

35  
19j.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

MEXICO PAZ  
ESTADO DE QUERETARO  
AGOSTO 1994



SECRETARIA GENERAL  
ESCUELA NACIONAL DE  
ARTES PLASTICAS  
XOCHIMILCO B. P.

*Tesis Diseño de Cartel*

**75º ANIVERSARIO DEL ZOOLOGICO DE LA CIUDAD DE MEXICO.**

Presenta para obtener el  
Titulo de Licenciado en  
Diseño Gráfico  
Rocío I. Torres Castañeda.

Mexico, Xochimilco 1994

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

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

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

---

## INTRODUCCIÓN

---

La comunicación es, sin duda, uno de los pilares de la vida humana; fundamenta la sociedad y regula las actividades del hombre en todos los niveles. De entre las formas de comunicarse la visual constituye una de las más importantes, y, el Diseño Gráfico ocupa un lugar preponderante al integrar elementos sensibles y abstractos en mensajes visuales que identifican al emisor con quien recibe el impacto comunicativo.

Quizá uno de los medios de comunicación visual más versátil sea el cartel, pues además de transmitir breve y concisamente un mensaje, proporciona la posibilidad de hacerlo de manera muy atractiva y desarrollar creativamente la opinión personal del cartelista respecto al tema que aborda. El objetivo de éste proyecto consiste esencialmente, en integrar los elementos adquiridos a lo largo de la carrera de Diseño Gráfico, con

los que se obtendrán a partir de una investigación sobre la teoría de elaboración del cartel y diseñar con base en un marco de referencia y teórico un trabajo gráfico con motivo del 75º Aniversario del Zoológico de la ciudad de México, ya que es una institución de gran tradición familiar y cultural dentro de la sociedad mexicana y que permite el acercamiento a formas de vida diferentes que conforman una fuente de información biológica y estética que estimula nuestra sensibilidad y aporta una gran cantidad de elementos para la expresión visual.

Para desarrollar el trabajo de tesis se recurrirá a la bibliografía para ubicar en la historia el desarrollo del cartel, las características que lo definen y los

tipos del mismo (marcos histórico y teórico), así como las condiciones que rodean al Zoológico de la Ciudad de México y las alternativas que presenta el festejo de sus 75 años para difundir por medio del cartel la importancia de conservar a las especies albergadas en la institución destacando la extensa riqueza estética que brinda el mundo animal (marco de referencia).

Se definirá la idea creativa fundamental que determinará el estilo y técnicas que resuelvan el problema gráfico. El proceso será secuencial, partiendo de un boceto a proporción sobre el que se harán pruebas y modificaciones hasta obtener la mejor solución; entonces se hará un boceto en tamaño real a color y se corregirán los posibles errores

técnicos y de comunicación.  
Finalmente se dará un acabado profesional a los carteles y se confrontará con los objetivos iniciales para determinar si cumple cabalmente con ellos.

---

# INDICE

---

## 1 COMUNICACIÓN Y DISEÑO

1.1 Definición y tipos de Cartel

1.2 El Cartel y su Historia

1.3 El Cartel en México

## 2. EL ZOOLOGICO DE LA CIUDAD DE MEXICO

2.1 Importancia de los animales para el hombre

2.2 La estética animal

2.3 El Zoológico hoy, a 75 años

## 3 EL CARTEL CONMEMORATIVO DEL 75o ANIVERSARIO DEL ZOOLOGICO DE LA CIUDAD DE MEXICO

3.1 La propuesta (idea creativa)

3.2 El desarrollo (material y métodos)

3.3 El resultado

**CONCLUSIONES.**

**BIBLIOGRAFÍA.**

**GLOSARIO DE TÉRMINOS.**

---

## **OBJETIVOS:**

---

### **OBJETIVO GENERAL**

*Evidenciar al cartel como un medio público de comunicación visual de gran impacto social y demostrar que es adecuado para difundir la importancia de un Zoológico como el de la Ciudad de México y las altas posibilidades estéticas del mundo animal.*

### **OBJETIVOS PARTICULARES**

*- Manifestar la importancia del diseño gráfico, en general, y del cartel en lo particular, dentro del campo de la comunicación masiva y su adecuación para transmitir un mensaje sobre los 75 años del Zoológico de la Ciudad de México.*



- Elaborar íntegramente un cartel conmemorativo del 75 Aniversario del Zoológico de la Ciudad de México, transmitiendo la importancia de conservar y admirar en instalaciones adecuadas a las especies animales que alberga dicha institución.

- Destacar, por medio del empleo adecuado de las técnicas del Diseño Gráfico, los elementos estéticos más representativos del Zoológico de la Ciudad de México y su aniversario.

- Apoyar el concepto de educación ambiental a partir del cartel a diseñar, tratando de

simbolizar el hecho de la necesidad de una interacción del hombre con la naturaleza.

- Abarcar las características que han determinado al cartel a través de su historia e integrarlas con un punto de vista actual del evento del 75 aniversario del Zoológico de la Ciudad de México, para desarrollar una idea creativa que dé expresión al mensaje a transmitir.

- Seleccionar los materiales y métodos gráficos adecuados para desarrollar un cartel con un mensaje claro y atractivo.

---

## I COMUNICACIÓN Y DISEÑO

---

Este trabajo pretende demostrar que el Diseño Gráfico es un elemento importante dentro de la comunicación, y que de los medios que se han desarrollado en su contexto, el cartel ocupa un lugar destacado por la versatilidad de sus aplicaciones y la claridad de sus mensajes. Por tanto, es necesario definir el proceso de comunicación:

La comunicación no es más que el enlace entre un emisor y receptor.

En sus formas más simple requiere solamente de una necesidad de "compartir", un mensaje, quien lo produzca y quien lo reciba con atención. Sin embargo, en las relaciones humanas, se ha visto la necesidad de, no solo complicar, sino de integrar el esquema básico de comunicación una serie de auxiliares con el fin de alcanzar precisión y certeza en la transmisión de los mensajes. Complementando a la palabra -o viceversa- la comunicación visual

a acrecentado su importancia hasta constituirse como un elemento fundamental e indispensable en el que es, sin lugar a dudas, el eje central de la vida humana: la comunicación.

El Diseño Gráfico que atiende como problema central la necesidad de integrar mensajes básicamente visuales que enlacen al emisor (institución o empresa) con un receptor (o público), es una herramienta que trabaja gracias al empleo de códigos, tanto lingüísticos como icónicos, letras y textos o signos.

"Estos elementos se combinan en el espacio bidimensional del trabajo gráfico: el soporte, generalmente papel; según un cierto esquema mental, básicamente dialéctico y que

constituye el mismo proceso de búsqueda de soluciones: de síntesis, en un trabajo que coordina el pensamiento lógico y el impulso creativo" (1).

Así el Diseño podría conceptualizarse en la comunicación como la conjugación de:

- 1.- Un emisor con objetivos claros para comunicar;
- 2.- Un mensaje o idea precisa que transmitir;
- 3.- Un diseñador (o codificador del mensaje) que interprete creativamente los datos del mensaje y los integre en un código inteligible;

(1) Costa, Joan. Enciclopedia del Diseño. Imagen Global CEAL, p. 13.

4.- El medio difusor o "canal" por el que circulan los mensajes gráficos: Prensa, libro, cartel, televisión, etc.

5.- El receptor o destinatario de la comunicación visual.

El diseño, como comunicación, se fundamenta en el hecho de hacer trascender a los objetos de su significación estrictamente material, a un sentido evocativo o conceptual, y hace uso de símbolos (objetos interpretados) bien seleccionados, para integrarlos en mensajes que impacten psicológicamente a través de la percepción, comprensión e integración de los diversos elementos del mensaje por el receptor.

Cabe mencionar que "un objetivo implícito en el Diseño es la comunicación masiva, y por ello la selección del medio más adecuado representa una de las actividades cruciales en el proceso comunicativo."

(2)

Para cumplir con el objetivo de dar a conocer el aniversario del Zoológico, se seleccionó al cartel como el mejor difusor por ser un medio de comunicación público, versátil, accesible, claro y de un impacto casi instantáneo, pues el contacto entre el mensaje y el receptor se establece de forma inmediata desde que éste fija su atención en el cartel. Lo anterior se logra haciendo un análisis del modo en que se concibe al cartel, sus tipos y funciones.

(2) *Idem* pp. 11-18.

---

## 1.1 DEFINICIÓN Y TIPOS DE CARTEL

---

*Dentro de los medios impresos de comunicación de masas, el cartel representa uno de los pilares de la divulgación informativa.*

*Aunque se le defina simplemente como un anuncio o aviso que se fija en lugares públicos, hablar de cartel implica entrar en un campo muy amplio del Diseño Gráfico y la expresión visual. En el cartel es importante la imagen, en ella se encuentran muchas veces la fuerza del mensaje,*

*complementada o a veces simplemente acentuada por un texto literario.*

*Es un medio versátil y ofrece una gran libertad de expresión creativa por parte del Diseñador. Permite combinar de manera impactante un gran número de elementos para delimitar, afianzar, y precisar armónicamente el mensaje a transmitir; centrándose básicamente en estimular las sensaciones y capturar así la atención del receptor.*

Desde la selección del soporte -papel por lo general- hasta la determinación de signos y códigos lingüísticos o icónicos; la gama de elementos que intervienen en el cartel, le confieren una confiabilidad a veces muy superior a otros medios para adecuarlo a la transmisión de ideas.

A pesar de esto, el cartel está limitado a necesidades específicas que el medio al que va dirigido exige. Es considerado como instrumento de influencia o manipulación de masas. Quizá se deba a que documenta el factor sociológico a través de sus repertorios iconográficos, de los arquetipos mas apreciados de su tipología social; el cartel ha sido capaz de captar comportamientos sociales y

devolverlos al medio amplificados y estilizados convenientemente para presionar y manipular a su vez los gustos colectivos, aunque por otro lado, también se reconoce el sentido concientizador que ha manifestado y el importante papel de la estética moderna.

De acuerdo a la función que cumpla y al mensaje preciso y particular que comunique, el cartel puede ubicarse en varios tipos a saber (Tabau, 1979):

**Cartel Comercial:** contiene un arte y técnica enfocados a generar un deseo en el consumidor potencial y en transformar este deseo en necesidad para desencadenar en el sujeto la actitud de compra, promoción y

reconocimiento del producto o servicio ofrecido (Fig. 1).



Figura 1.  
Cartel  
comercial

*Cartel político: su función es exponer y poner en práctica una ideología subordinada a una necesidad política de propaganda institucional, gubernamental o sindical (Fig. 2).*



Figura 2.  
Cartel  
Político

*Cartel cultural: se especializa en divulgar, promover e informar sobre eventos y tendencias artísticas y culturales como son teatro, cine, exposiciones, música, artes plásticas, conferencias, etc (Fig. 3).*



Figura 3.  
Cartel  
cultural.

#### **Cartel**

*Social: divulga campañas y eventos en el sector social para promover salud, deportes, turismo, participación social ecología, etc (Fig. 4).*



Figura 4.  
Cartel  
social

También pueden clasificarse, de acuerdo al efecto que causan en el receptor, como:

**Formativos:** que pretenden cambiar la conducta del usuario, crear conciencia de una realidad a partir de un orden social.

**Informativo:** comunica sobre eventos, actividades, productos, etc.

**Informativo-formativos:** conjuga las dos funciones, generando un criterio o propuestas.

El cartel producto de esta tesis se define como cartel de carácter informativo y tipo sociocultural. El soporte gráfico del mismo y sus elementos serán reproducidos a tamaño de 60 por 40 cm, para ser visto a cierta distancia, reproducido con colores llamativos, con formas simples, conjugando lo gráfico en un mensaje fácil de recordar, haciendo de éste contenido algo integral y armónico.

Los aspectos más importantes al elaborar el cartel son la visualización de la parte gráfica, la asociación de ideas, la claridad y la síntesis, para hacerlo de rápida comprensión.

Así, el cartel ha jugado un importante papel en el ámbito de la comunicación social y, gracias a la gran variedad de elementos que pueden integrarlo, se ha colocado desde sus orígenes históricos entre los medios de expresión visual más explotados y admirados, conjuntando capacidades que van desde la estimulación de los sentidos, hasta la sensibilización masiva, generando, muchas veces, tendencias de comportamiento en la sociedad.



Revisar la historia del cartel para ubicarlo dentro de un marco histórico, da una clara visión de su importancia en la comunicación humana.

---

## 1.2. EL CARTEL Y SU HISTORIA.

---

Es interesante mencionar que si bien la importancia del cartel es indiscutible, lo mismo que su penetración en el ambiente sociológico; fue desde su origen que se vislumbraron los alcances que podría tener -y tuvo- en el aspecto artístico y el gran impacto psicológico que lo caracteriza en su participación en grandes eventos de la humanidad (sociales, culturales, políticos, económicos, etc.).

La antigüedad del cartel puede considerarse desde los grabados y dibujos en piedra de la antigua

Grecia, que fueron expuestas públicamente con fines de propaganda. También hay registros de anuncios pintados en paredes como invitaciones a las representaciones de teatro en Roma. Posteriormente, con la aparición de la xilografía y la imprenta, la impresión de carteles inició un auge (3).

Sin embargo, el primer cartel considerado como tal "...es francés: fue hecho en 1482, y anunciaba "el gran perdón de Nuestra Señora" de

(3) Parramón, J. M. 1969. Así se pinta un Cartel. Ed. Parramón, Barcelona p.34.

París" (4). En general, los carteles eran tipográficos, el cartel pintado se popularizó cuando aparecen la litografía y la cromolitografía sobre piedra y zinc.

Es a mediados del siglo pasado en que el cartel destaca claramente en el terreno de la comunicación masiva, siendo Francia el país más destacado en la elaboración del cartel y la audacia de sus propuestas gráficas.

Nombres como Chéret, Raffet, Gavarni, Grandville, A. Mucha, Lautrec, en Francia, el suizo Lüthi y el inglés Fred Walker, son considerados como los primeros y más destacados cartelistas publicitarios.

(4) *Idem*, p. 34.

El impacto que tuvieron en general los carteles en la vida cultural, hizo que la trascendencia de este medio de expresión a otras áreas de las actividades humanas fuera no solo intensa, sino que también alcanzara una profundidad conceptual que llegó a definir estilos y tendencias muy importantes en los movimientos artísticos tanto del siglo XIX como del XX: Art Nouveau, impresionismo, expresionismo, el modernismo, fauvismo, cubismo, pop art, etc (Fig. 5).

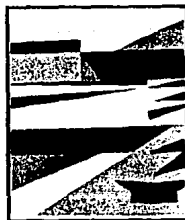


Figura 5.  
Tendencias  
del cartel

Fue tanta la influencia masiva del cartel, que sus aplicaciones pasaron a ocupar un importantísimo lugar en la expresión ideológica de movimientos sociales tan importantes como la revolución industrial y las guerras. Los países socialistas se han destacado por el empleo especializado del cartel en el proselitismo de las ideas de su régimen y el fortalecimiento moral de la ciudadanía. En las guerras mundiales, también jugó un rol de concientización y convencimiento por las causas y tendencias en conflicto, contribuyendo marcadamente a estimular respuestas cívicas.

En América alcanza un lugar preponderante en los movimientos sociales de diversos países y, fundamentalmente en gran parte de la difusión de campañas de salud y alfabetización en América Latina,

constituyendo en ocasiones el único medio -o el más eficaz- para alcanzar lugares recónditos y criterios susceptibles.

La progresiva expansión del cartel, que ha modificado tanto sus aspectos formales como contextuales, se debe a sus características intrínsecas: adaptación a cualquier circunstancia, la constante búsqueda de alternativas gráficas, su plasticidad, el bajo costo en su elaboración e impresión, la claridad de sus mensajes, etc.

También su ubicación se ha modificado a través de su historia; de los muros, ha logrado entrar a galerías y museos como elemento de arte prestigioso, a los transportes colectivos, a las habitaciones de jóvenes como elemento decorativo o de expresiones tendenciosas, y lo

más importante es que ha pasado a ser un elemento determinante en la concepción ideológica de nuestro tiempo y de la sociedad.

En nuestro país, la trascendencia y el impacto que ha desarrollado el cartel dentro de la sociedad, demuestra que ejerce una gran influencia en el México actual.

---

### 1.3. EL CARTEL EN MÉXICO.

---

En nuestro país, como en muchos otros, la crítica de las condiciones políticas y sociales a través de grabados y caricaturas alcanza dimensiones considerables, y a principios de éste siglo se destacan figuras como las de Gabriel Vicente Gahona, Claudio Linati, José Guadalupe Posada, y muchos otros litografistas y caricaturistas que han trascendido por sus trabajos de difusión y crítica. Aunque

formalmente no eran cartelistas, si constituyen un antecedente importante de los estilos y tendencias que caracterizan los mensajes del cartel mexicano, que fue costumbrista y de difusión cultural en un principio. Sin embargo, a partir de la revolución, los temas populares del México tradicional cobraron fuerza e impulso y sus seguidores se convirtieron en propagandistas de lo más íntimo del pueblo mexicano (Fig. 6).



La adecuada densidad visual dada por imágenes y palabras aseguraba una clientela cautiva para folletos y libritos editados por Vanezas Arrollo.

Figura 6.  
Portada de  
J o s é  
Guadalupe  
Posada.

La  
aparición  
d e l  
c a r t e l

contemporáneo en México se debe a la aportación de la Imprenta Madero, y específicamente a la obra de Vicente Rojo, que se establece en el año de 1951, creando un estilo gráfico propio y extraordinario, ya que con una gran economía de elementos logra resultados excelentes.

En 1913, se reglamentó la fijación de carteles en lugares públicos autorizados y, en los años treinta se manifestó el diseño artístico en los trabajos litográficos a color de M Caro, Romero, Juan Antonio Vargas Ocampo y José Renau. Bajo su influencia, comienza una diversificación del cartelismo, cuyos campos de acción principal fueron el político, del cine, la vida de México y el mundo, el hombre con su vida y sus problemas, la naturaleza y sus paisajes, la ciudad con sus calles, puentes y viaductos. Destacan también cartelistas como Armando y Raúl Martínez Cacho, Marco Antonio Echeverría, Francisco Cerezo, Vicente Rojo, Rafael López Castro, Carlos

Palleiro, Abel Quezada, Armando Villagrán, entre muchos otros.

El cartel en México se ha caracterizado por solicitar el diálogo con el gobierno, libertad de presos políticos, lucha social y solidaridad, campañas políticas, apoyo a movimientos populares internacionales, invitación a campañas de salud y educación, publicidad cultural y comercial.

Actualmente, el diseño de carteles y su producción, forma parte de las actividades de centros de educación superior tales como la UNAM, la UAM, la Escuela de Diseño y Artesanías, que son las encargadas de formar al grueso de los diseñadores y cartelistas que, entre otras actividades, brindan sus servicios a

instituciones públicas y privadas que requieren de encargados de difusión y diseño de los eventos y actividades especiales.

La propuesta de un cartel alusivo al aniversario del Zoológico, pretende contribuir a la expansión del área de actividades de los diseñadores, al estimular su participación en dicha institución para el reconocimiento del trabajo gráfico efectuado para destacar a través del cartel aquí realizado, la importancia de sus instalaciones y su función social a partir de su aniversario. Para ello, es indispensable dar un panorama general del Zoológico de la Ciudad de México, en el que se destaque la presencia de la institución.



---

## 2.- EL ZOOLOGICO DE LA CIUDAD DE MEXICO.

---

Una Institución importante en cualquier medio social, es el Zoológico, pues crea un vínculo entre el ciudadano común y la naturaleza "más allá" de lo cotidiano. Representa, para muchos, el primer acercamiento a la realidad biológica que significa la diversidad de formas de vida y la expansión de la conciencia ecológica y estética, dadas las características de los animales que el zoológico alberga y la política conservacionista que lo caracteriza. En muchas ciudades importantes del mundo, se cuenta con zoológicos famosos, que se

caracterizan por lo variado de sus colecciones y por la difusión gráfica que hacen acerca de la belleza y diversidad del mundo animal.

El Zoológico de la Ciudad de México se ubica en el Bosque de Chapultepec (o del cerro del Chapulín). Actualmente es considerado el principal centro recreativo y cultural del país. Se extiende desde el circuito interior al anillo periférico y de la avenida de los Constituyentes al Paseo de la Reforma. Aparte del cerro y su castillo, el bosque alberga los más

importantes museos, el auditorio nacional, teatros, fuentes y al más completo Zoológico de México.

La historia del Zoológico data de la época prehispánica, en que Moctezuma Xocoyotzin creó los museos zoológicos de Tenochtitlan, Oaxtepec y Chapultepec aún antes de que se conocieran en Europa. El del Bosque, cercano a los manantiales, incluía a especies de los ríos y lagos de Anáhuac.

El Zoológico de la ciudad de México quedó instituido en la época del presidente Díaz y desde entonces se ha venido enriqueciendo con nuevos ejemplares que se obtienen por intercambio de especies con otros países o por donaciones.

Mediante clima artificial y en condiciones de vida lo más semejantes

posible a su medio natural, se preserva a los animales y se ha logrado la reproducción de algunas especies.

México hoy, está entrando en un período intenso de modernización que exige, entre otras cosas, elevar la calidad de los servicios que ofrece. La concientización ecológica también forma parte de las exigencias de la vida contemporánea, y ofrecer a la comunidad un espacio digno para conocer y comprender la importancia del respeto y conservación de los seres vivos es el papel del Zoológico de la Ciudad de México, destacando no solo por su función social, sino que también por expresar la importancia que tienen los animales para el hombre.

---

## 2.3 EL ZOOLOGICO HOY, A 75 AÑOS.

---

A través del cartel conmemorativo del Zoológico, se hace una invitación a aproximarse al renovado espacio, a la modernidad característica de nuestro tiempo y a la gracia estética del reino animal a nuestro alcance.

El avance de las investigaciones zoológicas y el auge del despertar de la conciencia ecológica en la sociedad, hizo necesario el mejorar las condiciones de cautiverio y la actitud de los visitantes ante las especies que ahí, se conservan.

Fue por ello que, al cumplir 75 años de establecido, se decidió remodelar el Zoológico, para colocarlo a la altura de los mejores del mundo en cuanto a la atención a los animales y proporcionar a los visitantes un nuevo contexto en su acercamiento y disfrute de la gran variedad que presenta el Reino Animal.

Si bien en un principio el objetivo principal de los Zoológicos fue para la recreación e información a través de la exhibición hoy, y

entre ellos el de la Ciudad de México, cumplen con funciones importantes como:

- Educación. al permitir una observación directa de los animales, hace que el público tome conciencia y se enseñe a respetar.
- Caudal genético, pues contribuyen a perpetuar especies que, en algún momento se intercambian con otros zoológicos o se llevan a sus habitats naturales para repoblarlos.
- Protección ecológica y conservación de especies en peligro de extinción, ya que se realizan investigaciones sobre el mantenimiento y reproducción de especies

que, a veces, ya no se encuentran en su ambiente natural.

- Investigación científica y técnica, pues se realizan estudios de fisiología, patología y medicina comparadas.
- Atracción turística, al presentar una organización atractiva en un entorno natural y de importancia histórica como es Chapultepec.

A partir de lo anterior, se destaca la importancia de difundir adecuadamente, el concepto moderno que el zoológico está por presentar.

Independientemente de la difusión que se hace a través de los medios masivos de comunicación como el radio, la televisión y los

periódicos, considero que la publicación de un cartel alusivo de los 75 años de la institución, cuyo mensaje sea una invitación informativa que manifieste el nuevo espíritu del zoológico y destaque la importancia estética de los animales, sea un complemento conveniente y de gran penetración en el medio social.

Es fundamental, entonces, elaborar una propuesta gráfica del cartel que cumplirá esos objetivos.

---

## 2.1 IMPORTANCIA DE LOS ANIMALES PARA EL HOMBRE.

---

El Diseño Gráfico, como codificador de la información a transmitir, cumple la tarea de analizar, sintetizar y condensar las características conceptuales de los objetos, para estimular psicológicamente una respuesta en el receptor de sus mensajes. De acuerdo a la naturaleza (forma, color, esencia, texturas, etc.) del fenómeno que inspira al transmisor, las sensaciones varían y generan estados de ánimo diversos.

Desde los orígenes del hombre, éste ha sentido un especial apego por los animales. No sólo el empleo que

hace de ellos para sus actividades económicas y domésticas, sino que también la gran carga emotiva y simbólica que acompaña sus relaciones con estos seres, ha permitido que, a través de imágenes interpretativas, el ser humano intente "capturar" y transmitir la fuerza vital que observa en los animales. Ya en la prehistoria, las representaciones rupestres y escultóricas de animales, son una clara muestra de la inquietud intelectual - sea religiosa, mágica, artística o económica- que la presencia animal despierta en el hombre, además de estimular su

sensibilidad al grado de sintetizar las características más sobresalientes de los animales en símbolos concretos que transmiten eficazmente un estímulo de, al menos admiración ante la armonía, belleza y gracia que manifiestan.

A partir de ello, surgió la idea creativa que fundamentó el concepto gráfico del cartel para ésta tesis: el análisis de la estética animal.

---

## 2.2 ESTÉTICA ANIMAL.

---

Las formas, colores y dimensiones de los animales representan una fuente de inspiración para la creatividad de los artistas y diseñadores gráficos. En la actualidad se pueden encontrar muchos ejemplos de esto en la cultura publicitaria y artística.

Para el hombre, cualquiera que sea su nivel sociocultural, es importante la estimulación estética de sus sentidos. Cualquier fenómeno que se le presenta es inmediatamente sometido a su criterio estético y

calificado en alguna categoría, de acuerdo al sentimiento que le despierte. Al ser consciente del medio que le rodea, ha manifestado preferencias por otros seres vivos que ha descubierto en su entorno. Desde la prehistoria, se tienen registros gráficos de la preponderancia que los animales han plasmado en la estética humana. Las formas, colores y texturas del reino animal son destacadas en las representaciones que se han hecho a lo largo de la historia como parte del estudio constante de la



naturaleza y la gran inquietud del hombre para comprenderla y asimilarla en su mundo, el mundo de la mente analítica. En ese su mundo poblado de imágenes, la interpretación a través del gusto es primordial.

Desde muchos siglos, los estudios sobre animales "...se limitaron a enfocar el mundo animal bajo un punto de vista práctico, considerando solamente en los animales los aspectos de interés medicinal o económico. Desde el renacimiento, aparecen ya obras en que se coleccionan los detalles asombrosos o simplemente extraordinarios del ámbito zoológico. Es la segunda etapa, que va desde Gessner y Aldovandi hasta Buffon, y en el cual los libros se enriquecen con las posibilidades gráficas del grabado en madera y en cobre.

"Un libro famoso "Le Regne Animal" de Couvier, editado en 1817, puede considerarse como la obra que inicia una tercera etapa en la divulgación gráfica, que integra un atlas de bellas litografías coloreadas."(5)

Los mas diversos animales han proporcionado simbolos y temas de inspiración a la mitología, a la religión y a las artes. Eran en su mayoría animales los totems de las religiones primitivas. En las del antiguo Oriente y Egipto fueron animales sagrados, dioses mitad hombre y mitad animal, humanización de los primitivos totems, y animales

(5) Burton, M.R.B., Enciclopedia de la vida animal. Ed. Brugeta, 1979. Barcelona, pp. 3-4.

consagrados a un dios o divinizados. En la mitología grecolatina a cada dios correspondía un animal que lo simbolizaba, correspondencia que también se observa en las religiones y mitologías de América prehispanica.

De la amplia gama de posibles representaciones que pueden hacerse a partir del análisis estético de los animales; para los fines de éste trabajo, se consideró que las siluetas de los ejemplares más fácilmente asociados al concepto de zoológico, bastarían para desarrollar un cartel informativo al respecto, generando un concepto del Zoológico de la ciudad de México a través del evento conmemorativo de sus 75 años.

---

### 3. EL CARTEL CONMEMORATIVO DEL 75 ANIVERSARIO DEL ZOOLOGICO DE LA CIUDAD DE MEXICO.

---

Con fundamento en los capítulos anteriores, en la elaboración del cartel para esta tesis, intervienen tanto elementos teóricos como prácticos.

Dentro del campo de la comunicación, particularmente en la masiva, se evidencia la necesidad de transmitir mensajes claros, breves y accesibles. El Diseño Gráfico es particularmente requerido, gracias a su alta eficiencia en el complejo arte de codificar mensajes bajo esas condiciones; dentro de él se han

desarrollado numerosas técnicas y medios de comunicación que, trascendiendo su función primaria de concretar mensajes, han alcanzado grados de expresión profundamente creativos. De entre ellos, el cartel se ha destacado por su diversificación y gran impacto.

Para que una sociedad funcione adecuadamente, debe estimular a sus integrantes para hacerlos partícipes del desarrollo y sostenimiento de sus instituciones por medio de actividades de retroalimentación. La

comunicación se encarga de  
ello. Cualquier institución social  
ocupa un lugar importante y permite  
la vinculación de las personas con  
otros fenómenos.

es la belleza inigualable de los  
animales, que con sus formas puras  
constituyen un concepto inmejorable.

Un Zoológico no es la excepción,  
pues genera la conciencia de  
pertenencia a un mundo natural al que  
pocas veces se tiene acceso, tratando  
de simbolizar el hecho de la  
necesidad de una interacción del  
hombre con la naturaleza. Por ello,  
cuando el Zoológico de la Ciudad de  
México cumplió 75 años, y en  
concierto con el auge de la  
reconciliación del hombre con la vida  
natural (la llamada cultura  
ecológica), se decidió renovar las  
instalaciones y acentuar que los  
animales son seres que merecen  
algo más que admiración. Sin  
embargo, el mejor elemento para  
construir un mensaje que invite a la  
sociedad a participar directamente,

---

### 3.1 LAS PROPUESTAS (IDEA CREATIVA)

---

Al observar a los animales, la característica primordial, que define a cada especie a simple vista, es la forma general de sus cuerpos. La imagen gráfica que se ajusta a ese carácter es la silueta. Por eso, al abordar el problema del cartel para el 75º aniversario del Zoológico de la ciudad de México, se generaron tres soluciones gráficas en que se hace uso de las siluetas animales o partes de ellas, integrándolas con diferentes elementos, de forma que en el receptor se genere una sensación de vínculo con un mundo generalmente extraño, el mundo

animal, por medio del zoológico; es decir, que la idea original de estos carteles es la necesidad de integrar a hombre con la naturaleza a través de la comunicación visual de la estética animal interpretada y simbolizada iconográficamente. Esto dió origen a tres soluciones gráficas que se describen a continuación:

En la figura 7 se muestra una de ellas. Se caracteriza por que el espacio visual está dividido en doce cuadrantes que abarcan aproximadamente las tres cuartas partes del cartel en sentido

vertical, y en cada uno de ellos se representa una sección distintiva de la silueta geometrizada del cuerpo de diferentes animales, que, a mi juicio, son fácilmente identificables como habitantes de un zoológico. Pretende que se reconozca a los animales de manera dinámica y no como entes estáticos. A través de la selección de los colores, amarillo y fucsia, se busca una armonía entre ellos para estimular y dar un sentido de viveza. En la parte inferior, aparece el elemento tipográfico (Casper Open Face y Carleton) que informa sobre el evento. El fondo es blanco.

La figura 8 presenta, sobre un fondo blanco, un gran sol rojo centrado en la mitad superior derecha del cartel, y cuyos rayos son siluetas geometrizadas de animales representativos del Zoológico de la Ciudad de México. Se partió de la idea de que un círculo representa

perfección; siendo está una cualidad de la naturaleza, presentar a los animales de esa forma es proponer un símbolo de integridad. Además, como una coincidencia, la redondez del sol es algo lógico y, como un juego de palabras, se obtuvo un redondo SOL-LÓGICO, en que se integran varias sensaciones: la de que el sol es vital para todos los seres; el círculo manifiesta integración y calidez, igual que el sol, acentuado por el color rojo; es lógico que acudir al zoológico es asolearse y contemplar a los animales, todo en uno, en el zoológico. En la mitad inferior, centrado a la figura del sol, se ubica la información tipográfica (Fujiyama y Golden Old) en color negro.

La tercera propuesta (figura 9) consiste en un cartel en formato horizontal, en el que se destaca la palabra zoológico en tamaño

monumental y condensado. Dentro de cada letra hay una o más siluetas de animales geometrizadas. La idea es integrar palabra e imagen directamente al concepto del zoológico, o mejor dicho, casar el símbolo icónico con el tipográfico, reforzando que un zoológico contiene animales de gran belleza, evidente tan solo en las siluetas e invita a apreciar ese contenido personalmente y festejar así el aniversario del Zoológico. Para ello, se completa la información con tipografía (Fujiyama y a menor tamaño Golden Old ). Los colores son rojo para la palabra zoológico y verde para la restante; esto es por dos motivos, el contraste contribuye a destacar aquella y la combinación corresponde a la bandera nacional.

Estas propuestas gráficas surgieron a partir de una metodología que forma parte de un proceso creativo.

---

### 3.2 EL DESARROLLO (MATERIAL Y MÉTODOS)

---

A través de la documentación teórica y gráfica que se obtuvo para este proyecto de tesis, se dió una forma preliminar a un problema concreto: el cartel del 75o Aniversario del Zoológico de la Ciudad de México; sin embargo, sólo a partir de una metodología en particular (Parramón, 1969), se llegó a objetivos claros y concretos que fueron retroalimentándose para dar lugar a un trabajo formal terminado.

Las etapas del proceso creativo del diseño de las tres propuestas gráficas se desarrolló de la forma siguiente:

En la segunda etapa, o de incubación del problema, se generó una lluvia de ideas literarias y previas que se tenían respecto al problema a tratar, las cuales permitieron definir posibilidades al enfocar de diversas formas el problema a solucionar.

Bocetando de forma primaria en blanco y negro las soluciones gráficas tentativas que proporcionaban en su desarrollo las mejores opciones para representar conceptos claros y atractivos, se seleccionaron tres propuestas a trabajar.



La tercera etapa se realizó con las tres propuestas gráficas determinadas, bocetadas en color, las cuales dieron origen a modificaciones para lograr soluciones convenientemente adecuadas e interesantes.

En la cuarta etapa de desarrollo se presentaron estas tres soluciones visuales a proporción y en color para su verificación en cuanto a los objetivos planteados y a la presentación técnica de las propuestas para formar el prototipo original.

A continuación se describe el desarrollo metodológico para cada una de las propuestas seleccionadas:

La figura 7 muestra la primera de ellas. Al inicio del proceso se analizaron las ideas que surgieron del problema; para éste caso fueron:

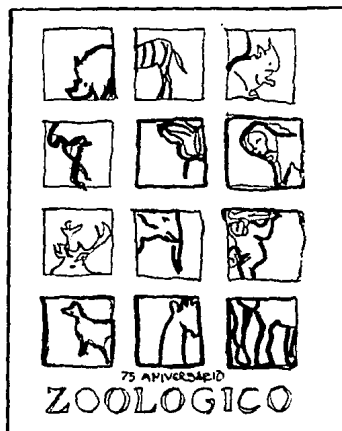
forma y función de las estructuras animales, selección natural, adaptación, sección, cuadro, particularidad, diversidad; a partir de ellas, surgió la idea inicial de seleccionar animales y seccionarlos, haciendo una representación de sus rasgos más característicos. Se bocetó un formato en que había cuatro cuadrantes en sentido horizontal y tres en el vertical, conteniendo cada uno un detalle muy preciso de doce diferentes animales y se planeó utilizar la técnica de ilustración gráfica para representarlos (Fig. 7A)



Figura 7A.  
Primer boceto.

*Sin embargo, la distribución y tamaño de los cuadrantes no permitían una buena definición de las imágenes, por lo que se decidió invertir el orden a tres cuadros en el horizonte y cuatro en la vertical, con lo que se aprovechó mejor el espacio y aumentó el área de los cuadrantes. Además, se*

*modificaron los detalles por siluetas geometrizadas y con un mayor enfoque de los animales, seleccionando de ellos las partes corporales más características (Fig. 7B).*



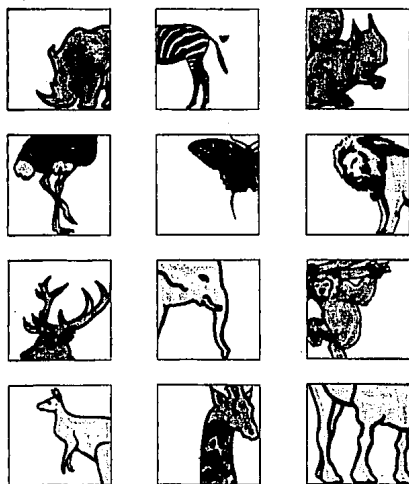
**Figura 7B.  
Segundo boceto.**

*Se elaboró un boceto a color y a proporción para determinar la composición y no hubo más modificaciones. Las tipografías*

elegidas fueron: Caslon Open face para la palabra zoológico y Carleton para el resto. Para la presentación a tamaño real del cartel, se imprimirá en serigrafía, sobre papel blanco mate con medidas de 60 x 40 cm (Fig. 7C).



Figura 7C.  
Diseño final.



75º ANIVERSARIO DEL  
· ZOOLOGICO ·  
DE LA CIUDAD DE MEXICO

FIGURA 7C  
DISEÑO FINAL

Para la siguiente propuesta (Figura 8), en la lluvia de ideas aparecieron los siguientes conceptos: movimiento, calor, integración, círculo, sol, zoológico, "soológico", sol lógico, perfección, redondo. La imagen que integraba todo esto fue la de un sol, rojo por cálido. En su interior decía "75 aniversario" y sus rayos eran informes (Fig 8A). No se había definido la tipografía.



Figura 8A.  
Primer boceto.

Se retrabajó la idea y los rayos dieron lugar a siluetas de animales unidos al círculo exterior del sol, el centro del mismo se sustituyó por una masa circular, se conservó el color rojo difuminado y se determinó que la tipografía apareciera en negro y fuera Fujiyama y Golden Old para todas las palabras, variando solamente el puntaje (Figura 8B). Se imprimirá en serigrafía



Figura 8B.  
Segundo boceto.

sobre un soporte blanco mate con  
dimensión de 60x 40 cm (Fig. 8C).



Figura 8C.  
Diseño Final.

La tercera propuesta (Fig. 9), se  
originó a partir de ideas como  
contraste, contenido, institución



75° ANIVERSARIO  
DEL  
**ZOOLOGICO**  
DE LA  
CIUDAD DE MEXICO

FIGURA 8c

nacional, palabra, monumental, belleza, imagen, cazar, silueta; de ellas nació la idea de utilizar la palabra Zoológico y contener en ella la silueta de perfil geometrizada de algunos animales, y además insinuar que estos recorren a la palabra (Fig: 9A).

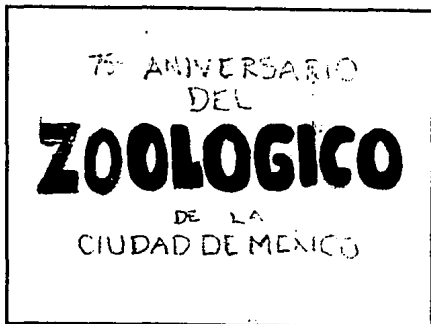


Figura 9A.  
Primer boceto

Las modificaciones que se dieron a partir de un primer boceto solo fueron respecto al tamaño de la tipografía y de los animales integrados en ella para hacer clara la definición de sus formas características, se decidió utilizar en la tipografía los colores verde y rojo sobre un soporte blanco para sugerir que el Zoológico es una institución nacional (Fig. 9B). La tipografía para la palabra zoológico



Figura 9B.  
Segundo boceto.



es Fujiyama EB extrabold y Golden Old  
para el resto. También se imprimirá  
en serigrafía y medirá 60 x 40 cm  
(Fig. 9C).



75° ANIVERSARIO DEL  
**ZOOLOGICO**  
DE LA CIUDAD DE MEXICO



1ª SECCION DE 1902 - DE 9 A 12 P.M. ABIERTO DE MARTES A DOMINGO DE 9 DE A.M. A 4 DE P.M.

Figura 9C.  
Diseño final.



75° ANIVERSARIO DEL

# ZOOLOGICO

DE LA CIUDAD DE MEXICO

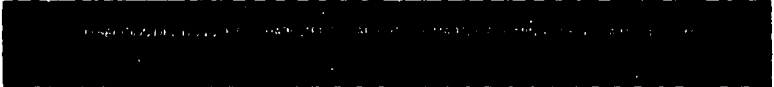


FIGURA 9c  
DISEÑO FINAL

---

## CONCLUSIONES.

---

De la realización de éste trabajo, y de la confrontación del resultado con los objetivos planteados en el inicio, concluyo que:

Para realizar un cartel que expresará adecuadamente el mensaje de invitación para el 75º aniversario del Zoológico de la Ciudad de México era indispensable realizar una investigación teórica completa sobre la importancia que dicho medio de difusión tiene en el campo de la comunicación masiva. Además pude

constatar su trascendencia histórica y social como un factor que influye activamente en el desarrollo de una sociedad activa y moderna.

Es importante mencionar que el Diseño Gráfico es un elemento fundamental dentro de la comunicación, pues aborda aspectos psicológicos en el proceso de la información para codificar mensajes precisos que transmitan eficientemente las inquietudes y propuestas del diseñador.

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

A través de las técnicas del Diseño, aplicadas en la generación de los carteles, se pudo resaltar la presencia e importancia del evento, de la institución y de los animales como elementos integrantes del ambiente del hombre contemporáneo.

Así mismo, la elección adecuada de los materiales y métodos, es fundamental y permitió vislumbrar la importancia de conjugar los aspectos teóricos y prácticos para crear imágenes conceptuales claras y precisas.

---

## REFERENCIAS

---

- BARNICOAT, J. 1972. *Los carteles. Su historia y lenguaje.* Ed Gustavo Gili. Barcelona, España. 280 pp.
- BURTON, M.R.B. 1979. *Enciclopedia del Mundo Animal.* Ed Brugera. Barcelona, España. 135 pp.
- COSTA, J. 1986. *Enciclopedia del Diseño. Imagen Global.* Ed CEAL.
- DELHAYE, J. 1977. *Art Deco.* Academy Editions, London. 96 pp.
- HAYWARD, C. 1971. *The Golden Age of the Poster.* Dover Publications. 69 pp.
- HERDEG, W. *Graphis Pesters.* Graphis Press Corp. Suiza.
- MARGOLIN, V. 1975. *American Poster Renaissance.* Watson-Guption Publications, New York. 233 pp.

- OREJAS, M. B. 1980. Parques Zoológicos. Su función educativa y su aporte a la preservación de especies. México. p 12-21.
  
- PARRAMON, J. M. 1969. Así se pinta un cartel. Ed Parramón, Barcelona, España. 280 pp.
  
- TABAU, I. 1979. Dibujando carteles. Ed CEAC, Barcelona, España. 135 pp.

---

## ***GLOSARIO DE TÉRMINOS***

---

**ARMONICO** PROPORCION Y CORRESPONDENCIA DE LAS PARTES DE UN TODO

**DIALECTICO** ARTE DE RAZONAR METODICA Y JUSTAMENTE

**ESTETICA** RELATIVO A LA BELLEZA. EL QUE ESTUDIA LA BELLEZA

**ICONO** EN LA IGLESIA ORTODOXA, IMAGEN PINTADA QUE REPERESENTA A LA VIRGEN Y A LOS SANTOS

**TOTEM** EN CIERTAS TRIBUS DE SALVAJES, ANIMAL CONSIDERADO COMO ANTEPASADO DE LA RAZA. REPRESENTACION DE ESTE ANIMAL.