Universidad de Sinaloa, Casa de la Cultura de Aguascalientes y Casa de la Cultura del Estado de México. Esta directiva cumplió su función al elaborar un reglamento para la coordinación de la difusión de la cultura a nivel nacional, integrada por los acuerdos obtenidos en esta reunión, los cuales consideraron, realizar un estudio social y económico, para la mejor utilización de los recursos y eventos para difusión cultural, así como desarrollar una división del territorio nacional para ubicar estratégicamente centros coordinadores, con el propósito de abarcar la mayor parte del país.

Procurar una mayor frecuencia y variedad de actividades culturales por medio de un programa nacional de exposiciones, científicas y artísticas.

Establecer un sistema de circuito cerrado de televisión, en la Universidad de México, que estaría en contacto con las demás universidades e instituciones culturales.

*El cine es igual al vuelo de un pájaro.  
Ramón Placencia*



En Noviembre de 1992, la Filмотека de la UNAM, realizo un homenaje a Marlene Dietrich, que consistio en una conferencia de una persona que convivió con la actriz, una ofrenda del día de muertos y un ciclo de sus películas.

# DIRECCION GENERAL DE ACTIVIDADES CINEMATOGRAFICAS

Unidad Administrativa

**Subdirección  
Filmoteca**

**Museología**

**Subdirección  
Cinematográfica**

**Acervo**

**Producción**

**Centro de Investigación  
y Documentación  
Biblioteca**

**Exhibición**

**Atención al público  
Fototeca**

**Departamento de Distribución**

**Extensión Académica  
Museografía  
Programación  
Organización de  
cursos y conferencias  
Cine móvil**

**Laboratorio**

**Informaciones y publicaciones**

## **Acervo**

Se encargada del resguardo del acervo de las películas que tiene la filmoteca. Los filmes que se guardan, son considerados como matrices, ya que después de ser identificados y restaurados, son utilizados para obtener un contratipo y una copia que es llamada de proyección o exhibición y es la que finalmente se pone a disposición del público, a través de un cine club, sindicato, escuela, casas de cultura o bien investigadores y estudiosos que soliciten a la institución.

De todo el material con que cuenta la filmoteca se hace un registro a través de una ficha catalográfica y otra que sirve para determinar el estado físico y óptico de la matriz con el propósito de conservar el acervo fílmico.

## **Centro de Investigación y Documentación**

Por medio de la atención al público, realiza sus funciones de reunir y proporcionar a investigadores, estudiosos y público en general, todo material bibliográfico y hemerográfico posible, sobre cine, televisión y fotografía, a través de su biblioteca que es la más completa en información de cine. Guarda y acumula todo lo que se ha editado sobre la filmoteca, folletos, revistas, libros, microfichas, contando con la fototeca que tiene los stills, que son fotos fijas de las escenas de las películas del acervo de la filmoteca.

*El milagro del cine es que hace posible todos los milagros.  
Alicia Huerta*

## Extensión Académica

Sus objetivos son promover, difundir el conocimiento cinematográfico y fomentar su estudio a través del préstamo de películas, organización de cursos, conferencias, presentaciones, debates de películas, exposiciones y el apoyo a investigadores y tesis. Estas actividades van dirigidas al público en general, estudiantes y especialistas o investigadores.

## Programación

Es una área clave dentro de la filмотeca, ya que cuenta con el área del acervo cinematográfico que consta con un apartado seleccionado de 700 películas para uso de préstamo, de las cuales se tienen sus derechos de exhibición. Sus servicios de distribución son con instituciones culturales, la filмотeca no tiene fines comerciales. Las actividades que realiza son exclusivamente con cine clubs constituidos, sindicatos, casas de cultura, escuelas y universidades, logrando al programar en los lugares antes mencionados, la forma más eficaz para su difusión a nivel nacional. Contando con programadores en todo los estados de la república, excepto en Nayarit, 420 cine clubs establecidos a nivel nacional que tienen un calendario de actividades que facilita el cumplimiento de sus programas, como el servicio que les brinda la filмотeca.

A los cine clubs e instituciones que realizan actividades relacionadas con la filмотeca, se les pide una cuota por película prestada, destinada para obtener nuevas copias, y así asegurar mantener el mayor número posible de títulos, considerando que las películas van sufriendo un desgaste en cada una de las proyecciones en que son utilizadas.

El departamento de programación cuenta con un taller de revisión que da mantenimiento a las películas.

## Museografía

Se encarga del montaje de exposiciones alusivas al cine, contando con los acervos de carteles y fotomontajes con el propósito de exhibirse.

Realiza exposiciones de Estreno, que son las que se montan en la propia galería de la filмотeca, como lo fueron, la historia de la animación en México, el cine en 3a. dimensión, y las Exposiciones Itinerantes que se montan en las diferentes instituciones que solicitan una exposición.

Para montar una exposición, se realiza una investigación previa sobre el tema, se hace un guión museográfico, que sirve en la planeación del diseño de la exposición y por último el montaje de la exposición.

## Organización de Cursos y Conferencias

Es organizar cursos en las instituciones y dependencias que lo solicitan. Generalmente estos cursos son sobre cuestiones técnicas, apreciación cinematográfica, impartidos por especialistas extranjeros y nacionales que en varias ocasiones son personal de la filмотeca.

Las conferencias se realizan a través de la presentación del cine debate popular en el Auditorio Justo Sierra y en el cine club Documental en el Palacio de Minería, donde se consigue que un crítico de cine o una persona relacionada con la película, como un actor o director, haga la presentación de la película y después dirija un debate con el público presente.

## Cine Móvil

Su objetivo es llevar la proyección de películas a colonias populares que no tienen recursos, compañías en

huelga, campamentos de damnificados. Con una programación especial para concientizar a la gente, con clásicos nacionales y extranjeros.

## **Apoyo a Investigadores y Tesistas**

Es un programa que le permite a los investigadores y estudiantes conocer cosas del acervo que no están en exhibición al público, pero que se tienen para brindar la oportunidad de revisar como objeto de investigación.

## **Laboratorio**

Parte fundamental del archivo, ya que se encarga de la conservación y copiado de las cintas, el cual debe ser en el mismo formato en el que fue creada la película (los originales de 35 mm. se copian en película de 35 mm. y los originales de 16mm. en película de 16 mm.).

Para la difusión a veces es necesario utilizar el transfer, que consiste en el traspaso de un formato a otro (35 mm. a 16 mm.).

## **Museología**

Pretende ordenar sistemáticamente el acervo de los aparatos antiguos que han tenido que ver con el cine, como cámaras de cine y linternas mágicas.

Para la realización de sus objetivos, la dependencia de museología considera, poner los aparatos antiguos de cine en estado de conservación y de exhibición. Organizar toda la información en torno a estos aparatos con una ficha técnica para enriquecer con la información del contexto histórico en que estos aparatos fueron creados, que esta

relacionado con el desarrollo tecnológico al que va aparejado el desarrollo del cine. Con la incorporación de dibujos y fotografías que muestran el interior de los aparatos, brindando información técnica entorno a los aparatos.

A partir de la colección que se tiene, procurar enriquecerla y exhibirla de modo permanente al público, ya que la museología enfrenta el reto de ser un agente vivo de la transformación de la vida del hombre apoyado en el patrimonio del hombre. Ser un reclamo vivo estático que sirva al dar información para que el visitante la pueda utilizar a cualquier nivel.

## **Subdirección de Cinematografía**

### **Producción**

Es el departamento que se encarga de la producción de películas, cortometrajes o largometrajes. que pueden ser de ficción y documental.

Existen diversos proyectos como el de realizar 18 cortometrajes documentales en 16mm. por diferentes directores seleccionados por el director de la Subdirección de Cinematografía, con el fin de utilizar los materiales de stock, para que sirvan como registros de acontecimientos históricos nacionales e internacionales y difundirlos.

Hacer registros testimoniales, con entrevistas a personalidades como Rufino Tamayo y tener un registro fílmico para el acervo de la filмотeca que se pueda utilizar.

Del acontecer cotidiano, que son filmaciones de actividades interesantes espontáneas o planeadas como por ejemplo el eclipse, las manifestaciones, imágenes de la ciudad de México en 1985, imágenes del congreso universitario, es una labor historiadora que sirve como material que registra la realidad como instrumento de investigación.

*El cine es una lengua escrita.  
Jorge Sánchez González*

PRODUCCIONES ZACARIAS  
MEXICO  
*presenta*



A SUS ARTISTAS EXCLUSIVOS

PEDRO INFANTE  
SARITA MONTEIL

EN  
**NECESITO  
DINERO**

*dirigidos por*  
**MIGUEL ZACARIAS**

CON IRMA DORANTES  
GUSTAVO RIVERO  
ARMANDO SAENZ • ELDA PERALTA  
y GUILLERMO SAMPERIO (MILMODOS)



DISTRIBUIDA POR



Josep Renau  
Película: *Necesito dinero*, 1951

## 2.2. Acervo de Carteles de la Filmoteca de la UNAM

La forma en que la Filmoteca obtiene los carteles es por medio de la Cineteca Nacional, donaciones de películas nacionales, Oro Films y por medio de adquisición, por ejemplo la compra a un coleccionista, o por las mismas personas que trabajan en el acervo de carteles que los obtienen con amistades del medio como pueden ser distribuidores, o personal de los estudios churubusco.

Para su conservación se a capacitado al personal que tiene que ver con el acervo, con cursos de restauración de papel, así como mantenimiento del lugar donde se encuentran los carteles.

Todas las necesidades que requiere el acervo de carteles para su conservación, desgraciadamente no pueden ser cubiertas en su totalidad, por falta de presupuesto, por ejemplo hacen falta muebles más amplios, con filtros o papel secante, para que un cartel no contamine a otro.

Las características de los carteles son muy diversas y variadas, están los de unas décadas que resultan más interesantes y estéticos como los de los años 30's, y que se describieron en el primer capítulo. Por lo que considerando la extensa cantidad de carteles sólo se mencionaran anécdotas y características de algunos de ellos.

El cartel más antiguo con que cuenta la Filmoteca es del año 1925 el cartel de la película *Sacrificio por Amor* y que lleva un texto que dice Una sensacional producción de 1850, Epoca en el que el Colera Morbus invadió la República Mexicana. Es un cartel que se produjo en tres versiones. El que se encuentra en la Filmoteca es de una ilustración de una señora y fué impreso en una tinta azul. Otros carteles que se puede mencionar es el de la película *El Principio* (1972), dirigida por Gonzalo Martínez. cartel que tiene la característica de estar impreso frente y vuelta. Y los carteles de la película *Las Fuerzas Vivas* del que se realizaron tres versiones hechas por caricaturistas como lo son Naranjo, Rius y Carreño. Por lo que es evidente un apoyo al cine de esta época.

La mayoría de los carteles que se encuentran en el acervo de la Filmoteca son los de cine clubes, la razón puede ser la constante actividad y el número de estos. Por la utilización del cartel, improvisado y práctico como medio para anunciar un evento. Dentro de las características de sus carteles encontramos su formato que es 20 x 30 cms. Su técnica que es hecha a mano con un dibujo en ocasiones ingenuo, fotomontajes y tipográficos. En todos ellos vienen la programación, los horarios y el lugar de las funciones. La cantidad de tintas utilizadas es por lo general de una a dos, por lo que en ocasiones se recurre a diferentes colores del papel, para ser impresos a una sola tinta.

El cartel de cine club resulta muy experimental, al ser elaborado por sus mismos integrantes, quienes dibujan desde un director, Chaplin, como letras.

El acervo de carteles de la Filmoteca de la UNAM merece una apreciación individual. No existe una receta para diseñar correctamente, pero sí este lugar que le ofrece al diseñador, observar de una forma concentrada las diferentes manifestaciones culturales y de diseño gráfico en México, su desarrollo, su estilo correcto o incorrecto de una época. Cómo cuestionarse ¿Cuál es la participación del diseñador en los carteles cinematográficos?, ¿Es reconocido el diseñador gráfico para realizar un cartel cinematográfico? ¿Tiene conocimientos para resolver un cartel de cine? ¿Participa en la promociones de los cine clubes? siendo que es una posibilidad para diseñar.

Por lo que diseñar un cartel de apoyo para la difusión de la Filmoteca de la Unam, propicia en sí, una relación de trabajo, que aporta un gusto al diseñador con los conocimientos visuales y culturales que otorga el cine.



El acervo de carteles de la Filмотeca de la UNAM, esta dividido por su cantidad que es aproximadamente de 150 000 carteles, que van desde 1922 hasta nuestros días, en cuatro lugares que son

- a) La Filмотeca de la UNAM, San Ildefonso # 13.
- b) Bodega, Bolivia # 17.
- c) Laboratorio del CUEC, CU.
- d) Edificio de la Escuela Nacional Preparatoria 30.

En la Filмотeca se encuentran los carteles que han sido ya catalogados y que son 4 500. Este es el acervo de carteles que se permite consultar a investigadores y tesisistas. El acceso no esta totalmente cerrado al público en general, pero considerando que hay sobre todo los carteles de los años 30's y otros que fueron impresos en papeles muy delgados y frágiles que pueden maltratarse al meter y sacar para su estudio.

La catalogación de los carteles se hace por orden alfabetico, nacional como extranjero, programaciones de cine, cine clubs, películas, de los que se tienen 10 ejemplares por lo general, a partir de los años 70's y que de acuerdo a su tamaño general, se encuentran cuatro divisiones que son:

- 3 x 2.5 metros
- 1 x 70 cm.
- 40 x 35 cm.
- 20 x 30 cm. carteles de cine clubs.

Existe una división de fotomontajes que son en su mayoría nacionales, que cuenta con fichero que tiene el título y número de colocación.



## **Capítulo 3**

# **Elaboración del cartel**

## 3.1. Planeación del cartel

*"Cualquier problema visual posee un número infinito de soluciones; muchas son válidas y deben derivar del asunto tratado, por lo que el diseñador no debe tener un estilo gráfico preconcebido" 1*

Existen diferentes técnicas de diseño, para representar un tema. Se presenta la metodología a seguir para elaborar un cartel que represente la filmoteca.

La única consideración es la de crear un concepto de la filmoteca que sea representado gráficamente, es decir, llegar a una síntesis del concepto que se ideó en base a la información de la investigación acerca de la Filmoteca.

Para llegar a esta solución, el bocetaje es basado en comentarios de alumnos del curso del cartel impartido por el diseñador alemán Günther Schmidt durante la Segunda Bical del Cartel en México, el cual pretende por medio de sus carteles, representar carteles que logren ser identificados, primero al público al que va dirigido por el tema que tratan para posteriormente lograr ser identificados por cualquier otro público, o parte del mundo (síntesis). Lo anterior es retomado por que es una forma en que se puede representar al cine, a la vez es gráfico, lo cual muestra una intervención del diseñador que entrega una propuesta que tuvo una información y una asimilación que es el cartel final que observa el espectador. Además la síntesis llega a ser actual por que pretende una atención o identificación más directa del tema tratado, ya que actualmente un individuo recibe una saturación de mensajes gráficos que en su mayoría solo son llamativos pero superficiales.

- 1.- Elaborar una lista de elementos, actividades que se identifiquen a la Filmoteca de la UNAM.
- 2.- Seleccionar los que se consideran más importantes.
- 3.- Proponer dos ideas del cartel, una apogada a la información acumulada y la segunda más personal (libre, como le agradaría hacerla).  
Estas dos ideas se desarrollan en bocetos de un formato al 20% del tamaño real, en blanco y negro, sin tipografía. El objetivo es representar e impactar con una composición de imágenes a un tamaño reducido, con la posibilidad de que una propuesta se pueda combinar con la otra, dando una libertad que permite al diseñador buscar una propuesta original.
- 4.- Recopilar de imágenes relacionadas con los términos seleccionados.
- 5.- Evaluación (obtener dos bocetos, uno de la propuesta (a) y otro del (b)).
- 6.- Ampliación a la mitad del tamaño real del cartel.
- 7.- Integración de la tipografía.
- 8.- Aplicación de color.
- 9.- Tamaño Final.

1 SHARKERY, Neil, Exposición del grupo Pentagram, Biblioteca México, 1992.

*El gran Arquitecto nos invita a crear Junto con El,  
diseñando nuestro entorno y nuestra propia vida.  
Pedro Zepeda*

## 1 y 2. Lista de conceptos y elementos.

Los conceptos y elementos utilizados, identifican de una forma general y precisa las actividades que realiza la filmoteca de la UNAM.

### Filmoteca

Restaura, conserva y difunde películas

Pasado y presente

Cine clubs

Muscografía

Linternas mágica

Cámaras

### Cine

Películas

Cámara

Luz y sombras

-ofrece mapas de terrenos que nunca podrémos explorar del todo.

-las imágenes proponen un retorno a nosotros mismos

Pantalla

Cintas (imagen, sonido y efectos especiales).

Butacas

Boletos

Sentimientos estereotipados

Urbano

Movimiento

Entretencimiento

Lentes de aumento

Caracter popular.

## 3. Concepto.

El concepto que se desarrollará para representar a la Filmoteca, es el movimiento, por que identifica al cine con sus imágenes en movimiento y a la Filmoteca que conservar películas del pasado, donde se aprecian por ejemplo las costumbres, vestidos, la ciudad, un hecho histórico entre otros.

### Propuesta (a)

Una cámara, en este caso como elemento estático y permanente, integrada con la presencia del ser humano y su movimiento por medio de un beso. Que ha sido la expresión del sentimiento humano estereotipado presentado por el cine (Pasado y presente).

### Propuesta (b)

Un encuadre con las manos que sustituyen a la cámara y que encuadran una vista del movimiento en nuestra ciudad.

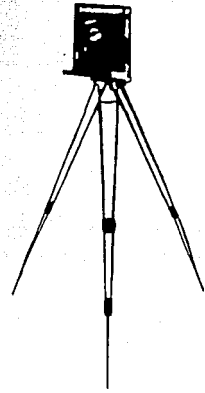
*La imaginación, en verdad es otro nombre para el poder absoluto y la claridad interior,  
amplitud demente y la razón en su más exaltada emoción.*

*Antes de realizar cualquier acto un pensamiento es creado de ahí que debemos trabajar más en nuestros pensamientos,  
porque en ellos esta la verdadera acción, todo lo demás es sólo una reacción.*

*Tobias Ferial*

**4.- Recopilación de imágenes**  
**Propuesta (a)**

Besos. (Sentimientos estereotipados)  
Cámaras de cine

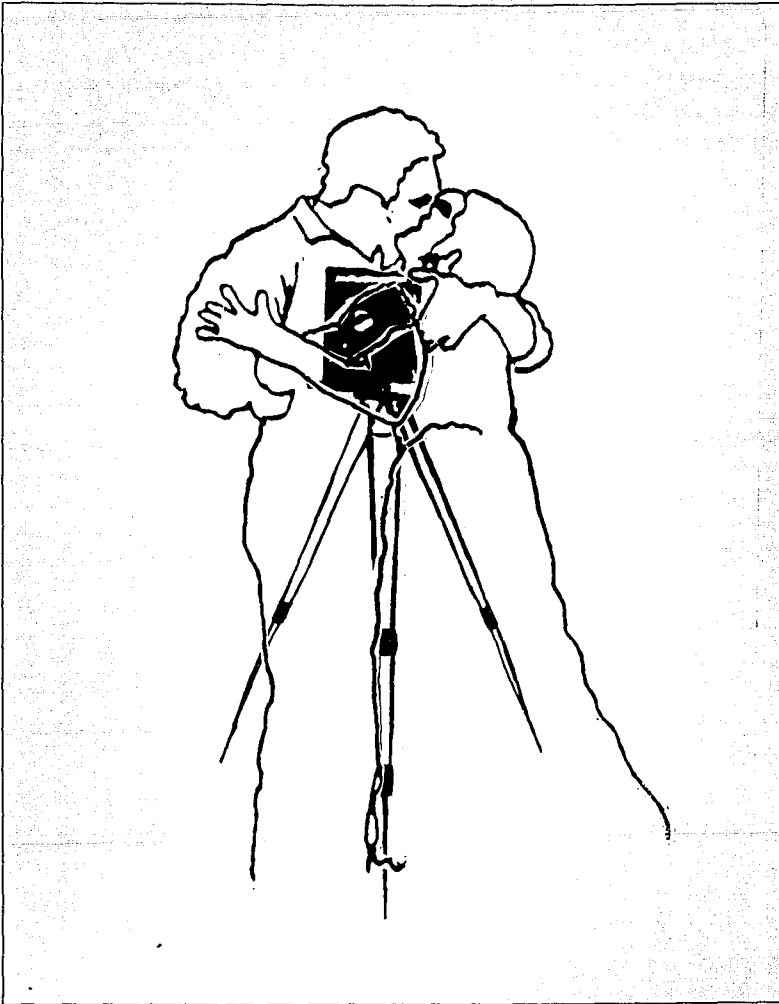


*La magia de la vida es un don divino que se pródiga en el hombre  
como alimento de su inagotable imaginación.*  
*Carlos Medina Cuevas*



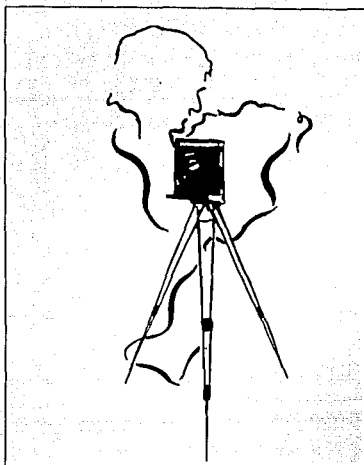


*La vida esta hecha de pequeños detalles...  
¡procura coleccionar los más agradables!  
Victor Vidal Mora*



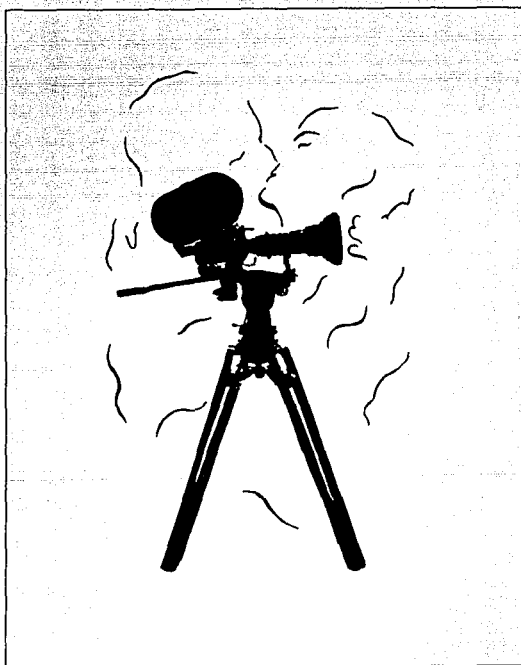
La intención gráfica, es colocar una cámara cinematográfica rodeada por un beso (movimiento) entre dos personas. A esta propuesta le falta enfatizar el movimiento.



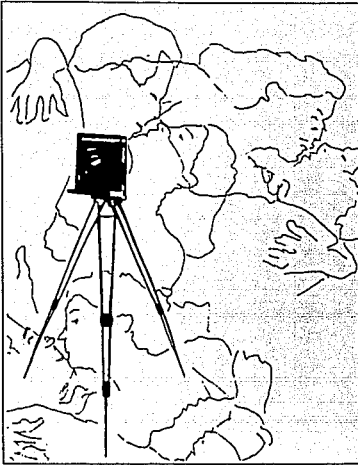


Aplicación de otras imágenes, buscando la más atractiva o que tuviera un mayor impacto visual.

Utilizando la cámara como un elemento estático y permanente, incluir las líneas que simulen movimientos y de algunas de éstas integrar el encuentro de una pareja.

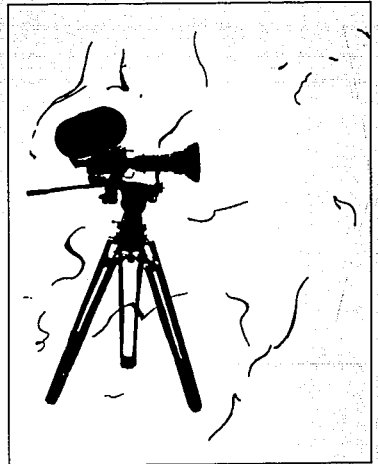


*Un amigo fiel es una defensa sólida,  
y áquel que lo ha encontrado ha encontrado un tesoro. (Eclesiastes)  
Daniel Leña*



Con el propósito de destacar la línea y provocar que no fuera tan directo el reconocimiento del beso, se sobreponen imágenes. Pero se pierde la integración con la cámara (estático) con las líneas (movimiento).

Retomando uno de los anteriores bocetos con una nueva colocación de las imágenes del cartel, para diferenciar el beso con líneas más delgadas de las demás para dar un contraste. No se logra una integración y fuerza representativa.



*Transmitir ideas mediante imágenes es un trabajo comparable al del músico cuando expresa sus ideas mediante sonidos.*

*Los colores y los signos son las notas de la partitura del diseñador.*

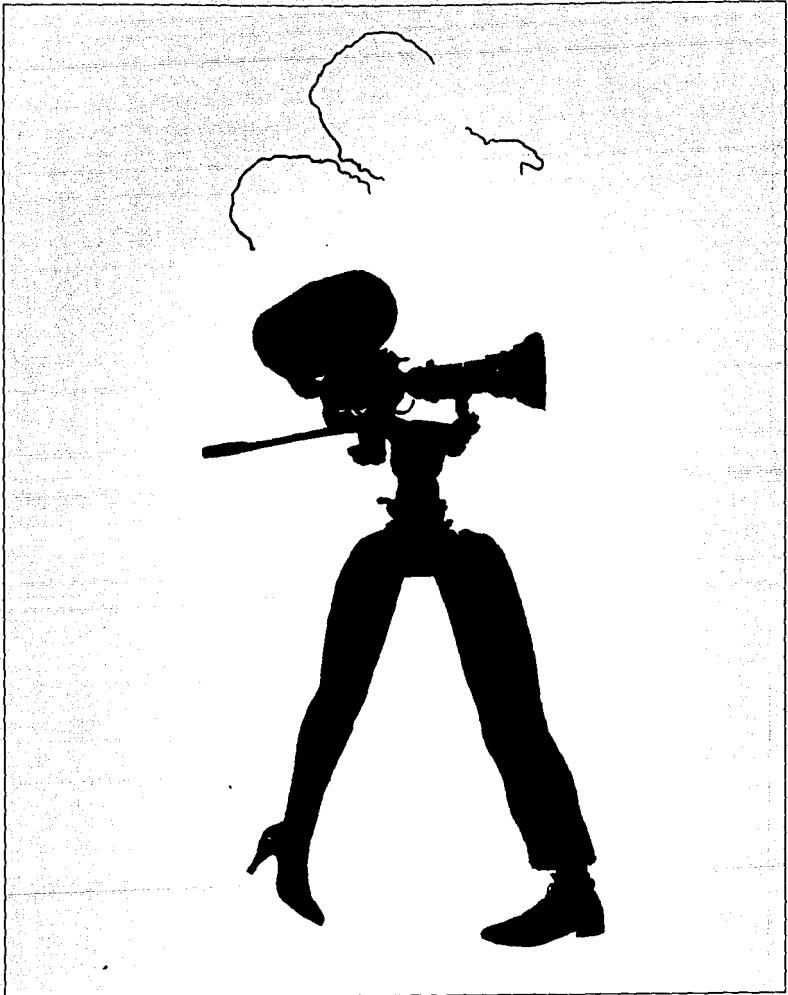
*Susana Ochoterena*

De este boceto se selecciona las imágenes del beso y la cámara, para seguir buscando una mayor integración de ambas para representar el concepto de la propuesta (a).



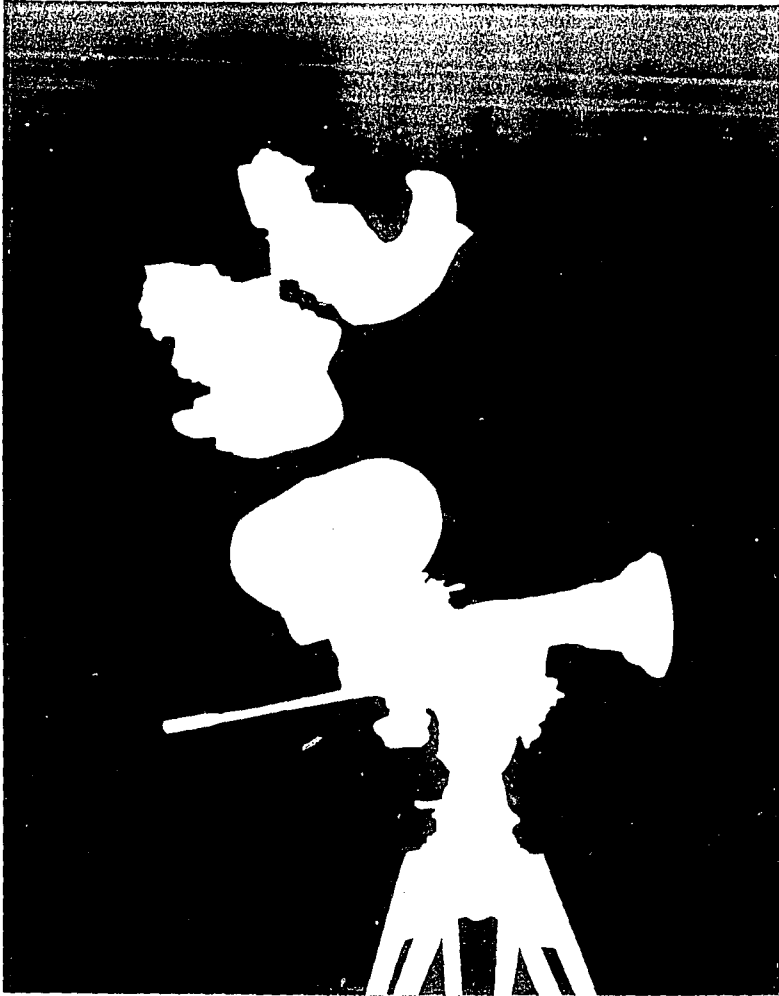
Integración de imágenes del cartel, pero con la necesidad de unificar el tratamiento de las piernas al de las cabezas.

*El ser no debe estar esclavizado por el tener.*  
*Oscar Mario Herrera Lang*



Por medio de la síntesis se pretende integrar el beso con la cámara.

Al evaluar esta propuesta resulta excesivo mostrar las piernas porque la interpretación del cartel es de películas románticas. La parte más débil del cartel es el beso en sí. Para solucionarlo se utilizará otro encuadre.



Del encuadre final, se concluye que, para lograr la integración de ambos elementos, el beso debe ser lo más sutil posible.

*En los campos de la vida no hay más que una primavera ¡Aprovechala!*  
*Jeannine Sánchez Galán*

## 7.- Integración de la tipografía

Por medio de la tipografía se refuerzan y complementan las imágenes, para una mayor identificación de la filmoteca, El cartel pretende captar la atención del espectador por medio de sus imágenes para posteriormente ser leído.

En las primeras pruebas se escogen diferentes tipos de acuerdo a sus características de legibilidad y de sus formas individuales.

Helvetica.- Moderna, elegante, legible.

**FILMOTECA DE LA UNAM**  
**Filmoteca de la UNAM**

New Century Schlbk.- Sencilla, sin adornos, legible, sensible

**FILMOTECA DE LA UNAM**  
**Filmoteca de la UNAM**

Times Roman.- funcional, legible, amplia y larga

**FILMOTECA DE LA UNAM**  
**Filmoteca de la UNAM**

Berkeley old style medium ITC.- Seria, digno

# FILMOTECA DE LA UNAM

Beton extra bold.- Impacto, fuerte

# **FILMOTECA DE LA UNAM**

Univers 76.- legible, versatil,

# ***filmoteca de la UNAM***

Bodoni antiqua bold condensed.- Moderna, clara, definido, frágil, contraste

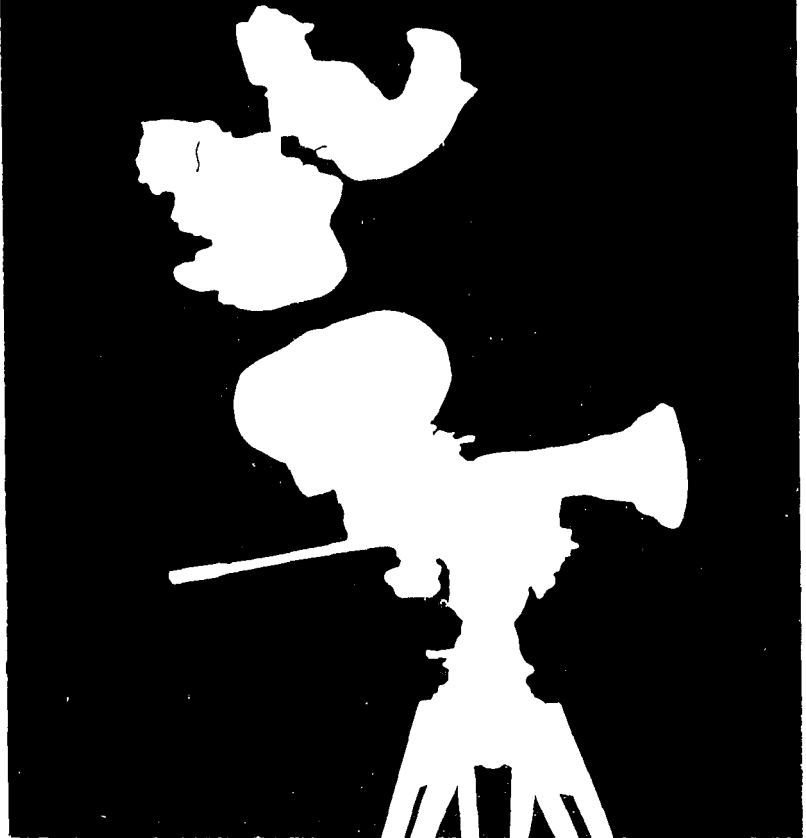
# **FILMOTECA DE LA UNAM**

*El mal fiesta a la que me invito sólo. (Georges Bataille)*

*Carlos Eduardo López Orozco (Charlie)*

*filmoteca de la UNAM* ☞

San Mateo 43



La tipografía seleccionada es el univers 76, que se utiliza en la imagen corporativa de la Filmoteca de la UNAM, con la intención de apoyar la identificación de la filmoteca, por medio de sus publicaciones (programación Butaca). Darle mayor jerarquía a esta tipografía. La aplicación de minúsculas tienen las características de legibilidad, movimiento y versatilidad (presente - pasado).



**Propuesta (b)**

Un encuadre con las manos que sustituyen a la cámara y que encuadran una vista del movimiento en nuestra ciudad.

Recopilación de imágenes relacionadas de los términos seleccionados.

Movimiento

Ciudad

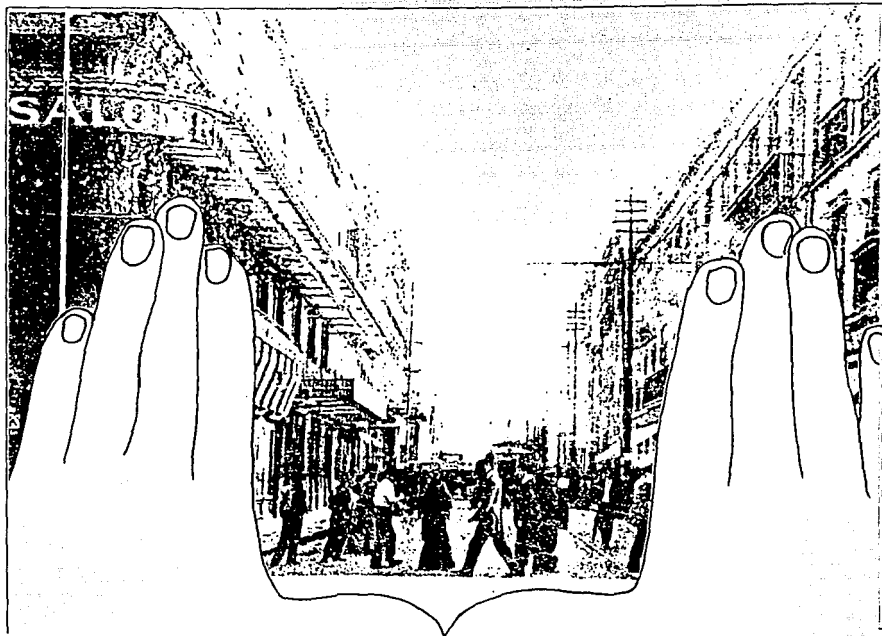
Historia

Encuadre de las manos



*En la vida del hombre hay tres cosas importantes:  
Dios, familia y un buen libro de la juventud.  
Miguel Miranda Velázquez (Cafenauta)*

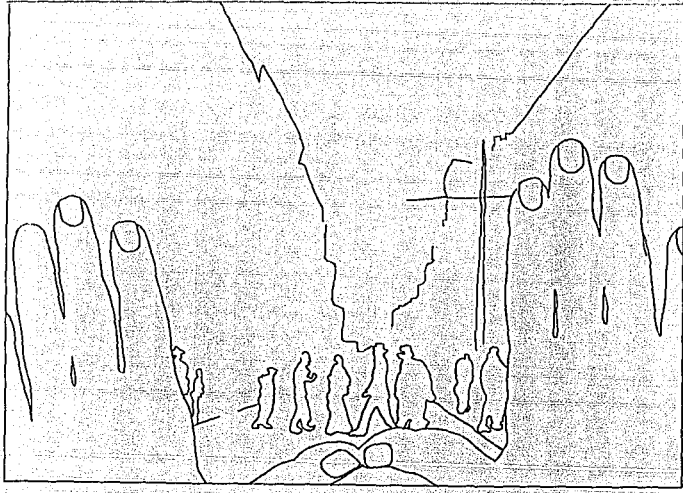




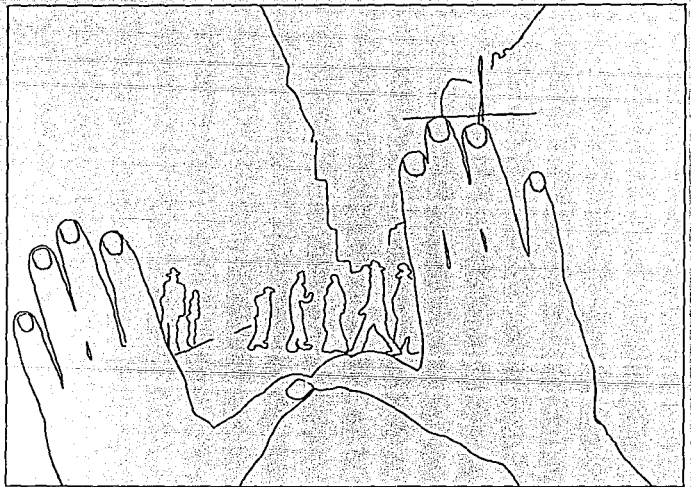
Integración de las manos y la foto.

Es necesario hacer pruebas de varios encuadres y tamaños de las manos, para encontrar el mejor aprovechamiento de los elementos que conforman el cartel.

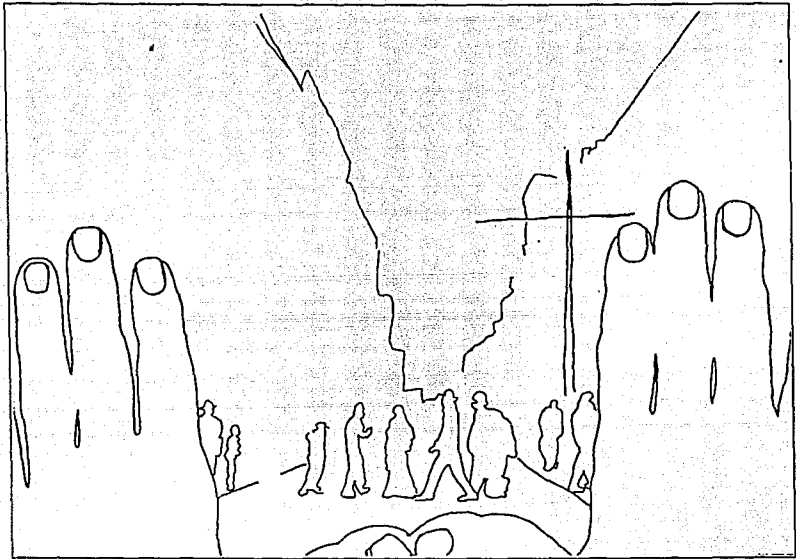
*sino nos tenemos ni a nosotros mismos,  
entonces conoceremos la más mediocre de todas las soledades.  
Fabiola Valdelamar*



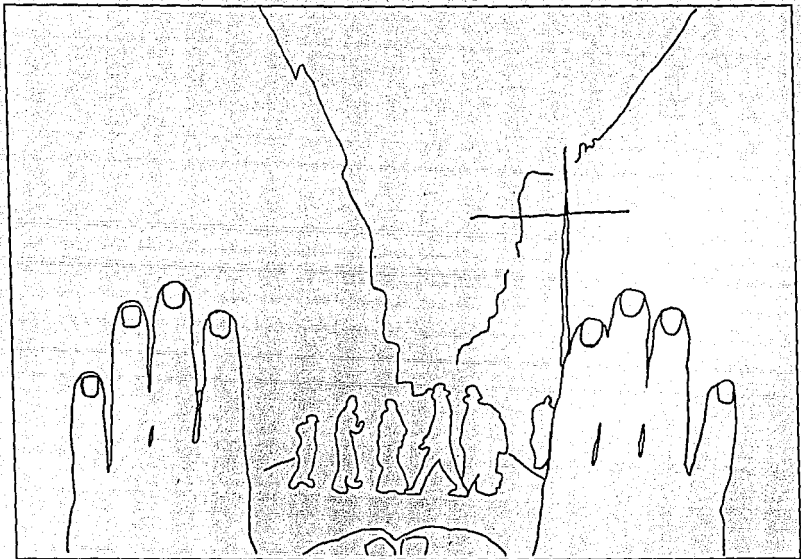
El tamaño de las manos es demasiado grande, no es muy claro su encuadre. Parece que las manos están recargadas sobre la imagen.



La posición de las manos es interesante, pero no es la más óptima para la representación del concepto que se tiene de la filmoteca. En la aplicación de los elementos del cartel, no se debe descuidar su funcionalidad.



El tamaño de las manos es muy grande y no define la idea del encuadre que se requiere. La posición del centro es buena por su profundidad, en el cartel varios planos están totalmente integrados. (Sólo se necesita escoger el tamaño correcto de las manos).



Por su óptima integración este es el encuadre y tamaño final de las manos.

***Cualquier hombre puede resistir mucho, si se resiste así mismo.***  
***Javier Martínez García***



El cartel final

*It's only there until you get here*  
*Solo permanece ahí hasta que llegues aquí.*  
*Diego Lareida*

## 4. Conclusiones.

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Conocer parte de la historia del cartel, permite confirmar que subsisten características constantes desde sus inicios hasta nuestros días, en donde el cartel es un soporte gráfico que cumple una función comunicadora para una comunidad grande o pequeña, un ejemplo de la función comunicadora del cartel es en la época de las cruzadas, donde se colocaba un panfleto en un lugar público para informar de la situación de sus hombres y familiares. Un hecho similar es la utilización del cartel en Ciudad Universitaria donde la función social es informar a los estudiantes de eventos y actividades académicas y culturales para la comunidad universitaria. Donde la propia comunidad ya tiene un conocimiento de dónde encontrar los carteles que difunden los eventos.

Otro ejemplo para comprobar la función del cartel se demuestra en un pueblito de Hungría con 1 200 habitantes, donde el diseñador Olah Gyorgy imprime un tiraje de 70 a 100 carteles para cubrir la necesidad de informar a sus habitantes. Esta es una clara muestra de cómo el cartel satisface una serie de necesidades con la principal idea de comunicar un mensaje, aplicado en pasillos, paredes, postes, calles, vitrinas que es donde se reflejan las manifestaciones cotidianas de nuestra sociedad, y el mejor lugar para llegar a la masa social a quién va dirigido.

Debe reconocerse que en la actualidad el cartel compete con otros medios como es la televisión y la radio, que tienen una mejor cobertura; sin embargo, el cartel por su carácter de relación directa con el espectador, por lo económico y por su síntesis gráfica mantiene un lugar importante frente a esos medios. De ahí la validez de la propuesta de cartel de esta tesis.

Es evidente que el cartel en algunos casos también ha cumplido una función decorativa aunque lo fundamental de este medio sea su valor como mensaje por lo tanto los carteles que representan los temas fundamentales de la sociedad, marcan la dirección de la evolución de este soporte gráfico.

Por otra parte, quisiera mencionar la importancia del conocimiento por parte del comunicador gráfico, en el ámbito de la producción, como lo es, el aprovechamiento de recursos para una fiel reproducción de la idea, considerando las diferentes alternativas (cada trabajo es una diferente experiencia), por lo tanto, cada trabajo se resuelve de diferente manera, aunque se puede resolver siguiendo el mismo método.

Como comunicador gráfico necesito afrontar con responsabilidad mi oficio, mantenerme constantemente informado, intelectual y gráficamente para así poder resolver en forma satisfactoria los problemas que se presenten.

Es una premisa sencilla, Si yo tengo que comunicar debo estar informado de lo que voy a comunicar como resultado tendremos un buen manejo de la información.

Dentro de la Comunicación Gráfica, el cine satisface necesidades informativas, por ser un medio de expresión, visual, auditivo, intelectual y de reproducción, encontrando así similitudes en el proceso y acabado de un cartel, es decir ambos tienen un resultado, una visión gráfica. Sinteticémoslo así:

- 1) En el cine existen diferentes encuadres, resultado del acercamiento y movimiento de las imágenes y en el cartel un solo encuadre final y decisivo.
- 2) En el cine hay funciones comunicadoras y estéticas, en el cartel su función es comunicar y posteriormente puede servir para ambientar una pared.
- 3) El cine proyecta situaciones sociales actuales y el cartel es también un reflejo de la sociedad actual.
- 4) El cine da una opinión de un acontecimiento y el cartel da una información y al mismo tiempo expresa una opinión.
- 5) Ambos generan cultura.
- 6) Sus materiales gráficos pueden pasar a la perpetuidad.
- 7) Pueden trascender e influir en una sociedad.



También quisiera aclarar que la planeación de la elaboración del cartel favorece el resultado final del proyecto, ya que permite al diseñador evaluar constantemente el concepto del cartel en base del desarrollo de dos aspectos importantes:

Lograr un impacto en el cartel, desde un tamaño reducido hasta la ampliación al tamaño final.

Resolver el concepto del cartel gráficamente en blanco y negro (para posteriormente ser terminado con la tipografía y el color).

Por otra parte, en este proyecto, no hay necesidad de buscar integrar ambas propuestas, ya que los conceptos que se representan son similares por el movimiento y diferentes por sus imágenes (el beso y la ciudad), de las cuales es difícil crear un nuevo concepto.

Conocer que la Filmoteca de la UNAM, es la institución encargada en difundir todo lo relacionado con el cine, carteles, stills, películas entre otras, despierta la inquietud de acercarse ya que concentra y genera cultura por su preocupación en apoyar y difundir la cinematografía nacional, para no limitarse con lo que generalmente escuchamos, que en México existe una escasa producción cinematográfica y reflexionar que podemos conocer a personas de este medio como por ejemplo guionistas, críticos de cine, que tienen una actividad constante como trabajar para la Filmoteca de la UNAM, escribir en revistas y periódicos aportando datos para apreciar todos los detalles de lo que contiene o no contiene una producción, recomendaciones. En una visita a la Filmoteca, casualmente se dió una conversación con el Sr. Ruben Torres responsable del acervo de carteles y además guionista de películas como por ejemplo Los Indolentes y con el Sr. Pérez Turrent, guionista de la película Canoa, quienes pueden comentar de películas, hechos que se presentaron durante su realización, Festivales internacionales de cine, como del cine en sí, por ejemplo uno de ellos

considera que el cine no puede manipular a la gente ya que maneja sentimientos estereotipados, (lo cual es un concepto diferente al que se manejó en este trabajo) además, considero que es un comentario válido que da una constante y desarrollo del cine en sus principios hasta el actual, lo cual influyó en la idea del cartel que muestra un beso y la cámara de cine, que representa sentimientos, una imagen que puede ser fácilmente reconocida y familiar. El beso es la unión y un encuentro de varios sentimientos y es la escena más presentada en las películas a través del tiempo, la cámara de cine como un elemento estático y permante con el beso que es la presencia de la mujer y el hombre en constante movimiento. Por lo que considero que no nada más necesitamos información visual para documentarnos, sino provocar o buscar diálogos con gente que desempeña una actividad comunicadora más global, de más información cultural (visual y escrita) al estar relacionado con el cine que a su vez se relaciona con otros medios masivos, Es decir, una información más amplia y cotidiana que finalmente se nos proporciona.

Por lo que para mí resultó agradable e informativo por sus diversos comentarios y puntos de vista, los cuales son respaldados por su preparación y experiencia.

Participar apoyando una parte de la difusión de la Filmoteca de la UNAM, como pueden ser sus programaciones que son variadas y especializadas, que son pensadas para las diferentes edades y gustos, como también la atención que brinda en los diferentes estados de la república por medio de los cine clubs con los que tiene relación, es indispensable para la propia formación profesional del comunicador gráfico así como el agradecimiento de lo que nos proporciona la Filmoteca de la UNAM.

## Anexos.

### Cronología de La Filmoteca de la UNAM

1956	Fundación de la Federación Mexicana de Cine Clubes.
1957	Fundación de la Asociación Universitaria de Cine Clubes.
1959	La Dirección General de Difusión Cultural, crea la Sección de Actividades Cinematográficas, designando a Manuel González Casanova
8 de Julio de 1960	Fundación de la Filmoteca de la UNAM, con la donación de las películas Raíces y Torero por el Sr. Manolo Barbachano en presencia del Rector el Dr. Nabor Carrillo.
1960-1970	La Filmoteca de la UNAM forma parte del Departamento de Actividades Cinematográficas.
1962	Su acervo de películas es de 110 títulos
1963	Acervo de 136 títulos de los cuales con cintas mexicanas, se organizó un Festival de Cine Mexicano en París.
1966-1967	Su acervo es de más de 300 títulos.
1970	Por iniciativa del Rector Ing. Javier Barros Sierra, la Filmoteca de la UNAM forma parte integrante de la Escuela de Cine, como Centro de Extensión Académica.
14 al 19 de Febrero de 1972	-La Filmoteca de la UNAM organizó el VI Congreso de la UCAL en la México. -La Sala Lumière de la Casa del Lago, comienza a trabajar como sala de la Filmoteca. -Edición de la revista Cinemateca y el Boletín CIDUCAL que se convirtió en el órgano informativo de la Unión de Cinematecas de América Latina (UCAL).
1976	-La Filmoteca de la UNAM se desprendió administrativamente de CUEC. -Procinemex obsequió 80 películas de producción nacional. -Exposición 80 años del Cine en México, que permaneció abierta dos años
en el Museo del Chopo.	
8 de Diciembre de 1977	-Con el Rector, Dr. Guillermo Soberón, se reconoció a la Filmoteca de la UNAM como Institución Universitaria, con la responsabilidad de ser depositaria legal de todo el material fílmico, televisivo y del equipo cinematográfico de museo, permanente a la UNAM. -La Filmoteca de la UNAM, es reconocida como miembro efectivo de la FIAF (Federación Internacional de Archivos Fílmicos).
1979	La Filmoteca de la UNAM organizó el Primer Encuentro Nacional de Cine Super 8 donde después elaboró un paquete de 10 largometrajes representativos de los 80 años de cine en México, para ser enviados a diversos países con los que ya se había acordado su programación.
1980	-La Filmoteca de la UNAM en colaboración con la Unesco, realizó el Primer Encuentro Latinoamericano de Imágenes en Movimiento. Forma parte como miembro activo de la Asociación Internacional de Cine Científico y participa en su congreso en Alemania el mismo año. -Participa en el Encuentro Internacional de Cine, Cultura y Liberación Nacional.
1983	Por acuerdo del Rector, Dr. Octavio Rivero, La Filmoteca de la UNAM, se instala en el histórico edificio de San Idelfonso.

## Bibliografía.

**Catálogo de la  
Primera Bienal Internacional del Cartel en México 1991.**  
Página 15

**STERMER Dugald,  
Carteles Cubanos,**  
México, Mc Graw-Hill, 1970, 141 p.

**Programa de Actividades de la  
Primera Bienal del Cartel en México 1990**

**BARNICOAT Joan,  
Los carteles, su historia y su lenguaje,**  
Barcelona G. Gill, 1973, 280 p.

**ARNOLD Matthias,  
Henri de Toulouse-Lautrec 1864-1901**  
Alemania, Edit. Benedikt Taschen 1990, 95 p.

**ROMANDIA Cristina Félix, Guerra Larson Jorge,  
El cartel Cinematográfico Mexicano**  
Mexico, Cineteca Nacional, 1987.

**RENAU Josep,  
Función social del cartel,**  
Valencia, España: F. Torres, 1976, 100 p.

**MEDINA Cuahitómoc,  
Diseño antes del Diseño**  
México, Museo Carrillo Gil, 1991, 123 p.

**Vicente Rojo 40 años de Diseño en México,**  
México, Bienal Internacional del Cartel en México, 1990

**GONZALEZ Casanova Manuel,  
¿Que es un Cine club?**  
México, Filmoteca UNAM, cop. 1978

**Gaceta de la UNAM del 3 de marzo de 1986**

**GONZALEZ Casanova Manuel,  
25 años de la Filmoteca de la UNAM 1960-1985,**  
México, Filmoteca de la UNAM, cop. 1986, 120 p.

**GONZALEZ Casanova Manuel,  
Organización y funcionamiento de la Filmoteca,**  
México, Filmoteca UNAM, 1975, 47 p.

**REYES Aurelio de los  
Cine y sociedad en México: 1896-1930**  
México: UNAM y Cineteca Nacional, 1981

**AZCUY René,  
Encuentro de diseñadores latinoamericanos y del caribe**  
México, 2a. Bienal Internacional del Cartel en México,  
1992

**VAZQUEZ Langle María Patricia,  
Animación del logotipo de la Filmoteca**

**En Exposición  
El cartel Mexicano en el extranjero**  
Estación del metro Zócalo, México, D.F.,  
Filmoteca de la UNAM, 1992

**SHARKERY Neil,  
Exposición Grupo Pentagram,**  
Biblioteca México. Bienal Internacional del Cartel en México,  
1992

**Entrevista a Germán Montalvo,**  
realizada el 29 de agosto de 1992

**Entrevista a Rafael López Castro,**  
realizada el 8 de diciembre de 1992

## Carteles

Derechos Humanos

**Uwe Loesch**

Catálogo de la Primera Bienal Internacional del Cartel en México

*Salon des cent*

**Alphonse Mucha**

Los carteles, su historia y su lenguaje

Joan Barnicoat

*Ambassadeurs: Aristide Bruant*

**Henri de Toulouse-Lautrec**

Henri de Toulouse-Lautrec 1864-1901

Benedik Taschen

*Portada: Lecturas Mexicanas*

**Roberto Montenegro y Gabriel Fernández Ledesma**

Diseño antes del Diseño

*La Posesión*

**Josep Renau**

Diseño antes del Diseño

*Ciclo de Cómicos, Casa del Lago*

**Vicente Rojo**

Vicente Rojo, 40 años de Diseño en México

*RLC*

**Rafael López Castro**

EXTRADISEÑO

Boletín Informativo 6

*50 años de la FIAF*

**Rafael López Castro**

Programa de actividades de la Segunda Bienal Internacional del Cartel en México

*VII Muestra de Cine Mexicano en Guadalajara*

**Rafael López Castro**

Programa de Actividades de la Segunda Bienal Internacional del Cartel en México

*La Tarea*

**Germán Montalvo**

Revista A

Julio de 1992

*México, los años Cuarenta*

**Germán Montalvo**

Catálogo de carteles de Germán Montalvo

*Besos Robados*

**Rene Azcuy**

Programa de Actividades de la Primera Bienal Internacional del Cartel en México

*Museo del Cartel*

**Keri Piippo**

Catálogo de la Primera Bienal Internacional del Cartel en México

*Marlene Dietrich*

Hollywood las Estrellas y sus Mitos

*Necesito Dinero*

**Josep Renau**

Diseño antes del Diseño

*El Fanfarron*

Acervo de Carteles de la Filmoteca de la UNAM

*Las Fuerzas Vivas*

Acervo de Carteles de la Filmoteca de la UNAM

*Fotografía del Cartel de la Filmoteca de la UNAM*

Cine y Sociedad en México: 1896-1930

Aurelio de los Reyes

### **Agradecimientos**

**A todos los amigos y en especial a los que me ayudaron.  
Gracias por darle un mayor valor al contenido de este trabajo.**

### **Agradecimientos Especiales**

**Gracias a todo el personal de la Filmoteca de la UNAM,  
de la Biblioteca de la ENAP,  
Biblioteca de la Cineteca Nacional,  
a los diseñadores entrevistados,  
a Trama Visual,  
al Prof. Eduardo Soto  
y en especial a Diego Larcida  
por su contribución a este trabajo.**