

37
2Ej



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

*La promoción de Seminarios de Titulación
a través del cartel en la Escuela Nacional de Artes
Plásticas-UNAM*

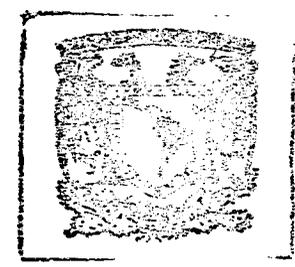
Tesis que para obtener el título de
Licenciada en Diseño Gráfico

Presenta

NURIA MOLINA AGUILAR



México, D.F. 1995



SECRETARÍA GENERAL
ESCUELA NACIONAL DE
ARTES PLÁSTICAS
BOCHIMILCO S. P.

FALLA DE ORIGEN

**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 esta 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.

**A la Universidad Nacional
Autónoma de México:**

Con cariño y respeto dedico este trabajo, por darme la oportunidad de tener una profesión, por marcarme el camino a seguir a través de tus libros, de mis profesores con su experiencia y por darme también, la oportunidad de conocer a gente valiosa que hoy son mis amigos, en los que confío y de antemano sé que siempre tendré una palabra de aliento.

Muchas gracias

INDICE

INTRODUCCIÓN.....5

◆ **CAPÍTULO 1**

El cartel una toma panorámica.....8

1.1. La metonimia del cartelismo.....10

1.2. El cartel..... 15

1.3. El cartel en el siglo XX.....19

1.3.1. Tipos de cartel.....23

◆ **CAPÍTULO 2**

La titulación en la Escuela Nacional

de Artes Plásticas.....26

2.1. La titulación en la ENAP..... 28

2.2. Características y

definición de seminario..... 29

2.3. Qué es un Seminario de Titulación.....33

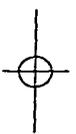
2.3.1. Seminarios de Titulación

objetivos alcanzados 34



◆ CAPÍTULO 3

Planteamiento del proceso creativo de diseño.....	37
I. Información documental.....	39
II. Incubación del problema.....	40
III. Idea creativa.....	44
IV. Verificación.....	49



INTRODUCCIÓN

“El nacimiento del cartel moderno es una consecuencia de varios factores económicos, urbanísticos y estéticos” .⁽¹⁾

La titulación es un deber como profesionistas, la mayor parte de la población en la Escuela Nacional de Artes plásticas, no procede satisfactoriamente a cubrir este requisito, en parte porque no se necesita un título para ejercer como sucede en otras carreras, otro factor importante es la falta de información, ya que no se promueven los seminarios ni se marca una pauta a seguir para los egresados.

Es por ello que se requiere de una mayor difusión de esta nueva alternativa de titulación en cada período escolar, que insite a que más gente se titule a la brevedad posible, y por consecuencia insida en elevar la titulación en la E.N.A.P. de la Universidad Nacional Autónoma de México.

De acuerdo a esta problemática, nuestro objetivo es crear una serie de tres carteles que promuevan los seminarios de titulación, que lleguen específicamente a los egresados de las carreras de Diseño y Comunicación Gráfica.

Daremos una breve semblanza de los seminarios de titulación, de su origen y su desarrollo.

(1) DE AZCARATE Ristori, José María, *Historia del Arte*, Edit. Grupo Anaya, Madrid 1993, p. 790.

Desde el punto de vista del Diseñador Gráfico como comunicador de soluciones gráficas a problemas específicos, pretendo llevar a cabo una alternativa al tema a tratar, por medio del cartel, ya que es un soporte por demás digerible para el espectador (siempre y cuando esté bien enfocado a su nivel intelectual), funciona a partir de una necesidad, trasmite la cultura a través de la formación misma del diseñador, de la psicología que plasme al cartel por medio del color y la forma.

Pese a que el cartel se encuentra actualmente en decadencia por no haber un lugar específico para su difusión, juega un papel importante dentro de la sociedad, debido a su poder informativo en masas, no obstante su costo de producción es más accesible, en comparación a otros medios de comunicación.

Por toda esta problemática, perseguimos desarrollar una serie de tres carteles para los seminarios de titulación, con el fin de que contribuyan en la incidencia de la titulación en la ENAP y al mismo tiempo se demuestre que el cartel aún es funcional y aporta a la población a la que va dirigido.

Su difusión se llevará a cabo dentro de esta institución, en los espacios específicos con que cuenta. La intención es que los carteles marquen una constante de diseño para la

difusión de cada uno de los seminarios y al mismo tiempo puedan aplicarse a varios períodos escolares.

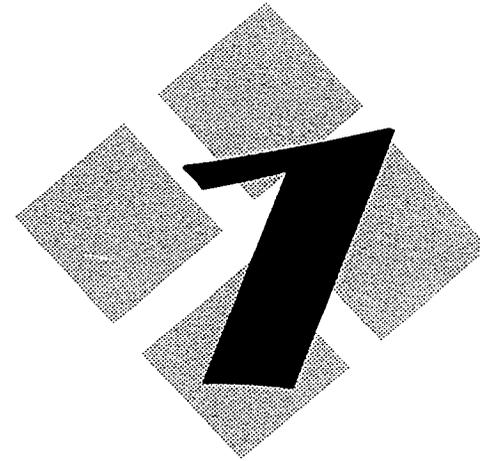
El trabajo estará clasificado en tres capítulos, en el primero se explicará el nacimiento del cartel, su desarrollo a través del tiempo, sus representantes y su situación actual. En el segundo se hablará de los seminarios de titulación, desde como surgieron hasta los resultados obtenidos. En el tercer capítulo se explicarán los conceptos, técnicas y en general elementos gráficos que se utilizan en la realización de dichos carteles.

◆ OBJETIVOS

- ☞ Realizar una síntesis acerca de la historia del cartel, sus representantes y su huella hasta nuestros días, con el fin de que el lector tenga un panorama de este soporte gráfico.

- ☞ Dar una visión de los seminarios de titulación, desde la necesidad de su creación hasta los resultados obtenidos.

- ☞ Elaborar una serie de tres carteles, dirigidos a la comunidad de Diseño y Comunicación Gráfica, con el fin de promover los seminarios de titulación, como una nueva opción a la titulación. Originar por medio del concepto un lenguaje visual, capaz de transmitir un mensaje claro y eficaz para la población de la E. N.A.P.



**El cartel
una toma
panorámica**

El presente capítulo pretende proporcionar un panorama específico del cartel como medio de comunicación a través de símbolos y conceptos propios del diseñador, que sirve como mediador entre el producto y el público a quien va dirigido; así como su definición, los tipos existentes por su temática y su formato.

Desde sus inicios, la humanidad ha tenido necesidades de comunicación, mismas que nos han llevado a desarrollar infinidad de vehículos para este fin; pasando por diferentes etapas y enfoques, por un lado los artísticos: pintura, escultura, cine, música, danza y teatro entre otras, y por otro lado los técnicos como son el telégrafo, la radio, el cine, la televisión e incluso los satélites hoy en día, todos ellos capaces de expresar necesidades afines entre un grupo y otro.

La comunicación gráfica es sinónimo de soluciones a problemas reales, que incumben a todo individuo, que encajan y se mezclan en nuestra vida cotidiana, gracias a su poder de expresión mediante símbolos, conceptos e ideología en favor de un determinado círculo que facilita su creación.

La trayectoria de la comunicación al paso de las diferentes etapas de la historia han permitido que hasta nuestros días se sigan utilizando algunos de ellos, como es el caso del cartel, que



La comunicación se establece por medios artísticos y técnicos, permitiendo intercambiar necesidades afines entre dos grupos.



a un poco más de un siglo de su nacimiento sigue vigente como uno de los medios más eficaces de comunicación masiva.

Por lo tanto, se persigue mostrar en general la historia del cartel; desde bajo que circunstancias surge, hasta conocer a sus máximos representantes. Para cubrir satisfactoriamente los objetivos de este trabajo y empaparnos de aspectos culturales actuales, hablaremos del cartel en el siglo xx, no obstante se pretende dar una definición clara de lo que es el CARTEL como medio de comunicación gráfica y como precursor de ideas que atacan un problema específico, a través de una clasificación previa del soporte que tiene como cometido, llegar a un público determinado según su sistema de vida y nivel intelectual.

1.1. LA METONIMIA DEL CARTELISMO

Gracias a los documentos escritos desde la antigüedad, podemos saber que los griegos muestran, señales de expresión gráfica, que se exhibían al público, similares a lo que hoy son los carteles, por medio de leyes grabadas en piedra con dibujos, su historia realmente se vislumbra en Francia aproximadamente en los años 1886, con Jules Chéret (1836-1933), que para entonces es una persona de 50 años, que ha estudiado pintura y además tiene conocimientos en litografía.

La mayoría de los autores, consideran a Chéret como el "padre del cartel", ya que aunque su trabajo es más bien pictórico establece elementos gráficos importantes en cuanto a imagen, tipografía y distribución del espacio, que más tarde se desarrollarán por otros cartelistas.

Jules tiene una importante aportación que trascenderá hasta nuestros días, por medio del trazo y la forma provocativa, que en su mayoría eran mujeres, conocidas como "las Cherettes", que le imprimen a su obra una carga de erotismo.

En realidad los carteles de Chéret no son solamente obras de arte publicitario, sino que se consideran simplemente obras de arte. El propio Chéret no consideraba sus carteles como grandes aciertos publicitarios, pero sí creía, en cambio, que podían ser excelentes murales. Para los que, además, había encontrado un lugar de exposición más vivo y mejor que los parámetros interiores de los grandes edificios o las paredes de las galerías y salones: la propia calle. Y esto tampoco pasó desapercibido para sus contemporáneos. (2)

Chéret crea su propio estilo de trabajo, dibuja sus enormes carteles directamente sobre la placa litográfica, consiguiendo plasmar en ellos tricomías, cuatricomías y hasta cinco colores



Loie Fuller.
Jules Chéret



Val Valentino
Jules Chéret

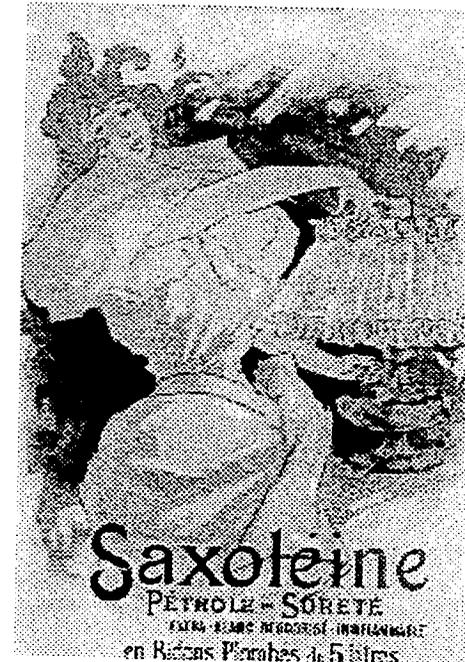
(2) ALCACER Garmendía, J. Antonio, El mundo del cartel, Col. Qué e Ed. Granada, España, 1991, p.19.

en un cartel. Chéret retoma el estilo artístico de los pintores del siglo XVIII, es decir el barroco y el rococó, específicamente recibe influencia de Tiepolo, que por lo regular pinta murales con figuras aladas y perspectivas atrevidas. Con todo esto Chéret logra un estilo bien definido, por medio de la reticencia de elementos y plasmados colores llamativos.

Si Chéret buscó una total expresión artística. Henri Marie Raimond de Toulouse Lautrec (también francés), permite el acceso hacia un lenguaje mucho más reticente que posee un sentido directo, Toulouse no pretende llevar la estética de la imagen al viandante, sino la eficacia del mensaje, la idea concreta logrando con ello que para muchos sea el "rey del cartel"; supo marcar muy bien su estilo, ya que nunca pretendió que sus carteles fueran cuadros, sino propiamente carteles.

Lautrec maneja contornos pesados en sus figuras, marca perfectamente los planos por medio del color, tiene ya la audacia de repetir la frase del mensaje, en su famosa obra "Moulin Rouge" en el cual se ayuda tan sólo de cuatro colores: azul, rojo, amarillo y negro.

Henri de Toulouse Lautrec (1864-1901) no utilizó el cartel sólo como medio "publicitario", sino que proyectó en él su propia experiencia personal, dramática y compleja... ⁽³⁾



Saxoleine.
Jules Chéret

(3) DE AZCARATE Ristori, José María, *Historia del Arte*, Edit. Grupo Anaya, S.A. Madrid 1993, p. 792.

Mientras Chéret crea un prototipo de mujer alegre en sus carteles, Lautrec toma personajes reales que tienen un nombre y una particular personalidad en aquella época.

Su popularidad tuvo siempre algunos problemas, por no ser del todo accesibles a la sociedad burguesa del fin de siglo, por tanto muchos de sus proyectos fueron rechazados por el nivel de abstracción que mostraban.

Toulouse se ve fuertemente influenciado por el “japonesismo” que estaba de moda en Europa.

Así, los carteles de Toulouse Lautrec (quien realizó una treintena entre 1891-1900) resultaban con frecuencia chocantes para la sensibilidad burguesa de su época y por su delectación de aroma barriobajero o prostibulario, pueden ser considerados como una anticipación de los 'feísmos' como el expresionismo centroeuropeo) que circularán como moda estética en nuestro siglo. (4)

Otro cartelista importante dentro de esta toma panorámica es Alphonse Mucha con su estilo de “Art Nouveau”, que aunque han pasado ya 10 años después de Lautrec, sigue conservando algunos parámetros constitutivos del cartel. El simboliza a una actriz destacada de la época “Sarah Bernhardt”, a quien utiliza como personaje central para un buen número de su obra.



Moulin Rouge.
Toulouse Lautrec



Jane Avril.
Toulouse Lautrec

(4) GUBERN, Román, *La mirada opulenta*, Edit. Gustavo Gili p. 184.

Mucha abunda en los elementos gráficos, provenientes de un arte arabesco y motivos de mosaicos bizantinos; sus figuras aunado a todo ello son de *una gran dimensión sensual, entre lo virginal y lo fetichista.* ⁽⁵⁾

Alphonse Mucha es el prototipo del creador ordenado y meticuloso que recurre incluso a la fotografía, para el estudio de pliegues y formas estilizadas, un tanto exóticas, justo como lo hacen a la fecha algunos artistas.

Mucha utiliza colores suaves, contornea las figuras y encuadra la tipografía, sobre los fondos ornamentados.

Alphonse, nace en Checoslovaquia en 1860 y a los treinta años viaja a París donde gozará de una fama extraordinaria gracias a la actriz antes mencionada y a su talento excepcional.

El cartel seguirá su trayectoria con diferentes autores y con técnicas de reproducción más avanzadas. Para finales del siglo XIX Francia gozará de un prestigio como centro de arte, el art nouveau se reflejará holgadamente en Inglaterra con artistas como Dudley Hardy y John Hassall, éstos realizan carteles para espectáculos en un lenguaje muy popular y Hassall además incursiona en la representación humorística, caricaturesca.



Gismonda.
Alphonse Mucha

(5) ALCACER Garmendia, José Antonio. Op. cit. p. 31.

Cabe mencionar también al inglés Aubrey Beardsley, quien representa una pieza importante dentro del desarrollo del cartel moderno, recurriendo a dejar considerables blancos como complemento de la composición.

Para esta época, ya se tenía bien clara la función del cartel, como medio expresivo de ideas y aunque ya había pasado por la influencia de varios estilos pictóricos, sólo era el comienzo de un larga trascendencia mundial ideológica de comunicación visual.

“El cartel” bajo la custodia de sus creadores, hasta nuestros días se hace presente como un instrumento más de la sociedad en su afán por manifestarse ante los demás.

1.2. EL CARTEL

El cartel es un soporte gráfico, capaz de acaparar la atención por sí mismo de varias personas a la vez, de producir un efecto y despertar el interés de lo exhibido.

Un cartel aspira a seducir, a exhortar, a vender, a educar, a convencer, a suplicar. ⁽⁶⁾

Permite ampliar los parámetros convencionales de cultura de la población en general, ya que existen para todo tipo de públicos.



Papel Job.
Alphonse Mucha

(6) STERMER, Dugald, *El arte en la revolución, Cuba y Castro*, material fotocopiado, p. 5.

El cartel ha sido trascendental en la historia del hombre, ya que a partir de él, se abre una nueva carta a la expresión visual, y se convierte al mismo tiempo en un vehículo de difusión de estilos artísticos y nuevas experimentaciones con corrientes como el dadaísmo que resuelve el cartel de una manera rápida y práctica a través del fotomontaje.

El cartel, desde su nacimiento, por su posibilidad de llegar al gran público, actúa como intermediario entre el artista y la sociedad. Por ello, en buena medida, es un gran difusor de los estilos artísticos. Pero además, su obligación de interesar al espectador mediante un aspecto visual que cause sorpresa y asombro, le obliga a renovar constantemente su lenguaje formal, tomando nuevos modelos del mundo de las artes. A su vez el lenguaje publicitario, es un viaje de vuelta, influye sobre los artistas creadores de formas nuevas. (7)

La funcionalidad del cartel consta de la exactitud con que se plantea el mensaje por medio de la imagen gráfica reticente, que puede ser abstracta o retomada de la realidad tal cual, deformada según las necesidades conceptuales del mensaje y del propio artista; al mismo tiempo esta imagen deberá estar estereotipada por el receptor, ya que deberá decodificarla en un tiempo aproximado de 4 segundos. Esta imagen gráfica



L. Becader.
Cartel dadá

(7) ALCACER Garmendia, J. Antonio. Op. cit. p. 58.

estará respaldada por tipografía reforzando el mensaje, según su puntaje, peso y familia; además del color que funge como un elemento estético y psicológico que refuerza o en algunos casos es el responsable directo del concepto global del cartel.

Un cartel es esencialmente un gran anuncio, normalmente pictórico, generalmente impreso sobre papel y habitualmente exhibido en un muro o una cartelera para el público en general. Su propósito es llamar la atención hacia el mensaje que el anunciante está tratando de agenciar y de grabar en el transeúnte. El elemento pictórico o visual, proporciona la atracción inicial, y debe ser lo suficientemente llamativo como para seducir a los transeúntes y contrarrestar los atractivos de los otros carteles, por lo general, necesita de un mensaje verbal suplementario que complementa y amplifica el tema pictórico. El tamaño amplio de la mayoría de los carteles permite que el mensaje verbal se pueda leer de lejos. ⁽⁸⁾

El cartel transmite la ideología de su creador, que persigue un fin específico, esto es que el mensaje trascienda en la mente del espectador. El cartelista se apoya en sus conocimientos teórico-prácticos de la forma, el color y el dominio de la distribución en el espacio, la reticencia y la agresividad al expresar su idea, no obstante el resultado queda

(8) STERMER, Dugald, Op. cit. p. 5.

sujeto al estudio de los elementos utilizados acorde con el nivel intelectual del público al que va dirigido.

Aunque el cartel no establece color forma o tamaño; esto se dictaminará en base a los lugares en que se visualizará y a los alcances que pretende el producto o problemática.

Sin embargo, se llega un momento en que se estandarizan los tamaños y de éstos se desprenden otros conceptos que darán paso a nuevas tareas en el siglo xx.

1.3. EL CARTEL EN SIGLO XX

Para los años 20's el "diseñador gráfico" empieza a definirse como tal, ya que el artista había venido desempeñando el trabajo de grafista, con ello se permite el nacimiento de un nuevo estatuto dentro de esta rama "un arte aplicado" a través del estudio de la forma, el color, los procedimientos técnicos de impresión, tanto en imagen como en tipografía. Por tanto el cartel antes decorativo, se convirtió en comunicativo.

De este modo, el cartel acentuó su carácter de arte aplicada de función netamente utilitaria, orientado hacia la persuasión social, tanto en el campo de consumo de bienes o de servicios, como el de la propaganda de espectáculos y el de difusión de ideas políticas. ⁽⁹⁾

No obstante el concepto de diseño gráfico, como una actividad determinada, viene a dar sus primeros pasos en la segunda etapa de la escuela de la Bauhaus, (1925).

Es impresionante como los avances tecnológicos vienen a desarrollar y dan pauta a nuevas tendencias, como en el caso del automóvil, sistema ferroviario y las líneas marítimas, dan paso a una nueva era, abriendo paso a nuevas industrias e



(9) GUBERN, Román, Op. cit. p. 190.

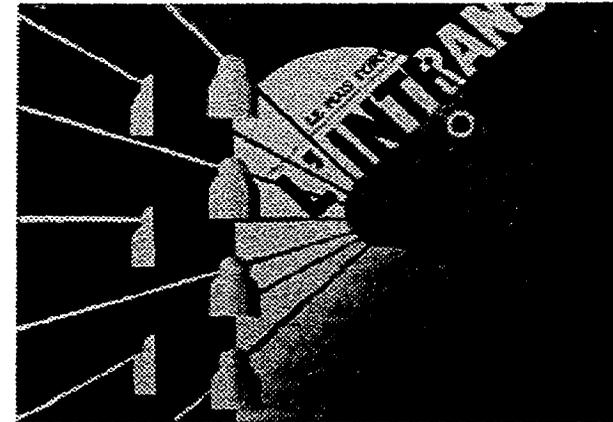
incluso al arte y en especial al desarrollo del cartel.

El francés Cassandre (Adolphe Jean-Marie Mouron), es el definitivo impulsor del cartel moderno, en él se resume hasta ese momento toda la historia y estilos de sus forjadores, con todo ello se sintetizan los lenguajes plásticos de las vanguardias artísticas, representando mensajes eficaces y con fuerza expresiva. Cassandre tiene una definición muy particular acerca del cartel:

Es difícil determinar el lugar que corresponde al cartel entre las artes pictóricas. Unos lo consideran una rama de la pintura, lo cual es erróneo; otros lo colocan entre las artes decorativas y, en mi opinión están igualmente equivocados.

El cartel no es pintura ni decorado teatral, sino algo diferente, aunque a menudo utilice los medios que una u otro.

El cartel exige la renuncia del artista a afirmar su personalidad. Si lo hace, rompe las reglas del juego. La pintura es un fin en sí misma, mientras que el cartel es sólo un medio para un fin, un medio de comunicación entre el anunciante y el público semejante a un telegrama. El cartelista desempeña el papel del operador de telégrafos. En consecuencia, emite y transmite un mensaje que no debe contener noticias, información detallada. Únicamente se exige



L'Intransigeant.
Cassandre

de él que establezca un clara poderosa, simple y precisa comunicación. ⁽¹⁰⁾

Cassandre recurre a la abstracción de la figura, casi en un estilo cubista, que le permite, llevar a cabo su proyecto penetrando con gran facilidad en el espectador, impregnándole su sentir, la emoción de la distancia, la rapidez o el goce de una bebida; en fin, Cassandre abre un nuevo lenguaje preciso y efectivo dentro de la comunicación, a través de la forma y el color que incluso en su cartel titulado "Nicolás" da la pauta para el desarrollo de soluciones del Op-art.

En definitiva la explotación comercial norteamericana dió la pauta para un nuevo estilo realista, que por ende facilitará el entendimiento del mensaje al público. Así pues, nacieron nuevas técnicas que acentuaban la tridimensión icónica con la fotografía en color, el fotomontaje y el sombreado con aerógrafo.

Para 1910 gracias al descubrimiento del gas neón, por el químico inglés William Ramsay (1898), surge la electrográfica; en este tipo de anuncios podemos identificar la luz pero no como en las vallas publicitarias que son alumbradas. En la electrográfica, la luz está contenido desde el mismo trazo de la forma, con todo ello el nuevo cartel se caracteriza por su impacto de luz en color y por su animación cinética, además de la estudiada ubicación óptica de los edificios.



Nicolas.
Cassandre



...Las actuales campañas publicitarias multimedia, en las que las mismas imágenes y slogans aparecen en el televisor, el periódico, y la valla publicitaria, hacen que esta última, hija del cartel clásico, haya perdido su anterior especificidad y actúe más bien como resonadora de la imagen móvil del televisor. ⁽¹¹⁾

Así pues, Estados Unidos después de la Segunda Guerra Mundial, es la potencia económica del mundo, y por tanto comienza a exportar sus grandes vallas al viejo continente, logrando imponer el nuevo estilo, el de la fotografía a color.

...Naturalmente, en los últimos cuarenta años no sólo ha habido grandes individualidades del diseño cartelístico sino también momentos brillantes para el medio, como el diseño suizo en los años inmediatos a la guerra, o el cartelismo polaco de los cincuentas, o el cartel revolucionario de mayo del 68 francés. ⁽¹²⁾

Es definitivo que las circunstancias históricas, obligan al artista a crear nuevas tendencias, a enfocar su ideología hacia otro punto de la realidad y a partir de ello diseñar carteles que se clasifican por las necesidades de comunicación específica de un grupo a otro.



L'atlantique.
Cassandre



Dubo... Dubon... Dubonet.
Cassandre

(11) GUBERN, Román. Op. cit. p.195.

(12) ALCACER Garmendia, J. Antonio. Op. cit. p. 120.

1.3.1. TIPOS DE CARTEL

La clasificación del cartel se lleva a cabo primeramente por su temática, por el mensaje que refleja como conjunto. En este sentido podemos clasificarlo como:

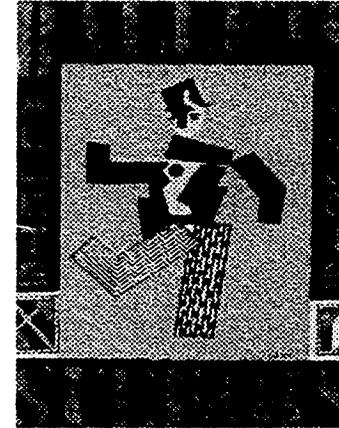
“Cartel Informativo se utiliza para anunciar o comunicar cierto tipo de eventos: cursos, conferencias, reuniones, etcétera”.

“Cartel formativo se utiliza como medio para formar hábitos de seguridad, higiene, limpieza, orden, trabajo, etc., o para cambiar actitudes como desconfianza, agresividad, pasividad, inseguridad, etcétera”. ⁽¹³⁾

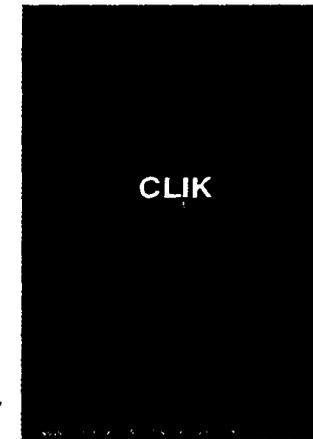
En los carteles que aparecen en esta página podemos ver un claro ejemplo de estos dos tipos: Leger por su parte tan sólo hace una invitación al ballet, no pretende nada más allá con su imagen simplemente plasmar su estilo.

Félix Beltrán en este cartel nos da una lección de como se diseña con pocos elementos y pone ante nosotros una lección de lo que debemos hacer cuando no se esta haciendo uso de la corriente eléctrica.

Con base en esta clasificación de Patricia Bárcena, los carteles que presento, tienen un carácter informativo, ya que no pre-



Ballet Svedois.
F. Leger
Cartel informativo



Clik
Félix Beltrán, 1917
Cartel formativo

(13) BÁRCENA Alcaráz Patricia, et. al., *El Hombre y el Arte*, Ed. Patria, México, 1993, p. 107

tenden prevenir o modificar conductas, simplemente informar sobre los Seminarios impartidos en la ENAP.

El cartel en cualquiera de sus clasificaciones presenta una amplia gama de posibilidades que permite que el artista explote sus conocimientos de mercadotecnia y psicología que reflejará a través del color y la forma, dando como resultado en la mayoría de los casos, mensajes cargados de fuerza expresiva que permiten el libre acceso a los sentidos del observador, obteniendo un eficaz resultado.

De la clasificación anterior se desprende una subdivisión tan amplia, que no está bien definida, por sus características el que mejor contornea su figura como formativo, es el cartel de guerra o político.

El cartel político dentro de la sociedad ha repercutido en gran medida por su carácter que imprime en el individuo responsabilidad y fuerza con su participación a tal o cual movimiento social. Los carteles políticos exponen una problemática aguda que repercute en todo el estado como señal de alerta. Estos carteles han servido como instrumento para promulgar actividades políticas de manera masiva. Aquí específicamente el cartel está sujeto a las condiciones sociales, contextuales, de la causa que define. Es por consecuencia poco delicado para manifestar su cometido, es decir



Russische
Ausstellung.
Lisitsky

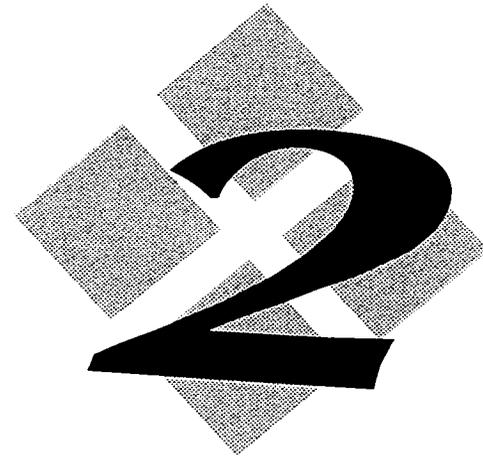
manifiesta una agresividad, producto de su inconformidad con el sistema que rige su vida.

Pero por disímiles que sean su contexto y su destino, todos los carteles políticos comparten un propósito común: la movilización ideológica. Sólo varía la proporción de este propósito, la movilización hacia una meta es realísticamente factible cuando los carteles son el vehículo de una doctrina política vigente. ⁽¹⁴⁾



¿Tú que has hecho
por la victoria?
1936-39
LorenzoGoñi.

(14) STERMER Dugald, *op. cit.* p. 11.



**La titulación
en la Escuela
Nacional de
Artes Plásticas**



En este capítulo nuestro objetivo fundamental es, dar una breve semblanza acerca de los Seminarios de Titulación, desde el punto de vista Luis Enrique Bertancourt Santillán, profesor de diseño, fotografía y asesor de tesis en la E.N.A.P., definiremos que es un seminario, y específicamente aquel enfocado a la titulación, de acuerdo a su experiencia como uno de los elementos encargados de la selección de los profesores que imparten los seminarios de titulación; como codificador de resultados, la incidencia de titulación en la Escuela Nacional de Artes Plásticas, a partir de esta nueva opción y los objetivos alcanzados a través de ellos.

2.1. LA TITULACIÓN EN LA ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

La titulación, es un problema que nos afecta a todos como integrantes de una sociedad, debido a que de ello depende en buena medida el desarrollo de las diferentes áreas de trabajo y el avance del país en general.

En la medida en que el alumno tome conciencia de la importancia que tiene el titularse, no sólo como realización personal, sino como miembro de una sociedad en proceso de avance cultural, los resultados satisfactorios de las varias alternativas existentes a la titulación se extenderán cada vez más.

La titulación en la E.N.A.P. de la Universidad Nacional Autónoma de México, ha funcionado prácticamente como un cuello de botella por medio de las tesis convencionales, ya que no existe la suficiente disponibilidad del profesor para revisar los proyectos, por falta de tiempo u otros factores internos de la escuela; el alumno no cuenta con el interés, tiempo y lo más importante, habilidad para el desarrollo teórico. Otro problema que ataca a la incidencia en la titulación, es cuando el egresado decide tomar unas vacaciones, mismas que se prolongarán varios años, cuando ya esté desconectado prácticamente de la disciplina que se debe como estudiante, o se corre el riesgo de que este período se convierta en permanente, debido a que encontrará otras alternativas, como un trabajo, por ejemplo,

que le consuma todo el tiempo que pudiera aprovechar en la investigación.

2.2. CARACTERÍSTICAS Y DEFINICIÓN DE SEMINARIO

Todo seminario requiere de un proceso de investigación que despierte la imaginación y el sentido crítico.

La investigación combina tres aspectos intelectuales: la técnica, la teoría y la ciencia; sin ellas es imposible generar la investigación. La enseñanza de método, elemento indispensable del que hacer y saber intelectual, puede hacerse a través de elaborar la tesis profesional.

“La elaboración de la tesis presupone conocimientos y manejo de la técnica de la investigación, para continuar con el aprendizaje de la síntesis, análisis y evaluación tareas esenciales para profundizar en los distintos niveles de complejidad durante el proceso de investigación”. ⁽¹⁵⁾

El proceso de la investigación es una técnica que comienza por los aspectos más simples y paulatinamente tratará los más complejos, necesita del conocimiento teórico y de una cultura especializada, a través del estudio sistemático para lograr sus objetivos.

(15) Tesis: **Organización de un modelo de seminario de tesis**, Hernández Michel, Susana, México D.F. 1972, p.2

El estudiante que requiera de una investigación necesita comprender que el proceso de la misma es una herramienta que se adquiere naturalmente y que es indispensable para cualquier actividad profesional. El punto de vista crítica, como proceso del pensamiento e instrumento de la reflexión radica en juicios empíricos sobre el tema en cuestión, para que entonces su uso contribuya a mejorar la técnica y la teoría.

“La exposición crítica consiste en elaborar un escrito que reúna el conocimiento analítico y la visión del conjunto que hace que todas sus partes constituyan un conocimiento sintético es decir, rico en explicaciones de la problemática planteada”. ⁽¹⁶⁾

El método y la metodología participan en este proceso, teniendo que el método está constituido por reglas determinadas y aptas que conducen al estudio al fin propuesto. La función de la metodología consiste en estudiar la forma particular del tema a tratar.

Durante el proceso de la investigación, el estudiante debe aprender a criticar, a valorar el material bibliográfico, hemerográfico, a estructurar sus propias observaciones y a corregir su trabajo utilizando los procedimientos de análisis y crítica.

El seminario es una técnica de estudio que permite una mayor profundización de temas o unidades, porque abarca

(16) *Ibíd.* p.3

otras como la discusión, la investigación y el debate. Asegura un mejor aprendizaje ya que el alumno toma la responsabilidad de aprender y de investigar. Supone un compartir ideas y experiencias a través del estudio personal y en equipo. Es una actividad que tiene como objetivo que el alumno profundice mediante una información específica, que unifique los criterios y que favorezca la capacidad del razonamiento del mismo.

Una característica primordial del seminario es que ha de realizarse durante un periodo determinado, en un principio el asesor y los alumnos, seleccionan organizan y dividen los temas, mismos que serán objetos de estudio para lograr los objetivos previstos. Se trata de explicar la materia de tal forma que el alumno haga un balance de los diferentes temas que integran la problemática, es decir en que consiste y como ha de efectuarse.

“Una vez cubiertos todos los requisitos preparatorios se podrá proceder a iniciar el trabajo de seminario, el cual consiste en investigar, discutir, reflexionar sobre los problemas, confrontar criterios y aportar conclusiones”. ⁽¹⁷⁾

Parte de estas actividades requieren de un trabajo personal, y muchas otras después de haber recopilado la información supone una reunión del grupo del seminario, en la que se analiza el trabajo, se discute, se orienta, se ordena y perfecciona de

(17) Compilación por Hernández, Rosa María y Mallol Díaz Félix, **Curso de metodología de la enseñanza**, Centro Universitario de Tecnología para la Salud, Secretaría General Académica, México 1987, p.145

acuerdo con las investigaciones. Se procura que los grupos estén integrados por pocas personas para que el director y asesor de tesis los dirija personalmente.

El seminario implica actividad personal, trabajo y sesiones generales.

La presentación de las investigaciones será totalmente personal, esto es en función de que el alumno organice su exposición. En las sesiones no hay decisión propiamente sino más bien aclaraciones o comentarios.

Por último la etapa de la evolución que ha de efectuarse de manera permanente y paralela al trabajo del seminario, esto con el fin de prever que se cubran los objetivos establecidos, además se evalúa la eficacia de los métodos y técnicas utilizados en el desarrollo del trabajo. De igual forma se debe evaluar la participación en el trabajo, el interés y capacidad de cada alumno.

La labor del profesor supone una minuciosa planeación y distribución del trabajo, así como también sesiones de evaluación para determinar la labor realizada.

Existen tres posibilidades de titulación, la primera es la tesis tradicional, a largo plazo, en la cual se avanza conforme el alumno mantenga su proceso de desarrollo en revisiones constantes,

esta tesis trae consigo muchos problemas de deserción; la segunda es por medio del servicio social, es decir se presenta el trabajo realizado durante el tiempo asignado, y se justifica teóricamente; la tercera son los nuevos seminarios de titulación, que brindan al alumno eficacia y rapidez para la obtención del grado como Licenciado en diseño o comunicación gráfica.

2.3. QUÉ ES UN SEMINARIO DE TITULACIÓN

Un seminario en términos generales, es un proceso de retroalimentación, por medio del cual el alumno y el coordinador, intercambian sus conocimientos durante la investigación. En este sentido el director y asesor deben dominar la materia impartida y por consiguiente el alumno debe tener bien claro su tema y conocimientos sobre el mismo.

Los seminarios de titulación surgen a través de la problemática mencionada en el subíndice anterior, cuando nos referimos a las tesis tradicionales; surgen también debido a las exigencias sociales, es decir la sociedad exige cada vez más gente titulada para el desempeño de actividades profesionales específicas.

Los seminarios de titulación al igual que las otras opciones, cuenta con la elaboración de material escrito, que se encarga de examinar el aspecto teórico, también de una propuesta de

solución y alternativas al problema a resolver y la réplica oral en defensa de la postura que el sustentante adopta.

Los seminarios de titulación han dado un incremento de titulación, desde su inicio, hace ya dos años, de un 80% en promedio, al titularse ocho alumnos de diez por cada seminario, anteriormente se abría un seminario cada dos meses, ahora con el nuevo sistema, se están abriendo cuatro seminarios en el mismo tiempo; con ello se vislumbra que se incrementará aún más el índice de titulación, logrando así, que la E.N.A.P. posea en un lapso relativamente corto, una población de profesionistas comparada a la de otras facultades; ya que esto ha frenado que dicha escuela posea la categoría de Facultad.

2.3.1. SEMINARIOS DE TITULACIÓN OBJETIVOS ALCANZADOS

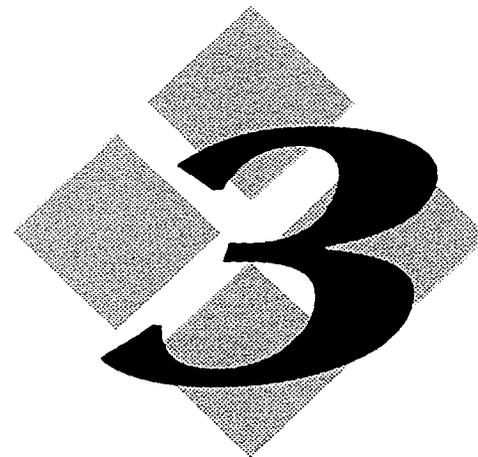
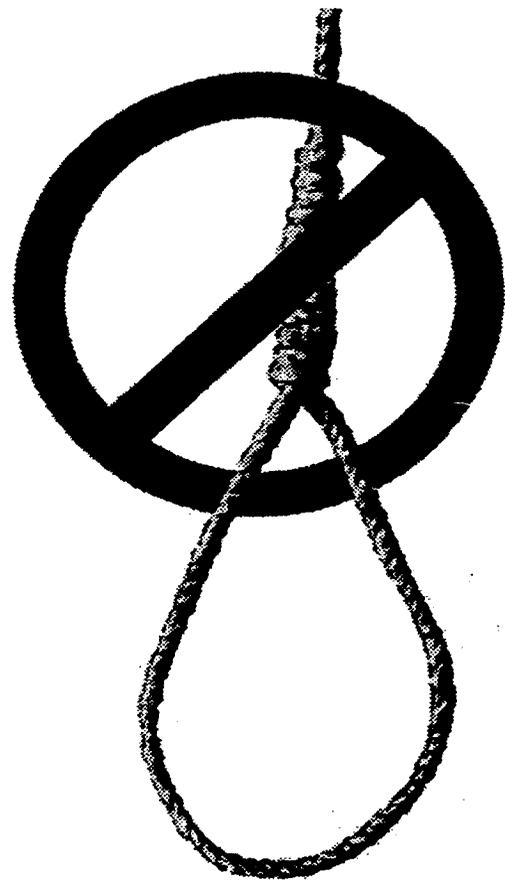
Los objetivos fundamentales, son agilizar la investigación y la resolución gráfica a su problemática determinada por medio de asesores, uno se encargará de lo teórico y otro de lo práctico, además facilitará los trámites, ya que este proceso se lleva a cabo internamente, por otro lado se busca evitar la deserción ya que el seminario tiene un costo monetario; también se pretende que cada profesor dedicado a un materia específica,

imparta un seminario, de acuerdo a la evaluación previa de sus conocimientos, que se lleva a cabo por el Coordinador de Seminarios de la E.N.A.P. y un grupo de asesores de tesis con experiencia en este campo.

Otro de los objetivos es alcanzar la profesionalización de esta área de diseño y comunicación gráfica, ya que la población de la Escuela Nacional de Artes Plásticas como tal debe estar capacitada para dar soluciones teórico-prácticas a cualquier problema; a medida que crece esta profesión, se van abriendo nuevas áreas que incursionan en el medio de la publicidad, sin nosotros ser publicistas.

El diseño gráfico por tanto ya no es tan sólo una disciplina academicista, lleva consigo toda una tradición y cultura que ha evolucionado debido a las condiciones de nuestro sistema capitalista.

El cartel va en camino de una evolución gráfica, conceptual y compositiva ya que nunca se han establecido reglas para su elaboración, requiere de un conocimiento, de un porqué para tal o cual elemento, tipografía o color.



**Planteamiento
del proceso
creativo de
diseño**

Todo proyecto lleva consigo un proceso, una metodología, que nos ayudará a desarrollar la idea principal del problema, " el concepto " que madurará y tomará la la dirección que el diseñador elija, de acuerdo a la amplia gama de posibilidades de forma, color y composición que integran su lenguaje.

En este capítulo pretendo mostrar el desarrollo de la metodología recurrida en el seminario, elaborada por el asesor de tesis: Mtro. Sabino Gaínza, apoyado a su vez en el texto de Joan Costa " Imagen Global " el cual consta de cinco etapas básicas:

1. INFORMACIÓN DOCUMENTAL

En esta primera etapa se desarrolla el conocimiento a fondo de la materia, en este caso particular " el cartel " ya que es el soporte en el cual plasmaremos la solución grafica y por tanto debemos dar antecedentes de su historia sus representantes y su situación en el siglo XX, con el fin de que el lector llámese diseñador o no, pueda reafirmar sus conocimientos o en su defecto, se marque una pauta para el entendimiento del material elaborado.

También se recabó información de la problemática a resolver, en este caso " Los seminarios de titulación de la E.N.A.P. " debido a que este no es un tema que pueda encontrarse fácilmente ya que es muy específico, recurrimos a elaborar una serie de preguntas que se aplicaron a los miembros que integran el programa de Seminarios.

Toda esta información recopilada me ayudó a tener una base acerca de lo que quería expresar en mi producción gráfica, así como la reafirmación de conceptos e historia del cartel.

En cuanto a material gráfico, se nos pusieron a disposición libros de diseño que mostraban soluciones a problemas difi-

ciles de tratar o demasiado trillados como para explotarlos al máximo, este proceso de captura visual de imagen no queda atrás en importancia, ya que nos pone al tanto del contexto actual y la abstracción del concepto de cada artista. En especial para la elaboración de la serie de carteles fue importante el libro del diseñador gráfico Bob Gili, ya que basa su trabajo en en planteamiento y en un replanteamiento del problema, mismo que le da una solución gráfica conceptual y excepcional en la mayoría de los casos, en realidad es importante leer en su libro que para el diseño "no hay reglas", lo que importa es la función de comunicar su mensaje a partir de la creatividad que plasmemos en la solución gráfica.

◆ II. INCUBACIÓN DEL PROBLEMA

En esta etapa mi problema era si llevar a cabo una serie de carteles cuyo contenido fuera temporal o permanente, es decir, realizar cada uno para un seminario diferente (fotografía, ilustración y comic) o hacerlos de seminarios de titulación en general, como una invitación a preguntar cuántos y cuáles son, la elección fue por esta última, ya que en la primera se cerraban posibilidades, por un lado me indicaba que tendrían una continuidad y que se expusieran en un período determinado. Sin embargo realizar los carteles para los seminarios en general, dispone de alternativas más ricas y conceptuales a nivel gráfico.

Siguiendo con este proceso se elaboró una lluvia de ideas afines para nuestro tema:

- | | |
|-------------------------------|---------------------------------------|
| 1. cámara | 21. lazos |
| 2. paisajes | 22. flechas |
| 3. película | 23. hoja de planta |
| 4. lente | 24. gota de agua |
| 5. luz roja | 25. atleta |
| 6. fotografía | 26. avión |
| 7. carrete | 27. lupa |
| 8. charolas con químicos | 28. clips |
| 9. lámparas | 29. cuentos |
| 10. desnudos | 30. onomatopeyas |
| 11. instrumentos de precisión | 31. tipografía |
| 12. pinceles | 32. secuencias de trabajo por cuadros |
| 13. acuarelas | 33. plumilla |
| 14. bocetos rough | 34. reloj de arena |
| 15. animaciones | 35. manos |
| 16. puerta | 36. animales |
| 17. visor | 37. manchas de tinta |
| 18. texturas | 38. fotogramas |
| 19. arreglos tipográficos | |
| 20. horizontes | |

El proceso de trazo u ordenación dispone de los elementos del vocabulario en una composición que, mediante la sintaxis, transmite un mensaje efectivo (transferencia de significados).⁽¹⁸⁾

Posteriormente iniciamos la lluvia de ideas gráficas, es decir la presentación de los primeros bocetos, en donde

(18) El diseño, combinación de ilustraciones y palabras, material fotocopiado, p.274

En esta fase la proporción del cartel fue aproximada y se trabajó en blanco y negro para no alterar el concepto, el nivel de bocetaje fue primario o básico.

Este tipo de boceto por lo regular se trabaja en miniatura, permitiendo el libre desenvolvimiento del proceso creativo a la vez de ser fluído, ya que resaltamos y deseamos elementos que nos gustan o no, cambiando posiciones y creando series de ideas. Este es el más simple de los diseños, el tamaño no importa, ya que se pretende la búsqueda del concepto.

La visualización es un proceso cognocitivo del cuál se desprenden ideas, que representan los símbolos, el número de elementos que queremos, su importancia y el orden de representación para cada uno de ellos.

Para ilustrar este primer punto, mostramos los primeros bocetos, que no tienen aún estructurada la idea, son confusos e imprecisos.

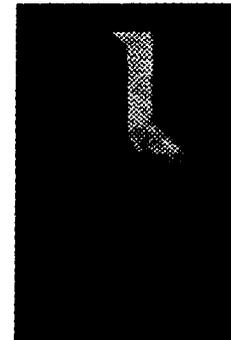
Boceto 1:

En este caso la idea resulta muy obvia, la información se corta "Seminarios...de Titulación", no es funcional debido a que la información se da digerida; se había pensado realizar una ilustración realista de los pies de una persona subiendo unas escaleras; esta idea se descartó y no se retoma para ningún cartel.



Boceto 2:

La puerta es también un concepto muy obvio, "los Seminarios de Titulación, una salida a tu problema", puede ser que resulte atractivo, de modo que se llevó a cabo una prueba por computadora, en el programa Quark Xpress versión 3.2, con el fin de verlo, como un boceto terminado en miniatura..



2

Boceto 3:

La imagen resulta interesante, el puntaje de la tipografía está pasado; y luego de observarlo desde diferentes puntos de vista, decidimos buscar opciones más creativas, ya que la idea seguía siendo obvia pese a que el resultado gráfico es agradable.



3

Boceto 4:

La intención en este caso es que el chorreado de tinta distorcionara la tipografía, la idea no es completamente interesante, pero aún así seguimos con otras opciones...

Debemos decir que hubo una lluvia de ideas bastante amplia, pero sólo ilustramos este punto con las más representativa. Hasta aquí nuestro proceso de incubación mental, no había madurado, era bastante difuso y confuso.



Boceto 4

III. IDEA CREATIVA

Ésta es la segunda etapa del bocetaje, aquí se empieza a destacar el concepto del trabajo realizado, se dan propuestas de color.

En el boceto medio o preparatorio, se eligen las mejores ideas de las miniaturas o bocetos primarios, el proceso es a escala real, todo está hecho a mano, pero de una manera más precisa, de esta manera nos permite definir hasta el último detalle, sin miedo de que al agrandarlo se pierda la composición aceptada... Para el manejo del color puede ser la mancha, es decir, sin detalle, con lápices de colores o plumones que den la idea general.

Siguiendo con este proceso, a continuación mostraremos las series de bocetos que sin tener nada que ver con las soluciones gráficas anteriores nos llevan a la digestión de información, que por ende serán nuestras respuestas gráficas para la problemática a resolver.

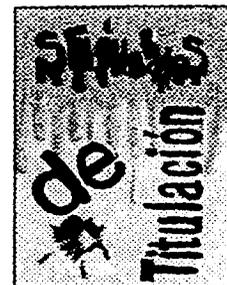
1ª Serie:

Ésta idea se desprende de la última que vimos en el punto anterior, ninguna de las propuestas es lo bastante interesante, no hay congruencia de elementos y por ejemplo en el boceto 1a, se propone tipografía hecha a mano, con la intención de que se vea muy suelta, el objetivo no se logró, toda esta serie se desechó.

1ª serie



1a



1b



1c

2ª Serie:

Se propuso una mancha de plumón, en dónde podríamos ver un ojo, significando: asomate, ve o mira los Seminarios de Titulación, al aplicar color sobre esta propuesta, el resultado fue arcaico, sin fuerza.

Sin embargo en esa misma mancha de color se propuso, leer el mensaje central del cartel, que la tipografía diera idea de que se fugaba en los blancos que la pintura había dejado al pasar sobre el papel, también se cambió el sentido de la mancha y el puntaje de la tipografía, pero ninguna convenció ya que era bastante ambigua y sin fuerza visual.

3ª Serie:

Utilizando el método del diseñador gráfico Bob Gili, mencionado anteriormente, nos planteamos: "Cómo decir Seminarios de Titulación con imágenes..."

Replanteamiento: representando algunos de los seminarios con imágenes ilustrativas de cada uno.

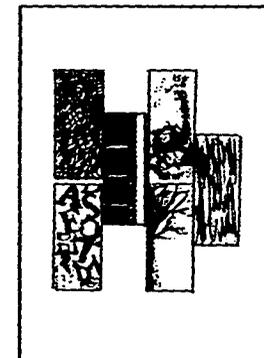
Esto hicimos y el resultado de lo que parecía la primera idea convincente, comenzaba a gustar. (boceto 3a)

Ahora había que buscar la mejor disposición; en el boceto 3a, el problema es que parece el diseño de una página de revista, es demasiado rígido.

2ª serie



3ª serie



3a



3b

El boceto 3c, presenta problemas de lectura en el mensaje central, debido a que se corta, "Seminarios", viene la imagen y luego "de Titulación", lo mejor es que sea continuo.

El boceto 3d, es la idea más convincente, presenta el mensaje claro, tiene ya la estructura de un cartel y lo que lo hace interesante, es que todas las imágenes que lo integran, señalan hacia el mensaje tipográfico. los cuadros de izquierda a derecha y de arriba a abajo representan los Seminarios de comic, fotografía, tipografía, simbología e ilustración. Hasta aquí se ha aprobado el diseño del primer cartel, en cuanto a disposición de elementos, aún falta elegir la propuesta de color.

4ª Serie:

Planteamiento: Cómo decir Seminarios de Titulación sin imagen alguna, sólo con tipografía.

Replanteamiento: jugando con el puntaje y disposición de cada una de las letras integrantes del mensaje central "Seminarios de Titulación".

Siguiendo con el boceto 4c muestra la sinécdoque de la palabra semina-rios, la sinécdoque consiste en mostrar la parte más representativa del elemento sin perder su significado. El boceto aunque no convencía, tenía una posibilidad, la



3c



3d



4a



4b

tipografía, simplemente un encuadre como si fuera un fotografía, siguiendo con la idea de sinécdoque. De aquí en adelante, es decir, se juega con el puntaje de la tipografía, además de agregar una mayúscula para reforzar el concepto de variedad.

A partir del boceto 3j, una vez decidida la disposición de la tipografía, comienzan las pruebas de color, las primeras dos opciones pretenden plasmar un acento; en el boceto 3k se logra, pero no es lo que se tiene en mente, de modo que se piensa en en los tres colores primarios a nivel pigmento, azul, rojo y amarillo.

El boceto 3L, hace parecer que son dos letras "S" diferentes, además es muy pesada la tipografía negra; en el boceto 4d se aprecia más orden y limpieza visual, debido al "out line" de la tipografía que compensa los pesos; en el boceto 4c, se agrupan todas las exigencias, los tres colores primarios que desde un principio se querían, que la letra S inicial, pareciera la misma final y por último que se compensaran los pesos entre todo esto y el texto secundario. También se pasó el amarillo a la letra M, para reforzar el concepto de variedad. hasta aquí, teníamos nuestro segundo cartel aceptado. faltaba una idea que fuera diferente, más conceptual, por lo que nació otra propuesta, no hubo serie, fue única y aislada, (véase boceto 5).



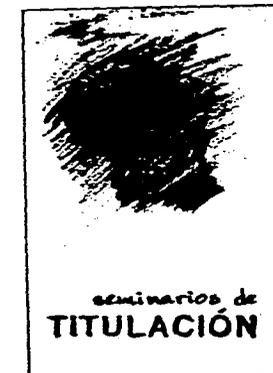
4c



4d



4e



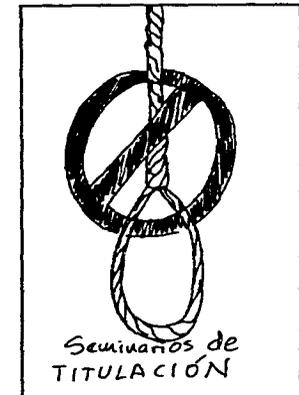
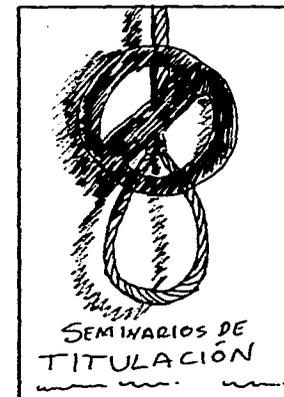
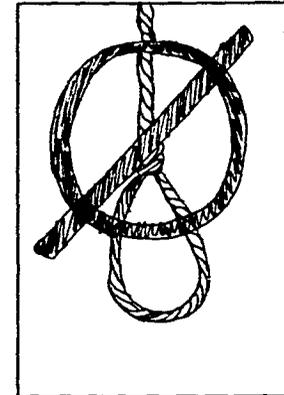
5

En este boceto, todo es obvio; las figuras básicas y los colores primarios formando los secundarios detrás de ellas, "demasiado gráfico", tan sólo decía diseño gráfico, y se requería de una imagen más fuerte en concepto, éste boceto se aprobó y al parecer ya teníamos nuestros tres carteles resueltos.

5ª Serie

No convencidos presentamos una última opción, luego de checar nuevamente nuestra lista de conceptos "lazo" fue la palabra que nos llevó a la solución del último cartel, un tanto cruel y con mucho humor (véase cartel 3).

La serie por demás es clara, ya el concepto por sí sólo funcionaba, únicamente había que adecuarlo al espacio, el elegido fue el penúltimo puesto que mostraba claramente su cometido: "No te cuelgues" (alusivo al tiempo y al estado emocional de angustia), el concepto es bastante simbólico... Como puede verse en esta serie, no se requirió de un gran bocetaje, apareció al final del proceso ya que la información visual y literaria estaba similita y el concepto del cartel.



SEMINARIOS DE TITULACIÓN

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS U.N.A.M.
Av. Constitución s/núm. Xochimilco D.F. Tel. 676 20 21 - 676 26 21



IV. VERIFICACIÓN

Cartel 1

En cuanto a imagen estaba resuelto el “collage” tipográfico, era agradable con un caracter fuera de la ventana, el negativo se pensaba fuera real para presentarlo terminado, pero decidimos representarlo mediante la técnica mixta: acrílico y tinta, simulando los numeros con tipografía transferible. La ilustración, será realista y el cuadro de “comic” se sustituye por una imagen del hombre araña con colores en plasta, la señal lleva sus colores y formato tradicionales, el problema es el texto, la información secundaria es aún muy grande y la pleca molesta visualmente, ya que satura el espacio, por lo que se reduce el puntaje tipográfico y desaparece la pleca, logrando limpiar el campo visual del trabajo.

El sistema de impresión para este trabajo es selección de color.

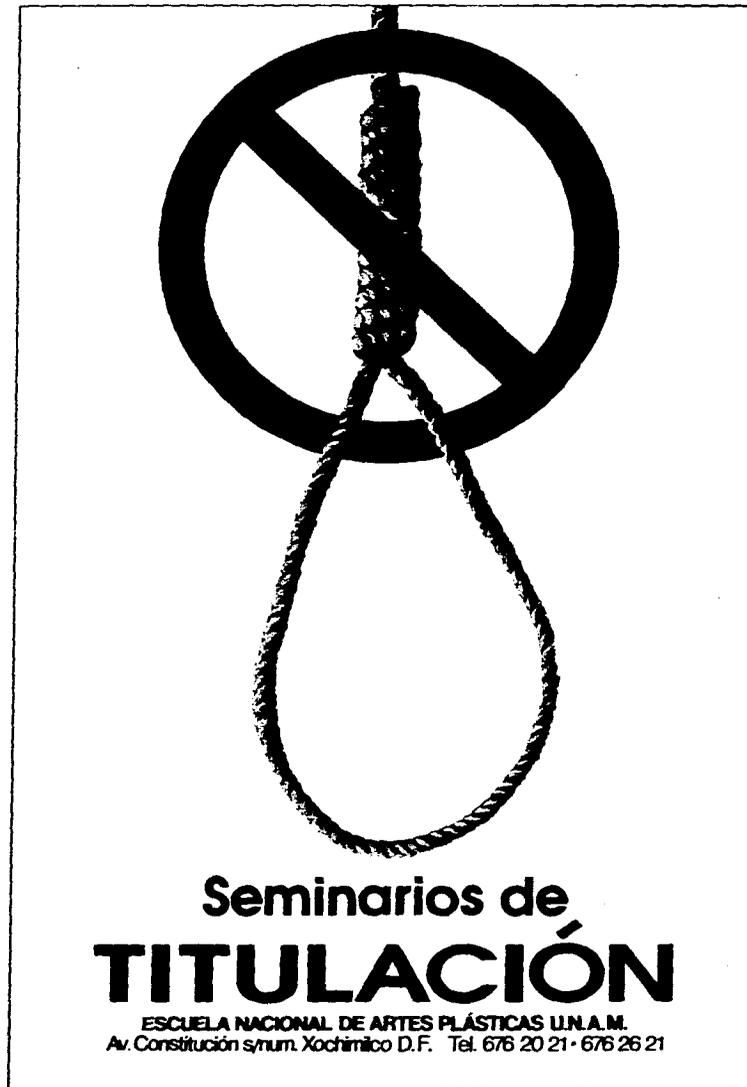
**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**



Cartel 2

El perfil de la "R" en negro, permite que sea visible de lejos, el punto de la letra "i" debe checar perfectamente con el ojo de la letra "a" para que no altere la idea inicial, para tal efecto se recurre al programa Quark Xpress 3.2 y se crea cada tipo en una caja individual, con el fin de acomodarlas como en el boceto, no importando cambiar la estructura y la separación convencional entre un caracter y otro. La tipografía requiere ser Avant Garde, por la redondez de su estructura. El cartel se representa por medio de la técnica de corte de papel.

El sistema de impresión para este cartel es por separación de color o serigrafía.



Cartel 3

Se decide que el símbolo de prohibición se represente en corte de papel y el lazo en ilustración, utilizando lápiz de color, el nivel de representación realista, la tipografía Avant Garde para reforzar la sencillez del diseño y el fondo blanco para resaltar los elementos.

El sistema de impresión para este cartel es por selección de color.

CONCLUSIÓN

Pese a que el cartel actualmente se encuentra con problemas por no haber un lugar específico para su difusión, juega un papel importante dentro de la sociedad, debido a su poder de expresión en masa.

Su trayectoria que por años a acompañado al hombre por el paso del tiempo, permite su desenvolvimiento compositivo, ideológico y técnico, debido a las corrientes artísticas que han influido en cada etapa de la historia del cartel.

Por lo tanto, el cartel sigue vigente hasta nuestros días, gracias a que su reproducción es accesible y cuando el mensaje esta bien planteado es eficaz.

A la fecha el cartel ha ido perdiendo su valor estético que durante muchos años le valiera la rápida evolución a manos de artistas de todo el mundo. La estética no es ni fue un elemento constante en el cartel, aunque si el elemento que de alguna manera influyó para su trascendencia hasta nuestros días.

En este caso específico el cartel como medio de difusión para los Seminarios de Titulación de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, contempla la imagen y composición para el círculo de espectadores al que va dirigido.

GLOSARIO

Abstracción: Cualidad de las obras artísticas no icónicas o no representativas

Art-Decó: Denominación de una tendencia, dentro de las artes decorativas, que se impone en occidente durante los años veinte de nuestro siglo. En lo formal incorpora algunos aspectos del cubismo sintético.

Boceto Rought: Trazos rápidos sobre un papel, que se realizan con el fin de obtener una idea previa, al diseñar.

Caracteres: palabra usada en tipografía pra designar letras y signos de puntuación.

Código: sistema organizado de formas y significados. Una imagen esta codificada si su desiframiento obedece a normas o reglas relativamente rigidas.

Collage: Designa a las composiciones conffeccionadas con fragmentos de otros dibujos, fotografías, etc., pegados sobre un determinado soporte.

Cromatismo: Designa a un estilo musical «coloreado», cuyos efectos se basan en los emitonos.

Diseño: trazado de dibujos planos y modelos en base a los cuales se construyen edificios o se fabrican objetos de uso.

Fotocomposición: es una forma de composición tipográfica que se produce fotogreaficamente sobre película o bromuro. Tiene calidad suficiente para ser reproducida directamente y es extremadamente versátil.

Fotomontaje: técnica fotográfica que consiste en pegar fragmentos de distintas fotografías para hacer una sola composición.

Ilustración: término usado para describir una imagen dibujada, por oposición a una imagen fotografiada.

Imagen: tema visual para una ilustración, diseño o fotografía.

Logotipo: iniciales o palabras ordenadas según una sola unidad compositiva que sirven, generalmente, como firma o sello de una empresa.

Metonimia: transformación

Proporción: Disposición o correspondencia entre las cosas, tamaño

Serie: Grupos de cuerpos enlazados unos con otros.

Soporte gráfico: lo que sirve de apoyo, cualquier material que sirve para recibir, transportar, conservar y restituirla información.

Texto: Bloque principal de palabras de una publicación.

Tipo: Término general usado para designar todos los variados estilos de letras existentes en tipografía.

Tipografía: Arte diseño general y aspecto del material impreso usando tipos.

Tono: matices variados de un mismo color. **Ícono:** se dice de aquellas obras artísticas en las que parece existir semejanza entre lo representado y el objeto exterior (por, ejemplo un cuadro en el que se vean manzanas, autos, etc.).

◆ BIBLIOGRAFÍA

- ALCACER Garmendia, José Antonio, **El mundo del cartel**, Col. Qué es, Editorial Granada, España.
- BARNICOAT, John, **Los carteles. Su historia y su lenguaje**, Gustavo Gili, España, 1972, pp. 280, con ilustraciones.
- CABALLERO, Virgilio (coordinador), **El arte del cartel polaco**, Museo Nacional de Arte Moderno, Instituto Nacional de Bellas Artes, México, 1964, pp. 35.
- COSTA, Joan, **Imagen global**, Ediciones ceac, España, 1989, pp. 262.
- DE AZCARATE Ristori, José María, et. al., **Historia del arte**, Grupo Anaya, Madrid, 1993, pp. 1023.
- **El cartel en Puerto Rico 1946-1985**, Museo de la Universidad de Puerto Rico, División de Impresos Universidad de Puerto Rico, 1985, pp. 80.
- GUBERN, Román, **La mirada opulenta**, Gustavo Gili, Barcelona, 1987.

- HAYTEN, Peter J., **El color en la publicidad y artes gráficas**, Ediciones de Arte, segunda edición, Barcelona, 1967.
- MOLES, Abraham, **La comunicación y los mass media**, segunda edición, Ediciones Mensajeros, Bilbao, 1975.
- MUCHA, Alphonse Marie, **Posters of Mucha**, Harmony Books, E.U.A., 1975, pp. 47., con ilustraciones.
- PARRAMÓN, José María, **Así se pinta un cartel**, Col. Aprender haciendo grafismo, Ediciones Barcelona, España, 1969.
- **Segunda Bienal Internacional del cartel en México 1992**, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.
- STERMER Dugald y Sontag Susan, **El arte en la revolución. Cuba y Castro**, Mc Graw-Hill de México, 1970, pp. 41, con ilustraciones.
- SWAN, Alan, **Bases del diseño gráfico**, Col. Manuales de diseño, Gustavo Gili, Barcelona, 1990, pp. 144.
- TUBAU, Iván, **Dibujando el cartel**, Ediciones ceac, Barcelona, 1968, pp. 138, con ilustraciones.
- TURNBULL, Arthur.F, **Comunicación gráfica**, Trillas, México, 1986.