



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS

Soluciones Gráficas del Cartel.
Experiencia Práctica
sobre su Expresión, Estructura y Composición.
(Pachuca, Hidalgo 1980 - 1990).

Tesis
que para obtener el título de:

Licenciada en Diseño Gráfico

presenta:
Cecilia Flores Cabrera

2006 902

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
MEXICO D.F.

Director de Tesis: Lic. Julián López Huerta.

México, D.F.
2000.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

*Con todo cariño dedico esta tesis a mis padres: Efrén y Sofía (†).
A mis hermanos: Cristina, Efrén, Teresa y Silvia. A mis sobrinos:
Claudia, Sonia, Thania, Edgar, Sergio, Leonora y Efrén Gerardo
de Jesús.*

*Con especial gratitud y reconocimiento por su invaluable apoyo
al Maestro en Ciencias Sociales y Políticas: Héctor H. Zamítiz Gamboa.*

*Mi sincero agradecimiento a las personas que generosamente
me proporcionaron asistencia e información en la realización
de este trabajo: Sergio A. Estrada Flores, Lic. Julián López Huerta,
Lic. Francisco Romero Bolio, Ing. Silvia Flores Cabrera,
Rafael López Castro y Lic. Arturo Flores Alvarez.*

INDICE

INTRODUCCION.....	I
CAPITULO 1 GENERALIDADES DEL DISEÑO GRAFICO Y DEL CARTEL...	1
1.1.- Concepto de Diseño Gráfico.....	1
1.2.- Diseño Gráfico y Cartel.....	2
1.3.- Orígenes y Características del Cartel.....	3
1.4.- Generalidades del Diseño Gráfico y del Cartel en México.....	9
CAPITULO 2 LA EXPRESION, LA ESTRUCTURA Y LA COMPOSICION EN EL CARTEL	22
2.1.-LA EXPRESION.....	22
2.1.1.- Comunicación y Cartel.....	23
2.1.2.- Lenguaje y Significado del Cartel.....	24
2.1.3.- Cartel y Expresión.....	28
2.1.4.- Cartel, Cultura y Sociedad. Ideología e Identidad.....	31
2.2.- LA ESTRUCTURA.....	33
2.2.1.- Acto Perceptivo.....	33
2.2.2.- Estructura del Mensaje.....	37
2.2.3.- Códigos Visuales Aplicados al Cartel.....	40
2.2.4.- Denotación y Connotación.....	44
2.3.- LA COMPOSICION.....	48
2.3.1.- Elementos y Principios Básicos de Composición.....	48
2.3.2.- Configuración del Sistema de Composición.....	50
2.3.3.- Red de Cuadrados Básica.....	53
CAPITULO 3 EXPERIENCIA Y APLICACION PRACTICA SOBRE EL CARTEL: CONTEXTO INSTITUCIONAL DE PACHUCA, HIDALGO. 1980-1990....	58
3.1.- Contexto de la Producción Cartelística.....	58
3.2.- Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.....	59
3.3.- Gobierno del Estado de Hidalgo.....	61
3.4.- Constructora Nacional de Carros de Ferrocarril, S.A.....	62
3.5.- Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud (CREA).....	63
CAPITULO 4 SOLUCIONES GRAFICAS DEL CARTEL.....	66
4.1.- Lista de Carteles.....	66
4.2.- Datos Generales de los Carteles Presentados.....	68
4.3.- Aplicación de la Red de Cuadrados en Diez Carteles.....	68
4.4.- Soluciones Gráficas del Cartel: Experiencia Práctica sobre su Expresión, Estructura y Composición.....	70

4.4.1.- Código de Colores para Instalaciones, Maquinaria y Dispositivos.....	72
4.4.2.- Ballet Folklórico del Estado de Hidalgo.....	76
4.4.3.- El Cervantino en la Universidad. 1984	81
4.4.4.- Festival de Estudiantinas	85
4.4.5.- Programa Navideño	88
4.4.6.- Segunda Reunión Regional de Análisis para la Homogeneización de Criterios de los Sistemas Normativos de las Instituciones de Educación Superior	92
4.4.7.- 116 Aniversario de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo	96
4.4.8.- Ajedrez. Campeonato Juvenil 1985	100
4.4.9.- Primer Aniversario del Centro de Extensión Universitaria	103
4.4.10.- El Cervantino en la Universidad. 1986	107
4.4.11.- Grupo Manguaré de Cuba, Música Afroantillana	111
4.4.12.- El Cervantino en la Universidad. 1987	114
4.4.13.- Fiestas Decembrinas	118
4.4.14.- Primavera Cultural Hidalgo 88	122
4.4.15.- Talleres para Niños	125
4.4.16.- El Xantolo	128
4.4.17.- 10 Aniversario de la Compañía de Danza Folklórica Oyohualli	131
4.4.18.- Orquesta Típica de la Ciudad de México	134
4.4.19.- Primavera Cultural Hidalgo 89	137
4.4.20.- 80 Aniversario de la Revolución Mexicana	139
CONCLUSIONES.....	141
BIBLIOGRAFIA.....	144

INTRODUCCIÓN

"El alma jamás piensa sin una imagen"

Aristóteles.

La comunicación es una necesidad básica del hombre y para hacerla factible se han originado múltiples medios e instrumentos, así como también lenguajes diversos.

Ante la existencia de esta gama de lenguajes, como son: el mímico, el gestual, el verbal, el acústico, el visual, por ejemplo, el lenguaje verbal es el más comúnmente utilizado ya sea a través de la palabra oral o de la palabra escrita.

Sin embargo, el lenguaje visual funge por su parte como una alternativa para ampliar el desarrollo de expresión y comunicación en el ser humano.

Para tal efecto se crean las imágenes visuales, las cuales son reproducciones de modelos, figuras u objetos de la realidad, representados de manera pictórica, gráfica, fotográfica o escultórica, entre otros. El presente trabajo se aboca al estudio de las imágenes visuales representadas gráficamente a través del soporte de comunicación denominado cartel. La intención principal que nos guía es analizar sus aspectos semiológicos más importantes, considerando que por medio de nuestra modesta experiencia práctica sobre el cartel, fueron factores decisivos para dar su solución gráfica.

Es por esto que seleccionamos veinte carteles de autoría propia en cuanto a su diseño, realizados durante los años 1980 - 1990 para la ciudad de Pachuca, Hidalgo.

Con la intención de cubrir problemas referentes a la promoción y difusión de diversas manifestaciones educativas, artísticas, sociales y culturales, el cartel respondió como una alternativa eficaz de comunicación visual bajo el apoyo y el patrocinio de cuatro organismos e instituciones hidalguenses a saber: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Gobierno del

Estado de Hidalgo, Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud (CREA), y la Constructora Nacional de Carros de Ferrocarril, S.A.

El objeto de este estudio se concentra en tres puntos: 1.- Observar como se manifiestan las ideas por medio del desarrollo expresivo, 2.- Cómo se interrelaciona el mensaje dentro de una estructura y 3.- De que manera se ordenan los elementos seleccionados en función de la composición. Es oportuno señalar que dentro de la práctica del Diseño Gráfico los anteriores puntos son importantes, puesto que además de fundamentarlo, posibilitan un mejor desempeño comunicativo.

Este trabajo se integra en cuatro capítulos. En el primer capítulo se ofrecen datos introductorios sobre el Diseño Gráfico y el cartel. Acerca de este último se proporcionan los hechos históricos que comprenden sus orígenes en Europa y las situaciones más relevantes que contribuyeron a su desarrollo. Asimismo, nuestro estudio se guiará al lugar geográfico correspondiente con antecedentes de las manifestaciones artísticas y gráficas del Arte Mexicano, tales como, el arte prehispánico, la aparición de la imprenta en México, el grabado, la litografía, así como los datos y los personajes más representativos que han contribuido en lo general, a la evolución del Diseño Gráfico y en particular a la evolución del cartel.

El segundo capítulo comprende el estudio de la expresión, la estructura y la composición. En la primera parte se destaca la expresión en el cartel como uno de sus valores más representativos. Puesto que el cartel es un medio de comunicación destinado a transmitir mensajes visuales a un público numeroso, debemos considerar que el lenguaje visual y el lenguaje verbal que operan en su interior actúan como sistemas de significación, y estos a su vez, permiten desplegar un concepto a través del proceso creativo que es la expresión, todo esto en función de que los receptores puedan interpretarlo. Para comprender lo anterior, se estudia la implicación comunicativa en el cartel, el funcionamiento de su lenguaje y su significado, para que el concepto o la idea se materialicen por medio de la expresión. Y para poder integrarlo al ámbito destinatario, tendremos presentes las necesidades e intereses del medio social como factores que influyen en su desarrollo.

Dentro de este capítulo se estudia asimismo la estructura del cartel como el mecanismo que ordena los elementos necesarios para articular el mensaje. Uno de estos elementos es la

percepción visual, la cual opera en el ser humano como una aptitud para asimilar y otorgar significado a las cosas. En la conjunción emisor-receptor, los niveles de percepción y conocimiento se vinculan también dentro de una estructura, un orden que permite al diseñador predecir las imágenes más aptas para su identificación, es decir, que puedan reconocerse al tener un lugar dentro de los campos de experiencia del receptor.

Conjuntamente se investiga la estructura del mensaje, los códigos visuales representativos y el acto denotativo y connotativo. No hay que olvidar que en la conformación de un cartel proceden cuatro códigos visuales que son: la imagen (icónica y tipográfica), los materiales y las técnicas, la composición y el color, donde el mensaje deberá ser funcional en la medida en que se apegue a los requerimientos de la fuente emisora, así como también adaptarse al conjunto de individuos receptores para lograr una comunicación efectiva. En este sentido se propone tanto a la dimensión denotativa como a la dimensión connotativa como elementos activos que son necesarios para ordenar nuestras ideas en forma de mensaje.

Una vez estudiadas la expresión y la estructura en el cartel, se aborda el tema de la composición. Se parte del supuesto que, cuando el diseñador se enfrenta a resolver gráficamente un cartel, cuenta con variadas alternativas; sin embargo, debe tener muy en claro la manera de organizarlas, donde la composición resulta fundamental, ya que es una base sólida que se aleja de la improvisación.

Por medio del sistema de composición estudiaremos los elementos y los principios básicos que articulan la presentación de la imagen visual, la cual deberá integrarse con la parte textual y el color de una manera clara y ordenada para aumentar el potencial de todo el conjunto. El método de composición que hemos utilizado para configurar las formas visuales de diez carteles, es el sistema reticular denominado "redes", en particular la red de cuadrados básica. Se muestran sus fundamentos y en el último capítulo su aplicación en cada cartel.

El tercer capítulo hace referencia al entorno socio-cultural donde se llevó a cabo la experiencia práctica. Se ofrecen datos sobre el contexto institucional hidalguense que hicieron factible el desempeño del cartel durante el período señalado.

En el cuarto capítulo se completa la lista de carteles y sus datos generales. Es aquí donde los estudios referentes a la expresión, la estructura y la composición se mostrarán por medio de las soluciones gráficas de los veinte carteles que conforman este trabajo, y se finaliza realizando un estudio sobre cada uno de ellos.

CAPITULO 1 GENERALIDADES DEL DISEÑO GRÁFICO Y DEL CARTEL.

"Todos los hombres son diseñadores. Todo cuanto hacemos la mayor parte del tiempo es diseño, porque el diseño es básico para toda actividad humana. Planear y modelar cualquier acto con vista a un fin deseado y previsible constituye el proceso de diseño."

Alejandro Lazo Margain.

En este capítulo se analizan algunos aspectos acerca del diseño gráfico con el propósito de conocer sus alcances, posibilidades e implicaciones dentro de la sociedad. El tema principal que nos ocupa es el cartel, por ello realizaremos una aproximación sobre sus orígenes y características más relevantes, así como su evolución en México.

1.1.- Concepto de Diseño Gráfico.

El diccionario define el término Diseño, (lat. signare: marcar - signum: signo) "como una marca, dibujo, trazo, delineación de una figura, descripción o bosquejo de alguna cosa".⁽¹⁾ Esta definición nos guía hacia una apreciación básica y un tanto rigurosa, ya que el concepto Diseño es mucho más amplio y en él intervienen diversos factores.

Si observamos lo que nos rodea encontraremos cosas u objetos que representan un carácter utilitario en función de alguna necesidad: una silla, un automóvil, una casa, un libro, una revista, los cuales antes de estar en contacto directo con nosotros, han sido proyectados, creados, producidos y para ser más explícitos, han sido diseñados.

El diseño es la conformación de las partes del objeto. Es la resolución y la forma de integrar y relacionar los elementos de ese objeto. Así, al diseño industrial le compete la creación

(1) Véase Diccionario Enciclopédico Quillet, Tomo III, p.319.

y la producción de la silla y del automóvil, a la arquitectura proyectar y construir una casa ⁽²⁾. En lo referente al diseño gráfico, éste organiza y estructura por ejemplo, el conjunto de componentes de un libro o una revista, de manera que tanto textos, como ilustraciones, fotografías, formato y color, posibiliten una integración funcional.

Pero el campo del diseño gráfico no es sólo diseñar un libro o una revista, es un quehacer constante que implica capacidad creativa para desarrollar los conocimientos teóricos y técnicos que le fundamentan, en función de proponer alternativas en materia de comunicación visual.

La comunicación visual se hace posible por medio de símbolos, señales o signos. Estos a su vez son portadores de algún concepto o idea traducidos en forma de mensaje. El significado del mensaje dependerá de la intención de la comunicación, así como también se adaptará al sistema de valores sociales específicos.

Para resolver los requerimientos o necesidades que son planteados se busca materializar la idea o el concepto, a través de imágenes que son concebidas con el fin de ser fácilmente identificables. Por esto, los alcances y posibilidades del diseño gráfico representan, por medio de conceptos definidos, el poder transmitir, informar y difundir valores intrínsecos a nuestro ámbito.

Paralelamente a la evolución del diseño gráfico se han desarrollado diversas variantes y manifestaciones, como el diseño editorial, timbres postales, logotipos, diseño promocional, simbología, imágenes corporativas, cartelera, y muchas otras actividades, cuyo ejercicio tiene por objeto incidir en la sociedad al poner a su servicio una principal función: la comunicación visual.

1-2.- Diseño Gráfico y Cartel.

En la última década, ante la demanda de que ha sido objeto el diseño gráfico en nuestra sociedad, la participación de los diseñadores ha contribuido con el desarrollo de su práctica a la realización de un diseño con un perfil utilitario diverso, tanto en lo político, lo educativo, lo cultural y lo publicitario.

(2) Resulta obvio que el diseño industrial no sólo se ocupa en diseñar sillas o automóviles, así como la arquitectura no sólo construye casas. Ambas disciplinas realizan tareas muy específicas y de amplio desarrollo. El empleo de estas áreas se utilizan únicamente para ejemplificar la materia que aquí corresponde.

El diseño gráfico como parte activa de la comunicación visual tiene por consigna dirigir sus propuestas en función de circunstancias verdaderas, significativas, que brinden beneficios a la esfera de la cultura visual de nuestro entorno.

Dichas propuestas se pueden transmitir por diferentes medios, cada uno de ellos asumiendo sus propias características y propiedades que los hacen ser diferentes unos a otros. En lo que respecta al cartel, muchas veces se valoran sus características para efectuar determinada comunicación, tomando en cuenta que este medio proporciona mensajes concretos y fácilmente decodificables. El diseñador, por su parte, tiene la libertad de estudiar y seleccionar las imágenes, la tipografía, los colores y la composición que considere convenientes para que el propósito comunicativo se pueda realizar.

La forma y el contenido del cartel tienen la particularidad de proporcionar un significado global explícito, resultado de una cuidadosa investigación encaminada a reflejar contenidos más profundos, más relevantes que una simple ilustración acompañada con textos.

También es importante considerar la propiedad cuantitativa del cartel, ya que un "original mecánico" puede reproducirse en cantidades ilimitadas de copias, para distribuirse y pegarse en los lugares de mayor afluencia de personas.

Observemos ahora las pautas que dieron origen al desarrollo del cartel. Para conocer los inicios del mismo, a continuación y en forma breve se muestra su surgimiento, su trascendencia y el lenguaje visual que lo caracteriza.

1.3.- Orígenes y Características del Cartel.

Resulta un tanto difícil determinar con exactitud el origen del cartel. Sin embargo, Rafael Santos Torrella ⁽³⁾ nos dice que en la Antigua Roma circulaban anuncios de variada especie como la propaganda electoral, los rótulos y el pasquín, los cuales fueron encontrados entre las ruinas de Pompeya; entre estos, anuncios de los espectáculos públicos, en particular de los teatrales, en los que destaca el pintor Callades, catalogado como el artista

(3) Rafael Santos Torrella, El Cartel, Librería Editorial Argos, S.A., Barcelona, Buenos Aires, 1947, pp.10, 11 y 12.

publicitario de esa época.

Pero existía otro método de propaganda: el pregón, que junto con el cartel comparten una misión informadora al agigantarse simbólicamente para señalar tiendas y establecimientos públicos e indicar claramente por medio de alegorías, la ubicación de donde se debía efectuar tal o cual compra. Así, tanto el pregón como el cartel son sistemas similares puesto que el grito del pregonero alcanza prontamente la curiosidad de la gente y el cartel por su parte también grita, pero lo hace con la estridencia de sus colores y los trazos vigorosos de letras e imagen.

Por otra parte, ya desde tiempos inmemorables se realizaban inscripciones o figuras sobre papel, madera, o un pedazo de tela u otro material para ser exhibido en sitios públicos y de esta manera dar aviso o enterar a las personas de algún hecho o circunstancia.

Se puede decir que la precursora del desarrollo inicial del cartel lo es la ilustración, la cual fue utilizada desde sus albores junto con la palabra escrita como auxiliar narrativo en libros y manuscritos, con el objeto de facilitar la lectura.

Fundamentándose en técnicas artísticas tradicionales la ilustración cobra vida a través del dibujo, el cual describe visualmente un objeto que se ve representado en forma bidimensional.

Durante los siglos XVI y XVII, grandes maestros ilustradores como Durero,⁽⁴⁾ reproducen sus dibujos mediante el recurso del grabado⁽⁵⁾. En este mismo período la manera de ilustrar toma distintos giros y direcciones en Europa. El francés Geoffroy Tory conjuga en la página del libro, tanto ilustración, textos y márgenes a modo de crear una estructura estética. Por

(4) Durero, Alberto. (1471-1528). Pintor, grabador, escultor, arquitecto y escritor alemán. Admirable grabador en cobre y en madera. Dibujante de observación prodigiosa y gran espíritu analítico que se impone por la riqueza de su pensamiento, la fuerza vigorosa y precisa del trazo y la violencia del colorido. El arte de Durero une con originalidad y potencia el idealismo del arte italiano y el realismo flamenco, al servicio de un profundo pensamiento íntimo. Diccionario Enciclopédico Quillet, Tomo III, p.355.

(5) El grabado tiene por objeto reproducir por incisión una ilustración sobre un material duro. Existen dos categorías de grabados: El huecograbado y el relieve. En el primero los dibujos se forman por surcos o huecos que se cubren de tinta, después de lo cual, ésta se transporta al papel por medio de la impresión. En el grabado en relieve los trazos del dibujo, en lugar de quedar en hueco sobre la plancha, quedan en relieve y el color o la tinta se aplica sobre estos mismos trazos que la ceden por la impresión al papel. ob.cit., Tomo IV, p.380.

otro lado, en 1796, el alemán Alois Senefelder inventa la litografía, ⁽⁶⁾ y con ella la posibilidad de que la ilustración se reproduzca a partir de una superficie plana (a diferencia del grabado que generalmente se realizaba en relieve). Más tarde, en 1851, se integra el uso del color aumentando con esto, los límites del blanco y del negro.

Ante los avances de la imprenta con una amplia variedad de tipos móviles el cartel tiene lugar hacia 1830 ⁽⁷⁾ en París, donde sobresalientes dibujantes y pintores pusieron en práctica este género artístico que poco a poco va adquiriendo mayor desarrollo.

Aproximadamente a mediados del mismo siglo, era frecuente ilustrar temas cotidianos para publicaciones periódicas, o bien, para lugares públicos destinados a la publicidad en forma de anuncios o avisos impresos integrados por palabras y dibujos. A medida que estos anuncios impresos tuvieron mayor desempeño y aceptación, nació una primera versión original del cartel. Fue alrededor de 1870, ⁽⁸⁾ cuando la obra cartelística comienza a tomar auge con trabajos del artista francés Jules Chéret, ⁽⁹⁾ quien un tanto influenciado por los anuncios de circos y ferias llenos de vitalidad y colorido, así como las cubiertas de sus programas decorados alegremente, diseñó de una manera nueva y sobria, ilustraciones acompañadas con palabras en textos cortos a modo de que pudieran "hablar" o "decir" el contenido de ese nuevo elemento comunicativo. ⁽¹⁰⁾

(6) La litografía es un procedimiento de reproducción que permite obtener por impresión, ejemplares de un dibujo ejecutado sobre una piedra caliza con un lápiz de materia grasa adicionado de tinta negra. Antes de imprimir se hace actuar sobre una superficie de la piedra un poco de agua acidulada y engomada, después de lo cual se lava la piedra. Se pasa sobre una superficie mojada un rodillo de imprenta entintado, y la tinta sólo se adhiere a los trazos del dibujo. Ibidem, Tomo V, p.499.

(7) Cfr., Diccionario Enciclopédico Bruguera, Tomo 4, p.417.

(8) John Barnicoat, Los Carteles, su Historia y Lenguaje, Colección Comunicación Visual, Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1972, p.7.

(9) Jules Chéret. Pintor y litógrafo francés. (1836-1933). Cursó estudios en la Ecole des Beaux-Arts de París. Sus carteles, más de mil, constituyen verdaderas obras de arte. J.Barnicoat, ob.cit., p.12.

(10) Según Charles Hiatt (crítico inglés), es evidente que la idea del cartel ilustrado se produjo entre los romanos, no existiendo entre Callades y Chéret diferencia de punto de partida sino de método, y aún en este caso tratase de una diferencia muy leve. Véase R. Santos Torrella, ob.cit., p.10.

De esta forma, tanto la ilustración como el texto son tratados directamente e impresos y reproducidos a todo color sobre piedra litográfica.



Cartel de Jules Chéret.
"TEATRO de LA OPERA. CARNAVAL 1894."

El propio Chéret hace uso de la composición tradicional europea al adoptar la verticalidad, rectangularidad y alargamiento tanto de pinturas y murales otorgando al cartel esta nueva dimensión; al tiempo que le confiere características expresivas, vivas, alegres y llamativas, las cuales se ponen al servicio del pueblo, ya que su colocación se hace presente en muros y paredes de la calle misma.

Acentuando el estilo de Chéret y ampliando sus logros, resulta relevante la aportación de Henri de Toulouse-Lautrec,⁽¹¹⁾ cuya contribución es fundamental al establecer el carácter directo del cartel como forma artística. Lo aleja de la ilustración de libros y también lo relaciona con la evolución futura de la pintura y de las técnicas publicitarias.

De acuerdo a las estampas japonesas difundidas por aquellos años en el medio artístico parisiense, para Lautrec fue una confirmación necesaria el adoptar algunas de sus características: el color se libera de toda función descriptiva, esto es, del tonalismo, para convertirse en fondo plano; las líneas proporcionan contorno y sirven para acentuar las formas.

(11) Henri-Marie-Raymond de Toulouse-Lautrec-Monfa. (1864-1901). Pintor y litógrafo francés nacido en Albi. Pintó retratos y figuras con un descarnado realismo, a menudo mordaz, en un lenguaje plástico de gran concisión. A sus numerosos carteles de propaganda les confirió categoría de obras de arte, terreno en el que fue un auténtico creador. Diccionario Enciclopédico Quillet, Tomo VIII, p.297.



Cartel de Toulouse-Lautrec, donde la imagen se impone de una manera soberbia. El propio Aristide Bruant, interprete y autor de canciones realistas, pretendía que figurase un ejemplar a cada lado del escenario y difundir el tiraje por las paredes de París. "Ambassadeurs, Aristide Bruant en su cabaret".
150 x 100 cm.

Su obra capta el ambiente noctámbulo y alegre de París en imágenes de cantantes, actrices, bailarines y otros personajes. Para las protagonistas de los espectáculos y de los cabarets realizó una serie de carteles utilizando la litografía en colores, modalidad que revolucionó totalmente al conferirle una autonomía de lenguaje desconocido hasta entonces.

Su aguda visión con la técnica del cartel se basa en una síntesis y una acentuación de formas que permiten al espectador captar inmediatamente tanto el significado de la imagen como

la disposición decorativa del conjunto. Así, las formas sencillas y lisas, la tinta plana, la línea del contorno y el colorido brillante, los conjuga admirablemente en un grafismo sintético a manera de fórmulas que posteriormente serán unas de las características básicas del cartel; al tiempo que lo vincula y consolida como una forma de expresión en el arte del siglo XX.

Cuando el cartel se relaciona con la pintura, influyen en él diversos estilos en la elaboración de su diseño. Para expresar su contenido se pueden citar tendencias naturistas, descriptivas, realistas, decorativas, formales, simbólicas, abstractas, imaginativas, entre otras, donde muchos pintores intervinieron significativamente en su ejecución, aportando importantes logros plásticos que más tarde habrán de contribuir e inspirar a futuras corrientes artísticas modernas. ⁽¹²⁾

Por lo anteriormente expuesto, tenemos una primera versión sobre las características del cartel, mismas que son la ilustración y el texto corto, ambos combinados en formas sencillas y simplificadas para obtener una imagen hablada, ya que la ilustración nos muestra, nos representa, algo o alguien en determinado momento o situación. Junto con las palabras más indispensables se refuerza el contenido a través de textos sintéticos, procurando siempre mantener una relación análoga entre ambos, para que constituyan un todo integrado y de esta manera puedan ser fácilmente interpretados.

No se puede establecer una regla específica en cuanto al tamaño de la ilustración ni del texto, puesto que en un cartel la ilustración puede abarcar una mayor parte; sin embargo, existen numerosos carteles donde el texto se presenta a un nivel prioritario en cuanto a la ilustración, o bien, puede estar conformado únicamente con palabras.

También el uso y aplicación del color es importante dentro del cartel, cuyos efectos brillantes y luminosos, fuertes e impactantes actúan en función de un mejor desempeño del contenido general.

Por otra parte, la forma del espacio a componer por lo común es alargado y vertical. Es

(12) Por ejemplo, el trabajo de Chéret repercute en el Art Nouveau, así como en la obra del pintor francés Georges Seurat, fundador y teórico de la escuela neo-impresionista. Por otro lado, Toulouse-Lautrec tuvo un fuerte impacto sobre Picasso. Véase J. Barnicoat, ob.cit. pp.20, 24 y 26.

aquí donde los tres elementos: ilustración, texto y color se ordenan bajo ciertos lineamientos compositivos tradicionales, y mejor aún, la conjugación de sus partes se ha resuelto en modalidades más frescas y espontáneas, brindando así, una mejor soltura y libertad.

De esta manera, los elementos característicos del cartel son la ilustración, el texto, el color y la composición, mismos que marcan las pautas a seguir para que su forma y contenido expresen cualidades intrínsecas del tema a proyectar y desempeñen adecuadamente su función.

Hasta aquí hemos visto los orígenes y las características más sobresalientes del cartel en Europa. Ahora estudiaremos su desarrollo en México con los antecedentes sobre sus inicios y su trayectoria hasta nuestros días. Tomaremos en cuenta las manifestaciones pictóricas y gráficas que han trascendido en el diseño gráfico, haciendo especial énfasis a los datos que muestran la evolución del cartel.

1.4.- Generalidades del Diseño Gráfico y del Cartel en México.

Aquellos documentos que podrían contribuir a un mejor conocimiento de las estructuras sociales y culturales de los pueblos mesoamericanos fueron destruidos por los conquistadores. Pese a ello, se rescataron representaciones iconográficas de la época prehispánica, que presentan, tanto en la cerámica, pintura, escultura y arquitectura, una riqueza de formas que corroboran la extraordinaria fertilidad de sus contenidos culturales y de sus manifestaciones artísticas.

La enorme variedad de motivos representados en imágenes, van desde las formas que podrían llamarse naturistas, a las más estilizadas y abstractas. Los conceptos mítico-religiosos se combinan hasta con las formas simbólicas que remotamente se asocian a la realidad, en un proceso de transformación pictográfica e ideográfica.

Por lo menos desde el siglo VI a.C., los antiguos pobladores solían decorar sus templos con pinturas murales. No existían gradaciones tonales en los colores, sino que se aplicaban en forma plana y uniforme, cubriendo determinadas áreas, las cuales, a su vez, se delimitaban con una línea negra (características similares a las del cartel) sobre previos trazos de color rojo almagre. ⁽¹³⁾

(13) Véase Paul Westheim y Alberto Ruz, 40 Siglos de Plástica Mexicana, Arte Prehispánico, Tomo I, Editorial Herrero, S.A., México, 1969, p.341.



Jaguares devorando corazones humanos.
Pintura Mural Teotihuacana.

La expresión de la pintura mural muestra rigidez y severidad, puesto que su origen es religioso y ofrecen símbolos sin sugerir la realidad, sin embargo, existe una mayor libertad en representaciones de dioses, hombres o animales en movimiento. Ejemplos de lo anterior se encuentran en las pinturas de Tlalocan en Teotihuacán, donde existe gran habilidad para resolver problemas de composición, colorido y expresión; en las pinturas de Bonampak en Chiapas, donde se evidencia un tono humano y terrenal, a diferencia de las de Teotihuacán; y escenas de los frescos de Chichén Itzá en Yucatán, que poseen un carácter más abierto al movimiento y a la expresión plástica. ⁽¹⁴⁾

Por otro lado, los antecedentes gráficos más antiguos que se conocen hasta ahora, son los códices realizados por los Tlacuilos, artistas de alta jerarquía que realizaban con imágenes las costumbres de sus pueblos y las características de su cultura. Los pintores probablemente utilizaban pinceles con pelos de conejo o de venado; elaborando su trabajo sobre papel amate, fibra de maguey o de palma o en tiras de piel de venado cubiertas con una imprimatura blanca, a cuya ejecución preparaban colores y pinturas de diverso material a saber: vegetal para el verde, el amarillo y el azul; mineral para el blanco; animal para el rojo y el humo de ocote para el negro, aprovechando como material solvente aceite de chía o el extraído de un gusano llamado axe. ⁽¹⁵⁾

(14) P. Westheim y A. Ruz, ob. cit., p.334.

(15) Artes de México, La Historieta Mexicana, Revista Mensual, No. 158, Año XIX, p.9.

Esta manera de expresarse también favoreció la práctica comunicativa de nuestros ancestros. La labor informativa tanto de los aztecas como de los toltecas se llevaba a cabo por medio de noticias escritas sobre papel de henequén, los cuales eran pegados en palos y sostenidos en estatuas. ⁽¹⁶⁾

A la llegada de los conquistadores estas obras se vieron interrumpidas y las tareas de los artistas indígenas fue encaminada por los misioneros para ayudarse en la evangelización.

Por lo que una nueva cultura comienza en la historia mexicana. Alrededor de 1536, el italiano Juan Pablos fundó en la Casa de las Campanas, cerca del Zócalo de la ciudad de México, la primera imprenta del Continente Americano y los impresos iniciales tuvieron un carácter meramente religioso. Así nació el volante más antiguo impreso en la Nueva España, mismo que data de 1542 bajo el título: "Relación del Terremoto de Guatemala", ocurrido el 10 y 11 de noviembre de 1541. ⁽¹⁷⁾

Los impresos de aquel entonces fueron destinados a propagar comunicados oficiales y disposiciones de los respectivos virreyes en publicaciones periódicas, impregnadas y controladas por la nueva religión y moral de la colonia española.

En la misma época se utilizó el grabado para la reproducción de imágenes. En sus orígenes sirvió para acuñar monedas. Durante el siglo XVII muchos grabadores españoles prestaron sus servicios en la Real Casa de Moneda de la Cd. de México, comenzando como acuñadores, seguidos en el siglo XVIII por grabadores en hueco. ⁽¹⁸⁾

Ante la necesidad de ampliar la enseñanza en el grabado ⁽¹⁹⁾, el rey Carlos III de España comisionó a Jerónimo Antonio Gil, para ser maestro grabador y establecer una escuela de

(16) Consúltese Karin Bohmann, Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México, Colección Los Noventa, Alianza Editorial Mexicana,, México, 1989, p.56.

(17) K. Bohmann, ob.cit., p.57.

(18) Thomas A. Brown, La Academia de San Carlos de la Nueva España, SepSetentas, No. 299, México, 1976, pp. 29 y 30.

(19) Véase supra, p.4.

grabado. Dicha escuela se instaló en los locales de la Casa de Moneda, ⁽²⁰⁾ donde los estudiantes, durante cuatro años aprendieron grabado en hueco, grabado en láminas y tirado de tórculos.⁽²¹⁾

Más tarde, después de la fundación de la Academia de San Carlos, ⁽²²⁾ el aprendizaje del grabado se dividió en dos modalidades diferentes: la estampación en buril y el grabado en hueco.⁽²³⁾

Tiempo después, en 1825, Claudio Linati estableció en México el primer taller de litografía, ⁽²⁴⁾ este método de impresión poco a poco se fue desarrollando y se le utilizó para imprimir periódicos, libros y revistas, con ilustraciones de género histórico, religioso y humorista.⁽²⁵⁾

En la segunda mitad del siglo XIX dentro del grabado y la litografía destaca la obra del yucateco Gabriel Vicente Gahona ("Picheta"), reconocido como gran artista crítico y burlesco, quien incorpora su grabado al artículo que ilustra, donde la imagen y el texto se articulan en un sentido novedoso. ⁽²⁶⁾

(20) T.A.Brown, ob.cit., p.29.

(21) Ibidem, p.54.

(22) La Academia de San Carlos se fundó en 1785 durante el gobierno del rey Carlos III de España. Se instaló en el segundo piso de la Real Casa de Moneda. Titulada "San Carlos en la Nueva España", en sus inicios siguió lineamientos y patrones de la "Academia San Fernando" en Madrid. Más tarde, se trasladó a uno de los edificios más antiguos de la Ciudad de México: el Hospital del Amor de Dios (actual sede) en el año de 1792. Ibidem, pp.98,102 y 172.

(23) El grabado en hueco se hacía con láminas de metal -generalmente de cobre- con un buril de acero que sacaba el metal en pequeñas espirales. Para hacer la impresión el grabador rellenaba de tinta las pequeñas muescas y presionaba la placa contra el papel. La estampación en buril difería del grabado principalmente por el proceso de hacer incisiones de las líneas. Se cubría con una placa de metal con un baño de ácido resistente al material, usualmente un líquido. Se trazaba un dibujo en la placa que descubriera el baño y permitiese que el ácido royera las partes expuestas del metal. Entonces, las muescas o cortaduras -el contorno del dibujo- se producían por la acción química. La estampación a buril y aguafuerte requerían una gran maestría en el dibujo. Ibidem, p.131.

(24) Véase supra, p.5.

(25) Cfr., Lorena G. Valle Chavarría, Generalidades del Cartel, Tesis, 1989, ENAP-UNAM., P.56.

(26) L.G. Valle Chavarría, ob.cit., p.56.

En Aguascalientes aparecen las primeras caricaturas de José Guadalupe Posada (1851-1913), pero su obra más fecunda la realiza en la ciudad de México. Con más de 15 mil grabados, la producción de Posada trasciende en su caracterización como expresionista. Lejos de



"Gran Fandango y Francachela de todas las Calaveras", grabado de José Guadalupe Posada.

aceptar los delicados clasicismos del régimen de Porfirio Díaz, Posada, (considerado como el artista mexicano más antiburgués) colabora en periódicos opositores al porfiriato. Con un lenguaje imaginativo y de gran fuerza expresiva sus grabados e ilustraciones hablan la misma lengua de la masa popular al mostrar el lado plebeyo, servicial y populachero del México de entonces. Así, los vendedores, los campesinos, los merolicos, por una parte y la cruenta dictadura de Díaz por otra, ofrecen en su trabajo una crítica despiadada y dramática de la sociedad mexicana. Su sello creativo y su maestría en el grabado hacen que el tema de las calaveras se reproduzca a partir de masas contrastadas de blanco y negro, dando lugar a que el volumen exprese movimientos definidos a los esqueletos que se desenvuelven en animados personajes.

Nuevas ilustraciones aparecen en 1880, cuando el pintor y cartelista Eusebio Planas relata en forma gráfica "La historia de una mujer", cuyas imágenes se reproducen en México por la

fábrica de cigarrillos "El Buen Tono", para obsequiarlas dentro de las cajetillas de cigarrillos.



"Historia de una Mujer", viene a ser un antecedente muy cercano a la actual historietta romántica, y más aún a la modalidad de utilizar imágenes con textos, que con el paso del tiempo crean un medio de expresión y comunicación, mismos que guardan ciertas características con el cartel contemporáneo.

La imagen con texto, caracteriza también a cartones e historietas que aparecen a principio de siglo publicándose en semanarios y diarios capitalinos, donde importantes dibujantes participan dentro de diversos géneros: aventuras, romance, deportes, ciencia-ficción, etcétera, para procurar diversión y dejar asentadas las costumbres y corrientes culturales de cada época.

Más tarde, a raíz de los acontecimientos ocurridos tras la revolución de 1910, un brote explosivo de renovación plástica es producida con el muralismo, la que se intensifica culminando en la década de los años 30. Por ejemplo, la obra de José Clemente Orozco, Diego Rivera y David Alfaro Siqueiros se plasma en edificios públicos relatando un profundo contenido de la historia mexicana en un lenguaje de fácil comprensión para la mayoría. Esto logra que el arte de México se exprese a nivel universal y se expanda sobre los países herederos de las civilizaciones precolombinas provocando una corriente "indigenista", donde, países como Perú, Ecuador, Bolivia, Colombia, Venezuela, Cuba y Chile trascienden en su plástica al ser influenciados por el muralismo mexicano, asumiendo asimismo, un compromiso social y político.

La expresión artística del México postrevolucionario se desarrolla en parte, a través de Gabriel Fernández Ledezma, quien reutiliza la técnica del grabado en madera (Xilografía) para

ilustraciones y carteles. Su participación en actividades políticas y culturales queda de manifiesto por medio del cartel. Dichas actividades son precisamente unas de las promotoras en el desarrollo del diseño gráfico a partir de la década de los treinta.

En esta época, ante la necesidad de métodos baratos y rápidos se incorpora el cartel mural elaborado con diseños y colores llamativos para difundir la propaganda política, la concientización social, o bien, la difusión cultural.

Alrededor de 1931, Fernández Ledezma y Francisco Díaz de León comenzaron a diseñar una serie de carteles y folletos para la Sala de Arte de la Secretaría de Educación Pública, que modificaron radicalmente la concepción del diseño gráfico en México. Ambos artistas introdujeron nuevos elementos en la composición tipográfica muy a la par de lo que se estaba realizando en Europa, donde, a partir de 1915 aproximadamente, confluyeron movimientos artísticos que dieron un carácter "moderno" a las artes plásticas, incluyendo a la arquitectura y al diseño de carteles. El concepto de función ocupó el lugar del término ornamento y se impusieron trabajos con visión de futuro que enlazaban a la industria y la tecnología. ⁽²⁷⁾

Influidos por las propuestas de Moholy-Nagy ⁽²⁸⁾, Fernández Ledezma y Díaz de León utilizaron el montaje, trucos fotográficos y ángulos de cámara cinematográfica para el diseño de carteles. De esta manera surgieron modificaciones al concepto y a la forma del cartel mexicano como resultado del gran conocimiento de la avanzada plástica internacional y el deseo de renovación artística. ⁽²⁹⁾

El manejo formal de la tipografía en los carteles de Fernández Ledezma tiene como aportaciones importantes el hecho de que los caracteres que componen al texto tienen, además

(27) Judith Alanís, Gabriel Fernández Ledezma. Coordinación de Difusión Cultural, Escuela Nacional de Artes Plásticas-UNAM., 1985, México, p.77.

(28) Ladislav Moholy-Nagy (1895-1946). Pintor húngaro. En 1920 expuso sus primeras pinturas abstractas, "papiers collés" y fotogramas. De 1923 a 1928 fue maestro de la Bauhaus y colaboró en la edición de libros de la misma. Publicó "Pintura, Fotografía y Film" en 1925, y "De la Pintura a la Arquitectura" en 1928. Además de cuadros abstractos, films documentales y trabajos de arte publicitario, a partir de 1934 ensayó la pintura en tres dimensiones que llamó "modulares espaciales". Diccionario Enciclopédico Quillet, Tomo VI, p.220.

(29) J. Alanís, ob.cit., p.78.

20 CENTURIES



MUSEUM OF

MODERN

MAY ART

SEPTEMBER 1940

El uso de una nueva tipografía en 1940 se hace evidente en este cartel de Gabriel Fernández Ledezma, en el cual se anuncia la exposición "Veinte Siglos de Arte Mexicano" en el museo de Arte Moderno de Nueva York. 56 x 43 cm.

de sus propiedades semánticas, un carácter icónico y expresivo. Frecuentemente utilizaba la tipografía dibujada debido a la poca variedad de tipos móviles existentes en México por estas fechas. Esto, trajo como consecuencia, que todos sus diseños estén teñidos de un acentuado acento personal que confiere mayor interés a sus obras. Por otro lado, jerarquiza la información basándose en el tamaño y el valor tonal de las letras, mostrando así, su preocupación por conferir a los carteles mayor riqueza visual. En todos sus carteles es constante el equilibrio entre forma y contenido, entre el todo y las partes que ilustran una nueva concepción del quehacer artístico basado en la comunicación masiva.⁽³⁰⁾

(30) *Íbidem*, p.78.

En el año 1937 artistas del Taller de la Gráfica Popular, abordaron temas políticos solidarizándose con el gobierno del presidente Lázaro Cárdenas. Una gran cantidad de grabados, litografías y carteles representan la política por un lado, y por otro, aspectos generales de México y del mundo.

Otro pionero de la gráfica mexicana lo es sin duda Josep Renau. De origen español, arribó a México a finales de los años treinta tras un intenso trabajo de cartel político en España. Influenciado por las corrientes que predominaban en esa época y la inclusión de una nueva técnica: el fotomontaje, elaboró en nuestro país innumerables carteles de orden político, cultural y comercial, incursionando asimismo en el cartel de cine.

En 1944 el dibujante y caricaturista mexicano Alfonso Ontiveros, ganó en Washington el primer premio en el Concurso de Carteles para Promoción de las Naciones Unidas.

En 1939 llegó a México Miguel Prieto, republicano español, quien renovó el diseño gráfico existente. Fungiendo como director artístico de la revista "Romance" y encargado del Departamento de Artes Plásticas del INBA., otorgó una nueva personalidad a las publicaciones, libros, catálogos, programas, carteles e invitaciones. Colaboró también para la oficina de Ediciones del INBA., y del suplemento "México en la Cultura" del periódico Novedades.

Con elegancia y sencillez, Prieto utilizó tipografía clásica como la Baskerville, Garamond, Bodoni y el "moderno" Empire, al tiempo que alternó los colores y las imágenes sobre distintos

Baskerville

Baskerville

Garamond

Garamond

Caslon

Caslon

EMPIRE

Tipos de letras que Miguel Prieto frecuentemente utilizaba.

tipos de papeles, ya fueran para libros de arte hasta para un simple boleto de entrada al Palacio de Bellas Artes, dando igual importancia tanto al uno como al otro.

Partiendo de las enseñanzas de Prieto, Vicente Rojo continuó con la labor del diseño gráfico ampliando y solidificando sus avances, profesionalizando aún más esta disciplina. Buscando tipos de letras más modernas, diseñó con eficacia y economía publicaciones del INBA., y de Difusión Cultural de la UNAM.

En 1954, Vicente Rojo se incorporó a la imprenta Madero participando en toda clase de experimentos para encontrar mayores posibilidades expresivas al diseño gráfico, tales como la utilización de viñetas, marcas, orlas, plecas, y elementos tradicionales como las manitas indicadoras (☞) y los asteriscos. Recurrió también a la fotografía de alto contraste diez años antes de que saliera al mercado; los fundidos o barridos de color, las pantallas ampliadas y los complicados suajes y dobleces de papel, ⁽³¹⁾ registrando su aportación en suplementos culturales, revistas, logotipos, portadas para volúmenes de diversos géneros literarios, carteles, libros de arte, diarios, libros-objeto, folletos, catálogos, etcétera. Colaboró también en la publicación "Artes de México", la Revista de la Universidad de México, "Nuevo Cine", la revista "Vuelta" a la dirección de Octavio Paz, "La Gaceta" del Fondo de Cultura Económica, "Artes Visuales"



Cartel realizado por Vicente Rojo en 1962.

(31) Vicente Rojo - 40 Años de Diseño Gráfico, Trama Visual, Ediciones Era, México, 1990, p.24.

editada por el Museo de Arte Moderno; fue asimismo diseñador del periódico "La Jornada", en el que realizó una serie de innovaciones visuales con muy pocos recursos técnicos.

Más tarde, el diseño gráfico se robusteció a raíz de la organización de los XIX Juegos Olímpicos en 1968. El apoyo hacia esta actividad se encausó en el diseño de símbolos deportivos, diseño editorial, fotografía, carteles, diseño de boletos, sellos postales, folletos, etcétera, donde colaboraron un gran equipo de personas de diversas disciplinas y de varios países. Esto ocasionó una enorme efervescencia que se reflejó posteriormente para crear la carrera de Diseño Gráfico en la ciudad Capital. ⁽³²⁾

Entre 1972 y 1977 en la Imprenta Madero, Rafael López Castro colaboró con Vicente Rojo, del cual aprendió el sobrio y elegante manejo tipográfico que actualmente le distingue. Desarrollando su actividad en el cartel cultural, político y social emplea un lenguaje de gran contenido simbólico, haciendo uso simultáneamente de diversos recursos técnicos como la ilustración, el fotomontaje, el collage, las fotocopias y la fotografía creativa.



Rafael López Castro es el autor de este cartel en el cual simplifica rítmica y equilibradamente el espesor de la mancha tipográfica en los nombres de los protagonistas que celebran a Mozart, realizando un fundido de 3 colores rojizos e intercalando cuadros en tonalidad verde.

En la imagen de Mozart se observan dos colores: café y negro, y vuelve a utilizar un rojo para las letras "Don Giovanni" y "Mozart" y los triángulos inferiores.

Imagen global sobre fondo claro mostrando alta resolución visual y compositiva.

(32) Véase Comunicación Visual, Revista de Arte y Diseño, No.6, Año I, Nov.-Dic., 1987, pp.8 y 9.

A lo largo de veinte años como diseñador gráfico, López Castro ha contribuido aproximadamente con 600 carteles, donde el "gancho visual" (*sic*) lo constituye la imagen en un 80% de sus obras, sin minimizar la importancia de la tipografía y recurre a los tipos Garamond, Bodoni y Kabel, entre las más sobresalientes para relacionar tanto imagen como texto de una manera justa y equilibrada.

Aparte de su magnífica aportación al cartel contemporáneo ha diseñado portadas para libros del Fondo de Cultura Económica y para la Editorial Joaquín Mortíz; ha realizado también logotipos, portadas para discos, folletos, las revistas "Voz y Voto" del INBA, "El Machete" del Partido Comunista y "La Palabra y el Hombre" de la Universidad Veracruzana.

De la Imprenta Madero de igual manera han surgido otros destacados diseñadores como Luis Almeida y Germán Montalvo, ambos comprometidos con las actividades culturales promovidas por el gobierno, las universidades, los partidos políticos, las casas de cultura, los museos; desarrollando su difusión a través del libro, del catálogo o del cartel, por mencionar algunos.

El trabajo creativo de grandes maestros como Félix Beltrán de origen cubano y Wiktor Gorka diseñador gráfico polaco, han contribuido al desarrollo del diseño gráfico en México. La aportación perseverante de Wiktor Gorka ha reconocido y apoyado el patrimonio cultural de México manteniendo una estrecha relación con el país desde los años setenta. Ha transmitido su conocimiento a numerosos estudiantes de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM., la Universidad Iberoamericana, la Universidad Autónoma Metropolitana, la Escuela de Diseño y Artesanías, la Universidad de la Américas de Puebla y la Universidad Veracruzana de Jalapa.

La exposición "Carteles de Cine de Wiktor Gorka", fue parte del programa de actividades de la Segunda Bienal Internacional del Cartel en México 1992, ⁽³³⁾ la cual reunió a importantes personalidades dedicadas a la práctica del diseño gráfico. Dicha Bienal comprendió exposiciones de carteles, cursos de especialización, conferencias y el Concurso Internacional del Cartel dentro

(33) La Primera Bienal Internacional de Cartel en México se llevó a cabo en 1990. Por primera vez se abrió como centro permanente de encuentro e intercambio del diseño gráfico. Segunda Bienal Internacional del Cartel en México 1992, Programa de Actividades, Trama Visual, A.C., pp.2 y 3.

de las siguientes categorías: a) Cartel Cultural, b) Cartel Político, Ideológico o Social, c) Cartel Publicitario o Comercial y d) Cartel inédito bajo el tema: "América Hoy, 500 Años Después".⁽³⁴⁾



Wiktor Gorka tiene alrededor de 500 carteles impresos, de los cuales 300 son para el cine. "Dulce caridad" es el nombre de esta película donde, al igual que en otros de sus carteles, el tema en un momento dado, le impone la solución artística y estilística, imprimiéndole rasgos de humor y diversión.

Esto ha sido motivo para que en los últimos años exista la presencia del diseño de otros países y la participación de carteles mexicanos en el extranjero, al igual que la participación de diseñadores mexicanos en foros internacionales y en diferentes Bienales de Diseño.

Con la anterior referencia sobre el cartel, estudiaremos en el segundo capítulo los temas principales de esta tesis: la expresión, la estructura y la composición en el cartel; convencidos que estas directrices son los fundamentos esenciales para su mejor desempeño comunicativo.

(34) La Tercera Bienal Internacional del Cartel en México 1994, presentó las mismas categorías a, b y c, con un cambio en la categoría d) Cartel inédito, con el tema: "Carteles contra la Violencia".

CAPITULO 2 LA EXPRESIÓN, LA ESTRUCTURA Y LA COMPOSICIÓN EN EL CARTEL

"Cada medio exige cierto lenguaje, un cierto manejo del material a través del cual se puede explicar alguna cosa... En la perspectiva de los medios, lo importante no es tanto el sentido (el significado), sino la manera como este sentido es presentado por el medio".

H. Marshall McLuhan.

En este capítulo se encuentra, en mayor medida, el objeto de estudio de nuestra investigación. Por su naturaleza se encuentra dividido en tres grandes apartados que son estudiados en función de su contenido y de los aspectos intrínsecos a su operatividad.

Destacamos la importancia de la expresión, la estructura y la composición como valores fundamentales en la dinámica del cartel. Estos tres puntos serán tratados de manera particular con el objeto de profundizar sobre su esencia y su valor comunicativo.

Dentro del primer gran apartado estudiaremos a la expresión en su modo de explicar o comentar su significado a través de imágenes visuales. En el segundo apartado observaremos la estructura del mensaje, donde sus elementos se articulan en función de una fácil interpretación. Y como tercer apartado la composición mostrará como enriquece al diseño con sus principios y elementos organizadores.

2-1.- LA EXPRESION.

El diccionario nos proporciona ciertas definiciones sobre el término expresión: Especificación, declaración de una cosa para darla a entender. Efecto de expresar algo sin palabras. Viveza y propiedad con que se manifiestan los afectos en la oración o en la representación teatral y en las demás artes imitativas. ⁽¹⁾

Nuestro punto de vista nos conduce a considerar a la expresión como un factor característico del cartel, el cual es la fuerza creativa que sirve para traducir las ideas en imágenes visuales.

(1) Véase Diccionario Enciclopédico Quillet, Tomo IV, p.43.

Entre otras cosas, el cartel es un medio destinado a transmitir mensajes visuales con la intención de influir en el receptor. Tal atribución se remite a la creación y utilización de signos debidamente organizados para poder funcionar a través de su lenguaje.

En el presente apartado conoceremos la interacción de la práctica comunicativa del cartel junto con el manejo del sistema de signos en la búsqueda de su propio lenguaje, significado y expresión.

Asimismo tendremos presentes los valores del contexto de los destinatarios en función de que el cartel exprese además, un buen contenido, ya sea ideológico o conceptual, por ejemplo, desarrollados por medio de la capacidad crítica y propositiva de la fuente emisora.

2.1.1.- Comunicación y Cartel.

Difícilmente se puede comprender cualquier campo del comportamiento humano sin que exista la posibilidad de comunicación al interior de una organización social.

Al intervenir dentro de una organización (familiar, comunitaria, estudiantil, laboral, religiosa, etcétera) el hombre tiene una participación activa a través de la comunicación, ya sea de tipo verbal o en forma visual; en las relaciones sociales, políticas, económicas y culturales en las que se desenvuelve.

La comunicación genera estímulos en todos los campos donde se efectúe un intercambio de ideas o de significados, que por medio de nuestra experiencia hemos aprendido a reconocer y entender. De esta manera, el lenguaje verbal y las imágenes visuales son compartidos por la mayoría de los hombres cuando se utilizan los elementos de conocimiento que los individuos tienen en común.⁽²⁾

La avanzada tecnología de nuestro tiempo ha propiciado una mayor necesidad por diversificar opiniones y actitudes destinadas a tener algún efecto sobre la sociedad.⁽³⁾ Los efectos

(2) Un ejemplo de las imágenes visuales es el símbolo de la Cruz Roja situado en el centro de un gran edificio, el cual nos remite inmediatamente a su significado; un hospital o una clínica, ya que todos a través de nuestra experiencia hemos aprendido a descifrar.

(3) Por ejemplo: la televisión, el cine, la prensa, la radio, las revistas, etcétera.

de la comunicación se determinan según la naturaleza, la producción y distribución de mensajes de acuerdo a la concepción y evaluación de la realidad, que de alguna manera buscan incidir en la conducta humana.

En lo que compete al desarrollo de la comunicación, el diseño gráfico es responsable de la creación y eficacia de los mensajes visuales al conferirles un valor utilitario e intencional acorde a las necesidades que le son planteadas.

Así, el cartel, medio de comunicación visual se manifiesta como una forma de expresión y difusión de ideas, donde la capacidad del hombre para interpretar el mundo será una posición o un punto de vista respecto a su contenido.

Esta capacidad no se produce de una manera aislada, pues es una captación de signos y referencias temáticas en función de ser comprendida y ser compatible dentro del ámbito donde se inserta.

Por tanto, es tarea del diseñador, interpretar gráficamente las ideas o los conceptos, desarrollando contenidos portadores de significado, lo cual implica la presencia del acto comunicativo dentro del lenguaje propio del cartel.

2.1.2.- Lenguaje y Significado del Cartel.

El lenguaje es el medio más importante de la comunicación humana ya que las palabras desempeñan un rol relevante en la acción de pensar y de actuar. El lenguaje facilita el pensamiento y los resultados de éste se convierten después en un código formado por palabras para lograr la comunicación.

Claro está, que las palabras no son el único vehículo para comunicarnos. El pensamiento también se encuentra favorecido por otros medios que determinan diferentes lenguajes. La actividad de todo lenguaje tiene la capacidad de expresarse por medio de signos o símbolos, ya sean éstos palabras, sonidos, números o imágenes.

Desde sus orígenes el hombre ha tenido la facultad de crear y utilizar estos signos para poder comunicarse. Cuando los signos son socialmente reconocidos, es cuando se ha aprendido el significado y la utilización comunicativa.

En todas las conductas cotidianas que, desde su infancia se sujeta todo individuo, el cerebro humano aprende a darles un significado. El significado se estructura de varias maneras:

significado verbal, mímico, gestual, corporal, acústico, olfativo, táctico y visual.

De esta manera la comunicación que utiliza el hombre se lleva a cabo por medio de distintos lenguajes. Esto implica la presencia de una persona que transmite alguna información a un individuo receptor o destinatario, realizando el proceso básico de comunicación: emisor-mensaje-receptor, el cual se forma por un sistema organizado de signos; es decir, de aquellos elementos que se pueden captar a través de nuestros sentidos y que se realizan en función de su percepción.

El cartel por su parte, tiene su propio lenguaje. Hablar de este último es referirnos al lenguaje visual y al lenguaje verbal que se organizan en su interior. El lenguaje que constituye al cartel se conforma por medio de signos que establecen correspondencias mutuas para el logro de un conjunto unitario, donde el lenguaje visual (la imagen, el color y la composición) se articula con el lenguaje verbal (el texto), para que juntos actúen como sistemas de significación.

Tanto la frase o el texto escrito como el lenguaje visual se basan en convenciones o códigos socialmente aceptados. El texto expresa, dice, comunica, habla; el lenguaje visual expresa también pero sin palabras. Es la selección de ciertos elementos o signos que sirven para articular un concepto en función de ser comprendido.

Lo verbal y lo visual se conjugan e interrelacionan con el objeto de que provoquen sensaciones en el receptor, sensaciones que a su vez le generan estímulos. Así pues, un signo es un estímulo, es una sustancia sensible "cuya imagen mental está asociada en nuestro espíritu a la imagen de otro estímulo que ese signo tiene por función evocar, con el objeto de establecer una comunicación".⁽⁴⁾

El signo es cualquier cosa que pueda considerarse sustituto significante de cualquier otra cosa. El signo es una marca que tiene la intención de comunicar un sentido.⁽⁵⁾ Dentro del cartel funge como un signo intencionado al asociar un significante que percibimos con la vista y un

(4) Pierre Guiraud, La Semiología, Siglo XXI Editores, México, 1991, p.33.

(5) "Un significado no es en definitiva sino la identidad bajo la que el sujeto hablante conoce el sentido; es decir, lo que se "dice" en el acto del habla, y por tanto una manera de concebirlo. La pertinencia de la manera como el sujeto hablante conoce los sonidos de la lengua supone así una manera particular de concebir otro objeto (el sentido) perteneciente a un "plano", ó, en términos más rigurosos, a un universo del discurso, distinto de aquel a que hacen referencia los "sonidos". Luis J. Prieto, Pertinencia y Práctica de Semiología, Ed. Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1977, p.136.

significado al que remite. ⁽⁶⁾

Para relacionar el significante con el significado se realiza el acto de la codificación, que es un acuerdo entre los usuarios del signo para reconocer dicha relación. Esta convención depende del número de individuos que la reconocen y la aceptan en un grupo dado, donde el valor del signo varía según sea mayor o menormente codificado.

El cartel requiere de signos lo más claramente codificados que además de funcionar como estímulos, puedan encontrar una respuesta interpretativa por parte de los destinatarios. ⁽⁷⁾ Esto es factible cuando se seleccionan y combinan los elementos del lenguaje visual y verbal, captándolos y expresándolos mediante la asociación de significantes con significados.

Lucía Lazzoti nos dice que los elementos básicos del lenguaje visual son el punto, la línea, el color, y que las reglas que los organizan articulan la composición visual distribuyendo el equilibrio, el peso, el ritmo y la configuración espacial de cada parte del conjunto, influyendo en la dinámica o en la estática de la obra. ⁽⁸⁾

El punto y la línea en sus diferentes dimensiones, solos o combinados, son fuerzas visuales dentro de la composición y determinan ciertas direcciones que se imponen a la vista de quien los observa.

Al color se le atribuyen diversos significados dependiendo de su uso y propiedades. Puede ser expresivo, simbólico, emotivo, dinámico, por ejemplo, caracterizando de manera terminante toda la obra visual. Sus efectos son muy variables en relación con la persona que los percibe y psicológicamente influyen de acuerdo a la edad, sexo, ocupación, estado de ánimo, o bien, a la capacidad cognoscitiva de cada individuo.

(6) "Cada signo -verbal o no verbal- se caracteriza por la "bipolaridad", es decir, por la presencia en este signo de un elemento perceptible por medio de los sentidos (un sonido, un elemento acústico o visual) y de un elemento no perceptible (un concepto o una idea) al que se refiere. El primero se define como significante y el segundo como significado". Lucía Lazzoti Fontana, Comunicación Visual y Escuela, Ed. Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1983, p.60.

(7) Dada la saturación de imágenes visuales que circulan por doquier, no todos los estímulos son transformados en signos, por lo que resulta necesario crear nuevos signos para incrementar la intensidad del estímulo.

(8) Cfr. L. Lazzoti Fontana, ob.cit., p.62. Ahora bien, entre estos elementos del lenguaje visual también son importantes la textura, el contorno, la proporción, la dimensión, el movimiento y la dirección, los cuales se explican en las páginas 48 y 49.

En el cartel frecuentemente se utiliza el color con efectos planos, es decir, sin gradaciones tonales, pero el color en el cartel no tiene reglas específicas para su uso y aplicación. Lo que se debe considerar es el contraste de un color con otro en función de brindar legibilidad al conjunto.

El equilibrio en la composición se obtiene cuando los elementos estructurales se determinan recíprocamente; es decir, cuando uno es necesario al otro y de existir algún cambio, se alteraría asimismo el significado de la composición.

El equilibrio es una organización de componentes donde las fuerzas se compensan e intervienen en él la colocación del peso; o sea, la posición de los elementos más importantes colocados por su forma o por su color dentro de un punto estratégico. El peso en el cartel sirve para fijar la atención del receptor hacia la parte esencial de la composición.

El ritmo se presenta con un significado peculiar; puede ser constante, alternado o acelerado según la sucesión de los elementos o la amplitud de intervalos entre uno y otro.

La relación de los elementos dentro de la configuración espacial se organiza ya sea por su proximidad, por su semejanza, por su profundidad, por su forma, por su color, para situarlos de tal manera, que si existiera un elemento aislado, encuentre correspondencia con los demás para posibilitar un buen desempeño dentro del conjunto.

Los anteriores elementos sirven de vehículo para configurar buena parte de la forma visual y a la vez son portadores de significado. La organización del cartel requiere elementos visuales específicos cuyo conocimiento es indispensable para una mejor comunicación. Todos y cada uno de ellos conllevan un significado. El observador por su parte, se convierte en un elemento activo al ser el destinatario del mensaje, facilitando el proceso de la comunicación al conferir cualidades y valores a las partes conformadoras del lenguaje visual.

El diseñador, por otro lado, buscará aquellos estímulos pertinentes a través de la captación de la realidad, interpretándola según criterios propios; es decir, sintetizando, modificando, transformando, estilizando, etcétera, mediante el manejo del lenguaje visual y su estructura. Es también importante señalar que resulta necesario observar muy de cerca la práctica documental que se tenga sobre el tema, para analizar y cuestionar en su lectura los estímulos más adecuados que conduzcan gradualmente al logro preciso de la idea o el concepto, con una imagen clara en función del objetivo de la comunicación.

Los anteriores aspectos nos explican parte del lenguaje y significado del cartel; sin embargo, resulta útil internarnos en la dinámica visual que brinda vigor a la forma y al contenido -es decir, a la expresión-, y con ello poder apreciar más de cerca su naturaleza.

2.1.3.- Cartel y Expresión.

En la búsqueda para solucionar gráficamente un cartel, nos encontramos por una parte, ante el criterio de seleccionar la forma, es decir, el diseño, las técnicas visuales y su organización. Por la otra, se debe formular claramente el mensaje y el significado a través del contenido.

De esta manera, forma y contenido son dos entidades elementales para el desarrollo de todo medio de comunicación visual. Aunque diferentes, ambos resultan inseparables puesto que persiguen el propósito de unificar y complementar el sentido de la comunicación.

La función del contenido no puede ir separado de la forma y viceversa. Cuando las fuerzas del contenido (mensaje y significado) coinciden con la forma (técnicas visuales, ordenación elemental), ⁽⁹⁾ sus efectos individuales se complementarán con la finalidad de expresar el criterio rector de la imagen global del cartel.

Tal coordinación tiene una gran movilidad con el fin de poder ajustarse ante la multiplicidad de ideas que desencadena un tema a desarrollar. Esto puede lograrse por ejemplo, mediante la reducción de los detalles, o bien, enfatizar lo más importante, que son decisiones giradas hacia un sentido específico en la representación y es de subrayar que mientras más concretamente sea la representación, más rico tenderá a ser el resultado.

Tanto la forma como el contenido son bases sólidas para que la función y los efectos del cartel transmitan un significado y por consiguiente, una manera de expresión.

La expresión, como ya se dijo antes, es el acto de manifestar, de darse a entender, de especificar algo o alguna cosa con o sin palabras. Se dice que todo cartel es expresivo, ⁽¹⁰⁾ y

(9) Donis A. Dondis, La Sintaxis de la Imagen. Introducción al Alfabeto Visual, Colección Comunicación Visual, Ed. Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1980, p.123.

(10) Cabe decir que el expresionismo como corriente artística pone el acento en la fuerte expresión de una idea. La intención es provocar una reacción intensa en el espectador mediante sentimientos o emociones plenos de violencia y dramatismo, plasmados con la audacia de las formas y aspereza en los colores.

cierto es que su lenguaje manifestado a través del color, la palabra escrita y la imagen conformados como quiera que fuese, serían mudos si no se les vivifica y se les hace comprender. Su selección permite ver un contenido ante los ojos del receptor y esta propiedad de alguna manera subraya la reacción personal del diseñador ante un modelo a representar.

La expresión es un gesto, una postura, un sentimiento o una emoción que el diseñador, por medio de mensajes, manifiesta sus afectos al conformar un equilibrio entre el "yo" interno y el mundo exterior. Esta forma de comunicación se relaciona con el ámbito social, el cual permite traducir de manera reconocible, las ideas y contenidos del autor en un proceso creativo que determina sus propias expresiones.

A través del análisis de las variables que caracterizan el mensaje, éste se reconstruye ya sea por las modalidades de uso de las técnicas y de los instrumentos, por la utilización de las "estructuras lingüísticas" ⁽¹¹⁾ o por la función comunicativa ⁽¹²⁾; y es importante tener en cuenta la importancia social y cultural que determina la situación histórica, dentro de la cual, el cartel al ser parte integrante del medio, interactúa también como un testimonio más o menos válido. ⁽¹³⁾

Al recuperar y compartir los valores del contexto, dentro del cartel influye la situación geográfica, social, económica, histórica y política para manifestar su lenguaje. Asimismo, el texto y la imagen visual que lo conforman se encuentran en continua transformación espacio-temporal, multiplicando las variables de expresión.

Ahora bien, pueden existir influencia que condicionen el estilo, la temática, la técnica, o incluso una ideología dominante puede ser una limitante que desfavorezca la creación de las experiencias deseadas. Pero, sobre todo, el diseñador debe encontrarse con un clima de libertad que posibilite el poder creador de formas y figuras que la naturaleza y el entorno nos ofrecen.

(11) Del conjunto de signos que se utilizan en el cartel sólo una serie son de orden puramente lingüístico: lo que se dice por medio de la palabra escrita. Sin embargo, como una rama del lenguaje, la semiótica se ocupa -en este caso- de los signos visuales.

(12) L. Lazzoti Fontana, ob. cit., p.155.

(13) Decimos que el cartel es un testimonio más o menos válido ya que, como una unidad de dominio público, carece de características científicas, pero requiere para su elaboración, del conocimiento, descripción y explicación del ancho mundo de informaciones acerca de la sociedad en sí, es decir, las relaciones entre las personas, sus comportamientos, su lenguaje, sus actos, los objetos y acontecimientos que les rodean, gustos, preferencias, etcétera, que de hecho, forman parte del concepto de patrimonio cultural.

Sin embargo, no hay que confundir la libertad como un capricho, ni tampoco como una manera de realizar mensajes en forma casual o espontánea. Al respecto Nicolai Hartmann nos dice: "La verdadera maravilla de esta libertad es el poder de dejar aparecer de modo concreto la idea contemplada. El artista no la expresa como moral, como mandato y ni siquiera como ideal. La muestra, más bien, intuitivamente en la figura plena de vida, que deja moverse y hablar por sí misma ante los ojos del contemplador. Y justo por ello es convincente (...) Pues en la moral el moralizar, el adoctrinar o amonestar no tiene fuerza, sólo la tiene el ejemplo contemplado y convincente." ⁽¹⁴⁾

Como vemos, la libertad sencilla, clara y significativa tiene una formación autónoma, que para poder expresarla es necesario desarrollar una sensibilidad crítica, proponiendo imágenes nuevas, sin prototipos que limiten nuestros propios valores, y dichas imágenes generalmente se encuentran en nuestro alrededor; o bien, surgen del diario acontecer.

Por esto, es importante tener en cuenta el contexto donde se pretende diseñar ya que se encuentra provisto de tradiciones culturales, costumbres, normas, valores de referencia, etcétera, que de hecho establecen una serie de parámetros formativos y cognoscitivos comunes.

Consciente e inconscientemente, nos formamos una imagen de los sucesos a partir de lo vivido, lo visto, lo intuido. Este material se elige o se omite; se condensa o se amplía según la formación que pretenda dársele. Sacarlo de su contexto real no necesariamente supone que debe ser idéntico a la forma original, pero sí resulta inseparable de ella. Esta transformación indica que el material que se tomó tenía ya una forma. Esta se suprime y se le da otra; sólo así se convierte en contenido de una obra. La visión interna del creador aporta sencillamente la formación. ⁽¹⁵⁾

De la sensibilidad del diseñador depende el análisis de la forma y el contenido. No se trata de imitar las formas de lo vivo sino primordialmente lo que se necesita es aprender a ver, a descubrir, impulsando a crear, ensayar, planear e iniciar el libre hallazgo de formas.

Las ideas, reflexiones, sentimientos y contenidos afectivos y/o emotivos del diseñador, representan un esfuerzo de canalización perceptiva y de expresión conceptual. No obstante, para

(14) Nicolai Hartmann, Estética, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1977, p.318.

(15) N. Hartmann, ob.cit., p.292.

poder interpretar y representar es conveniente relacionar las formas con sus significados. En el proceso creativo es necesario saber para quién se crea, y es aquí donde el fenómeno cultural no puede ir aislado, ya que los rasgos propios de nuestra cultura son los que nos vinculan e identifican como una sociedad determinada.

2.1.4.- Cartel, Cultura y Sociedad. Ideología e Identidad.

Dentro del rápido cambio social y técnico tan característico de la sociedad actual, la comunicación interviene, por medio de canales específicos, a difundir los hechos y circunstancias inherentes al desarrollo social.

Es insoslayable la convergencia que existe entre la comunicación y las actividades y conductas de toda organización social, donde ésta última influye en la cultura al crear la demanda de sus propios servicios, estimular el cambio y colaborar al clima sociocultural en que puedan actuar libremente los medios de comunicación.

El papel que juega el diseñador gráfico en la sociedad es el de producir mensajes para la misma. Dicha tarea se deriva del fenómeno cultural en que estamos inmersos, el cual se convierte en el conjunto de individuos que se relacionan entre sí por sus costumbres, creencias y hábitos de la clase social a la que pertenecen.

Esta interacción genera una serie de códigos que los miembros de la misma sociedad comparten y reconocen, es aquí donde el diseñador debe encausar sus mensajes, estructurando las informaciones seleccionadas con el objetivo de hacerlas coherentes al medio y atribuirles un significado.

En la realización de cualquier proyecto gráfico se debe estar atento a las necesidades, propósitos e intereses del ámbito. Una de las maneras para crear los productos visuales se encuentra en la cultura misma, la cual concibe y da origen a ese "nuevo material".

Por su parte, el cartel como servidor público tiene sus propias responsabilidades y deberes sociales. Dentro de un camino alternativo que evalúa y actúa tratando de fomentar las relaciones sociales, sus lineamientos se perfilan en respuesta a las necesidades que lo demandan.

Independientemente del conocimiento de los recursos materiales que posibiliten el desarrollo tecnológico del cartel, el diseñador deberá sujetarse a las instancias económico-políticas que apoyen su difusión, creando imágenes fidedignas y acordes a las

características del lugar, país o población, para que la información correspondiente logre credibilidad y eficacia.

Ahora bien, la fuente de comunicación que origina un cartel no es sólo una persona, es una organización social ante un conjunto específico de intereses. De los intereses de la sociedad se derivan la práctica y la producción cultural que son en sí mismos elementos esenciales de su propia constitución.

La práctica del cartel elimina las distinciones de edad, sexo, ocupación y nivel intelectual de los destinatarios. Claro está que el ámbito social se diferencia por niveles o estratos sociales, pero resulta imposible "seleccionar" a los receptores. El campo del cartel es abierto y en gran parte lo que lo determina es la situación espacio-temporal y la situación socio-cultural que permiten formular una respuesta para identificarla y representarla.

Asimismo, las relaciones entre las personas, sus actos, sucesos y comportamientos son importantes para elaborar y difundir algún concepto u opinión, donde el proceso de diseño extrae los aspectos significativos y sobresalientes en un intento para que la comunicación se verifique.

Sin existir una sociedad homogénea que reaccione de manera similar ante los estímulos visuales, se trata de concebir la realidad para encausar la comunicación acorde al medio social y a sus necesidades de cultura. ⁽¹⁶⁾

Los valores culturales pueden ser encausados para reafirmar nuestra identidad, o bien pueden desarrollarse formas de producción ideológica que expresen la manera de concebir los valores para quien se diseña.

La ideología supone, entre otros, un sistema que encamina y da origen a la producción cultural. Aparte de los procesos físicos, materiales y de elaboración en que se basa el diseño, éstos procesos cubren todo un espectro de traducción de conceptos buscando tener profundidad, siempre y cuando exista continuidad y resolución en su diseño.

La perspectiva general de una clase o de un grupo social, muchas veces son factores que se exploran a fin de relacionarlos con la producción comunicativa. Cuando se comparten los

(16) Dentro de la gama de significados que en su uso general se le asigna al término "cultura", consideramos a la cultura "como el sistema signifiante a través del cual necesariamente (aunque entre otros medios) un orden social se comunica, se reproduce, se experimenta y se investiga." Raymond Williams, Cultura. Sociología de la Comunicación y del Arte, Paidós Comunicación, Barcelona-Buenos Aires, 1981, p.13.

mismos valores, cuando existe una determinada estructura de relaciones y los individuos se unen por intereses y sentimientos comunes, es posible influir en la demanda de sus necesidades.

El cartel en consecuencia, puede satisfacer las necesidades de información, orientar al público y permitir un intercambio de ideas entre la fuente emisora y los receptores. Por su parte, la sociedad y el público tienen derecho a recibir buenos niveles técnicos, calidad artística y respeto por las normas, creencias y valores.

Hasta aquí hemos estudiado los aspectos que consideramos gravitan en torno a la expresión. El próximo gran apartado nos permitirá conocer la estructura del cartel, donde los factores que intervienen en ella sirven también para generar y unificar el mensaje visual.

2.2. LA ESTRUCTURA.

Se define a la palabra estructura como "la distribución y orden de las partes de un cuerpo o de otra cosa".⁽¹⁷⁾ Más que el hecho de ordenar las partes de un cartel (las cuales estudiaremos en el tercer gran apartado que comprende la Composición), analizaremos a la estructura en su aspecto semántico, es decir, la disposición de los factores operativos que hacen posible que el cartel adquiera significado.

A través de la estructura podremos observar la manera en que los factores constituyentes del cartel se conectan entre sí a fin de generar un mensaje. Proponemos como factores que determinan la estructura del mensaje, a la denotación y la connotación, así como al código visual. De ellos observaremos sus funciones elementales no sin antes tener presente la relación que existe entre el diseño y la percepción visual, misma que opera tanto en los campos cognoscitivos del emisor como en los del receptor. El diseñador debe entonces considerar los estímulos que puedan desarrollarse como soportes del mensaje, con el objeto de que los receptores puedan captarlos y comprenderlos.

2.2.1.- Acto Perceptivo.

Para posibilitar la comunicación la experiencia común es fundamental, ya que tanto el

(17) Diccionario Enciclopédico Quillet, Tomo III, p.622.

emisor como el receptor captan los datos más significativos que la estructura social les proporciona.

La magnitud y la forma de un grupo social determina en los individuos ciertas maneras de pensar, sentir y manifestarse. Uno de los mecanismos superiores del contacto del ser humano con su medio lo proporciona la percepción.

La percepción es el proceso de extracción de información; es decir, aquellos estímulos que dan origen a algún tipo de acción reactiva o adaptativa en el individuo. ⁽¹⁸⁾ El crecimiento, el desarrollo y la experiencia modifican los tipos de información con el problema general del conocimiento, relacionando la percepción con el aprendizaje y el pensamiento. ⁽¹⁹⁾ En la continuidad del proceso cognoscitivo el aprendizaje y el pensamiento se tornan más diestros. Ambos ayudan a la percepción ampliando y enriqueciendo la extracción de información dentro del medio que rodea al hombre.

El vasto conjunto de estímulos que operan en un entorno constituyen una variedad de estructuras de energía, resultando ser aspectos informativos que conducen mensajes al organismo.

Como receptores de energía se encuentran el sentido gustativo, el táctil, el olfativo y los psicomotrices, pero el sentido principal que aporta informaciones al mundo de las imágenes es el de la vista. En este caso, la percepción es primordialmente un proceso visual y el ojo humano es el principal receptor para percibir una forma. Así, la capacidad de la vista supera a los anteriores sentidos, todos ellos receptores sensoriales; es decir, la "materia prima" de los cuales se forman las percepciones.

Las sensaciones tienen poco significado mientras no han llegado al cerebro. Estas estimulan los órganos de los sentidos en impulsos nerviosos que se transmiten a los centros cerebrales formándose las imágenes. De esta manera se comprende a la imagen como una "representación sensible de las cosas reales".

Ahora bien, la imagen se genera perceptualmente y para poder comunicarla ésta tiene que

(18) Ronald H. Forgas. Percepción. Ed. Trillas. México, 1979, p.13.

(19) "El aprendizaje se define como la actividad mediante la cual la información se adquiere a través de la experiencia y pasa a formar parte del repertorio de datos del organismo... El pensamiento es una actividad cuya realización inferimos cuando un organismo se ocupa en solucionar problemas." R.H. Forgas. ob.cit., p.15.

materializarse. Como un instrumento operativo, la percepción dentro del diseño gráfico nos permite abordar desde su perspectiva la comprensión de las formas en el intento por analizar, describir y representarlas.

Usualmente, percibir significa reconocer, y dicho reconocimiento opera dentro de la comunicación entre dos partes: en el emisor y en el receptor. Por parte del emisor, aquella idea o concepto la materializa en forma gráfica y el receptor realiza también su aporte, al dejar resurgir en el entendimiento lo producido por el emisor. Este reconocimiento con relación a un sujeto receptor aporta las condiciones de la aprehensión. ⁽²⁰⁾

También el universo se encuentra formado por innumerables estructuras que son fuerzas que nos circundan y nos sirven para comprender la dinámica y el orden de las cosas. Tanto estructura como percepción son fenómenos de integración, de orden. El esfuerzo que comporta el análisis y la síntesis de las formas se articulan dentro del quehacer gráfico en la medida en que determinada imagen posea propiedades de orden, nitidez y coherencia, dentro de lo mucho o lo poco que asimilamos de los posibles impactos o estímulos visuales a nuestro derredor, ya sea en su totalidad o en sus detalles más significativos.

Arnheim apunta: "La mente humana recibe, genera o interpreta su imagen del mundo exterior con todas sus facultades conscientes e inconscientes, y el reino de lo inconsciente nunca podría incorporarse a nuestra experiencia sin el reflejo de los objetos perceptibles. No hay modo de presentar el uno sin el otro." ⁽²¹⁾

La percepción es un acto selectivo donde los estímulos menos susceptibles de ser aprehendidos son eliminados para seleccionar otros, dando lugar a que la percepción se afine. La aprehensión del campo visual se circunscribe a la ya de por sí visión selectiva que tenemos de las cosas. En consecuencia, la percepción es una experiencia personal, es única y en determinado grado múltiple y compleja.

Es difícil que dos personas puedan atribuir un mismo significado a la cosa observada. Con el fin de darle sentido a la comunicación, lo que se pretende producir a través del proyecto

(20) N. Hartmann, ob. cit., p.102.

(21) Rudolf Arnheim, Arte y Percepción Visual. Psicología del ojo creador, Madrid: Alianza, 1979, p.337.

gráfico es una significación conjunta por medio de la experiencia común. Puesto que no existen percepciones aisladas, independientes, sin relación a un ámbito perceptivo, dentro de esta constelación se establece su relación con la totalidad. De aquí tenemos que no todo lo que se observa con respecto a un objeto se encuentra en el objeto mismo, sino que percibimos por ejemplo, al objeto respecto a lo que le rodea, a su relación espacio-temporal, a su relación con otros objetos; como factores que ayudan a su mejor conocimiento.

También percibimos al objeto respecto a un fondo, en un contexto que determina sus cualidades, además de hacerlo diferente a otros objetos. Incluso, percibimos aquellos espacios objetuales que son precisamente los que estructuran las relaciones entre los objetos. ⁽²²⁾ El objeto posee propiedades de forma, valor, tamaño, volumen, color, textura, dirección, posición; dando por resultado sus características propias.

Atribuimos cada propiedad que el objeto tiene como valores de referencia, ⁽²³⁾ los cuales auxilian al diseñador a planificar los posibles efectos visuales en la manifestación de una nueva forma, de una nueva imagen.

El manejo de la imagen y del texto en el cartel se apoyan en códigos y repertorios diferentes y en consecuencia, objetos de un mecanismo distinto de percepción.

Sin embargo, la imagen global del cartel se estructura de tal manera que exista asociación entre imagen y texto; no obstante que la imagen se "lee" dentro de una identificación o reconocimiento visual. El texto se lee letra por letra, palabra por palabra, donde las letras y sus significados jamás podrán cambiar; podrán diferir en su tamaño, color, posición, diseño, pero siempre sabremos lo que representa cada letra del abecedario. En contraparte, la imagen puede llegar, en grado extremo hasta la abstracción, queriendo decir con esto que a dicha imagen se le

(22) Arnau Puig, Sociología de las Formas, Colección Comunicación Visual, Ed. Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1970, p.37.

(23) Como valores de referencia ejemplificamos a continuación algunos de los efectos visuales del color: los colores cálidos: el rojo, el naranja y el amarillo tienden perceptivamente a acercarnos a ellos; los colores "fríos": azul y verde tienden a alejarnos.

En el aspecto emotivo, los colores rojos, naranjas y amarillos crean un ambiente de tibieza, un sentimiento de bienestar y alegría. Los colores azules y verdes se asocian a la quietud y pueden evocar melancolía o depresión según se empleen.

puede enriquecer por medio de múltiples posibilidades gráficas y visuales. Pero generalmente, el proyecto de un cartel requiere de una imagen clara en función de que los campos perceptivos del receptor puedan "leerla". Esta lectura se manifiesta lógicamente a través del mutuo conocimiento entre el emisor y el receptor. ⁽²⁴⁾

Damos por hecho que la capacidad para desarrollar imágenes visuales comporta ineludiblemente una intelección del mundo. Esta captación se verá acrecentada en la medida en que se integre a un medio social y cultural, ya que dichos medios son factores directos de nuestra capacidad de percibir.

La implicación de la percepción visual dentro del diseño es un factor importante para posibilitar determinada comunicación. Dentro del proceso de la comunicación es conveniente considerar que el mensaje del cartel es un elemento activo que requiere fundamentarse dentro de una estructura, para efecto de hacer posible su materialización.

2.2.2.- Estructura del mensaje.

No es posible elaborar un cartel sin saber como darle forma. Sus elementos característicos son la imagen (dibujo, ilustración, fotografía, etcétera), el texto escrito, el color y la composición, que por su parte, son el vehículo a través del cual se manifiesta el mensaje.

El mensaje se articula con la intención de que porte algún o algunos significados, donde cada elemento asuma su propia significación dentro de una unidad e integración. Al unificar dichos elementos conformamos una estructura encaminada a proyectar determinada información.

(24) ..."De las infinitas posibilidades combinatorias de un campo, el sistema receptor recoge aquellas que le van a dar la satisfacción pertinente... el medio se organiza según el planteo con el que es interrogado. Si bien cada planteo presenta condiciones específicas, no obstante es posible establecer un principio organizativo "modelo" (representación abstracta de un comportamiento real). Este modelo sería en los estadios más simples, el justificativo de las formas óptimas (Gestalt); asimismo, en los estadios más complejos de las formas pertinentes en cada caso específico.

Reconocemos, sin embargo, que los "modelos" son coercitivos, restrictivos y, al mismo tiempo, reacios a ser modificados... que la visión es un proyecto, un plan del que visualiza, una organización del visualizador... por consiguiente, existe una cierta "constancia" de las formas dentro de ciertos límites. Constancia que para todo sistema perceptivo se convierte, a su vez, en modelo perceptivo que pretende imponerse a cualquier cambio de medio, a cualquier enriquecimiento de los determinantes dinámicos. Que este modelo es susceptible de enriquecimiento o de empobrecimiento sin llegar a escindirse, pero por encima o por debajo de determinados límites, se produce inevitablemente la escisión; es decir, el cambio de modelo, la manifestación de una nueva forma". A. Puig, *ob. cit.*, pp. 40, 41, 42.

El mensaje puede entenderse como "todas aquellas partes que se toman en consideración y se analizan, para poder utilizarlas con mayor coherencia respecto a la información." (25)

Dentro del cartel operan dos tipos de mensaje visual: el lenguaje escrito y el lenguaje icónico. El lenguaje escrito o verbal se articula gramaticalmente en una frase concisa y reduciendo las palabras al mínimo. El lenguaje icónico (26) es la forma de la imagen, el color y la composición en un intento de que su visualidad sea percibida desde el interior, es decir, que tanto el lenguaje escrito como el lenguaje icónico se estructuran unificadamente para crear la imagen global.

El texto escrito es, asimismo, imagen visual, ya que para ser leído requiere del sentido de la vista. Las letras son signos vocales y consonantes que conforman las palabras. Así, tanto lo escrito como lo icónico se "leen", se visualizan; sin embargo, dentro del cartel lo icónico tiende a superar las limitaciones del discurso textual recibiendo un tratamiento prioritario en cuanto a su creación y significado. (27)

El texto escrito es el punto de partida sobre las posibles variaciones que puedan emanar respecto a un tema específico, pudiendo sustituir una imagen por otra; aunque no resulta fácil sustituir el lenguaje llano con un lenguaje inventado, puesto que sería irreconocible.

Una de las características del cartel es la sencillez, sin entender este término como sinónimo de simplicidad o carencia de sentido. Sus elementos conformadores son el resultado de una síntesis visual simple y directa que se reviste de una naturaleza puramente conceptual, destinada a remitir únicamente lo imprescindible. En contraparte, un cartel complejo será difícil de comprender.

En cuanto a su aprehensión, el mensaje deberá tener un carácter inmediato en cuanto a su lectura. Una legibilidad y comprensión instantánea, puesto que su destino es encontrarse en contacto directo con las personas, muchas de estas en movimiento.

(25) Bruno Munari, Diseño y Comunicación Visual, Ed. Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1979, p. 84.

(26) Lo icónico se refiere a la imagen. "La iconicidad es el grado de acuerdo o de semejanza que pueda existir entre una imagen y el objeto representado por ella." Biblioteca Salvat de Grandes Temas., Teoría de la Imagen, Salvat Editores, S.A., Barcelona, 1973, Tomo 29, p.142.

(27) No se piense que el texto es un elemento que actúa como "pie de ilustración", o como soporte textual de la imagen. Si fuese así, la imagen quedaría condicionada a reconocerse a través de la palabra escrita.

El mensaje siempre estará encausado hacia alguna finalidad, por ejemplo: prestar atención, decir, explicar, dirigir. De esta manera el mensaje es "el producto físico verdadero del emisor-encodificador" ⁽²⁸⁾, es decir, es la estructura formal de lo diseñado que para poder expresarse requiere de tres factores: a) el código, b) el contenido y c) la forma en que es tratado el mensaje.⁽²⁹⁾

Para posibilitar la transmisión de una información existe un código comunicativo, un conjunto de elementos que es necesario utilizar y combinar para producir una estructura.

Con los dos tipos de códigos que posee el cartel: el visual y el verbal, el diseñador cuenta con un conjunto muy vasto de componentes de la comunicación visual ⁽³⁰⁾, por un lado, y por otro, el vocabulario gramatical que conforma determinado texto escrito. De ambos se seleccionan ciertos elementos y se reúnen para formar una secuencia, la cual asegura el funcionamiento de la información.

Tanto el código, como el contenido del mensaje, contienen elementos y estructura, mismos que son destinados a expresarse según el propósito de la fuente emisora. Las propiedades de la información adquirirán un mayor relieve por medio de los criterios y objetivos a seguir estableciendo con esto una estructura, un orden que determina que elemento o elementos serán más relevantes y simultáneamente los que se deben destacar. Así, cada ordenamiento puede ser considerado como elemento del contenido del mensaje.

El contenido tiene la facultad de presentarse de modo diverso en el cartel. Puede ser la parte esencial en cualquier región del formato, la reiteración visual del texto, algún elemento subrayado por medio del color, o alternando o multiplicando imágenes, por ejemplo.

Tanto el código como el contenido del mensaje, poseen un gran número de posibilidades según las cuales el diseñador debe elegir y tomar decisiones. Al realizar la selección correspondiente, se demuestra la manera en que es tratado el mensaje. "...podemos definir el

(28) Véase David K. Berlo. El Proceso de la Comunicación. Introducción a la Teoría y a la Práctica. Editorial "El Ateneo", Buenos Aires, 1980, p.43.

(29) D. K. Berlo, ob.cit., p.43.

(30) El punto, la línea, el contorno, el tono, el color, la escala, la dimensión, el movimiento, el peso y la dirección, son los elementos básicos esenciales de los medios visuales. Consúltese D.A.Dondis, La Sintaxis de la Imagen.Introducción al alfabeto visual, Ed.Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1980, p.80.

tratamiento de un mensaje como las decisiones que toma la fuente de comunicación al seleccionar y estructurar los códigos y el contenido." (31)

Resumiendo, podemos decir que la estructura del mensaje en el cartel se efectúa de modos diversos. En principio se escoge el código visual y el verbal aplicando los elementos correspondientes para su materialización. Tanto el uno como el otro llevan implícitos un contenido destinado a que el receptor lo pueda comprender. La importancia de la información será una cuestión de tratamiento, con un determinado estilo de acuerdo a lo que el emisor considere pertinente.

Veamos ahora el desempeño del código dentro de un estudio semiológico visual. (32)

2.2.3.- Códigos Visuales Aplicados al Cartel.

Mercedes Naveiro (33) propone cuatro códigos visuales para evaluar el lenguaje de la comunicación visual:

- a) La imagen.
- b) Los materiales y las técnicas.
- c) La composición y el manejo del espacio.
- d) El color.

a) La imagen. En principio, por imagen se entiende aquel tipo de representación visual que mantiene una relación de analogía o semejanza con el objeto representado. La imagen no es la realidad ni un sustituto de la misma; es únicamente representación, imitación, reproducción o copia de dicha realidad. En virtud de tal representación llega a ser inteligible e identificable.

"La imagen se caracteriza por su grado figurativo (la representación de objetos o seres del

(31) D.K.Berlo, ob.cit., p.47.

(32) Se considera a la semiología como el estudio de los sistemas de comunicaciones por medio de señales no lingüísticas. Es la ciencia que estudia los sistemas de signos: lenguas, códigos, señalizaciones, etcétera, no lingüísticos, donde la función del signo consiste en comunicar ideas por medio de mensajes. Pierre Guiraud, ob.cit., pp.7, 10 y 11.

(33) Originaria de Argentina. Realizó estudios en Washington y en París sobre Artes Visuales. Obtuvo la maestría e impartió clases en la Escuela Nacional de Artes Plásticas-UNAM y en la Universidad Iberoamericana de la Cd. de México. En la actualidad es profesora de la Escuela Nacional de Bellas Artes en Buenos Aires. Véase Comunicación Visual, Revista de Arte y Diseño, No.4, Año I, julio-agosto de 1987, pp.6 y 7.

mundo exterior conocidos intuitivamente a través de nuestros ojos) y por la de su iconicidad (el nivel de realismo de una imagen en comparación con el objeto que ella representa)".⁽³⁴⁾

La imagen de un objeto o figura puede ser conseguida por medio de un dibujo, una ilustración, una fotografía u otro medio gráfico de representación; por consiguiente, estas representaciones se hacen materiales a la vista cuando muestran sus características con mayor o menor igualdad que la real, pero tratando siempre de conservar su apariencia verdadera. Cabe señalar que si se le representa con un alto grado de abstracción pierde su relación automática entre el significante y el significado.

Ahora bien, al referirnos a la imagen como la reproducción, repetición o mimesis de lo real, (en su apariencia como pertenencia exclusiva de la realidad) caemos en un concepto un tanto restringido acerca de ella. El sentido de la imagen y su significación no siempre resulta análogo con la realidad. Es simplemente lo que se desea representar en forma gráfica.

La imagen es una manera de asociar una figura, cosa u objeto mediante su síntesis gráfica, que por su semejanza perceptiva tiene por función provocar un estímulo, un indicio, con la intención de comunicar. Puede ser percibida a través de los otros órganos de los sentidos: oído, tacto, gusto y olfato. Por ejemplo, si escuchamos en la radio a un conocido cantante es la imagen de su voz; si percibimos el aroma de un pastel horneándose es la imagen que el olor despidе; pero en cambio, si nos referimos a la imagen del cantante o a la imagen del pastel, por lo general, interpretamos en nuestra mente su representación visual.

Aunque no se puede representar una imagen objetiva, puesto que un dibujo, una ilustración o una fotografía nunca tendrán la textura, el tamaño, el olor (si lo hay) o el color exacto del objeto, si puede haber una representación con el nivel de realismo aproximado.

Por otra parte, al cartel se le percibe de una manera global. Este mismo es imagen y no se puede separar la imagen icónica (la representación del objeto) del texto, pues éste representa también a ese objeto. El texto interviene dentro del concepto de la imagen como: "las no-imágenes de las imágenes; es decir, toda descripción verbal de la imagen."⁽³⁵⁾

(34) Biblioteca Salvat de Grandes Temas, ob.cit., p.32.

(35) Ibidem, p.30.

Es así que la imagen es también la distribución tipográfica de un texto. Como un fenómeno no estrictamente iconográfico, la reproducción de un texto escrito es, en realidad, la imagen de ese texto. Si una parte del contenido de un cartel está representado por el objeto o figura, el texto no puede aislarse de esa imagen puesto que este también representa ese objeto. Por ello, ambos son imagen y forman una misma entidad. ⁽³⁶⁾

Por lo general un cartel requiere de un texto líder o titular y de textos que lo complementen. Estos últimos no siempre son indispensables ya que dependen de la información que se pretenda transmitir.

El texto titular debe ser sintético y objetivo. Su línea promedio varía de 4 a 7 palabras. Puede ser más corto o más largo procurando no exceder de las 20 palabras, puesto que la intención de su lectura debe captarse de un solo golpe, en una breve mirada, percibiendo su línea fácil y rápidamente. Algunas veces se utiliza el texto subtítular que sirve para reforzar al titular. Por su parte, el texto complementario integra la información. Tanto el subtítular como el complementario se manejan de menor tamaño según el orden de las jerarquías y asimismo deberán ser legibles y comprensibles sintetizando su promedio de palabras al mínimo.

En cuanto a un posible texto de más, podríamos llamarlo secundario, el cual interviene como una información menos importante que los anteriores, pero oportuna de dar a conocer. Lógicamente, su tamaño, peso visual, color y ubicación se propondrán en menor jerarquía.

La mayoría de las unidades tipográficas que existen en la actualidad, proveen al diseñador gráfico de una amplia variedad de caracteres, tamaños y grosores. Así encontramos familias condensadas, extendidas, itálicas, light, medium, bold y sus derivaciones. Con ellas se presenta un campo abierto a la creatividad del diseñador para el desarrollo tipográfico en el cartel.

b) Los materiales y las técnicas. Dentro de este segundo código visual se encuentra el equipo o instrumental que permite cumplir con otra parte del proceso gráfico. Para este fin, se puede recurrir desde el común lápiz de madera hasta los modernos sistemas computarizados.

El ciclo del diseño se desplaza desde su fase experimental (primeras ideas), anteproyecto,

(36) Esto crea confusión cuando se habla simplemente de la imagen. Como una manera para determinar a cual imagen nos referimos, denominaremos imagen al dibujo o ilustración, y por otro lado, las palabras correspondientes las llamaremos texto. No con la finalidad de separarlos sino de dar claridad a los conceptos utilizados en el presente estudio.

proyecto, hasta su presentación final: el "original mecánico" listo para el proceso de impresión.

Para que esto sea factible es necesario conocer previamente las características de los diversos materiales con que cuenta el diseñador, tales como: los papeles, los estilógrafos, los pinceles, los rotuladores, los adhesivos, las escuadras, etcétera. Posteriormente se podrá dar paso a la realización de la imagen mediante el uso de técnicas tradicionales como la acuarela, el pastel, el óleo, el gouache, las tintas, así como técnicas más actuales como el aerógrafo, la fotografía, el fotomontaje, las pantallas transferibles, los paquetes gráficos de computación, entre otros.

c) La composición y el manejo del espacio. Para entender y retener con mayor facilidad el contenido de un cartel es conveniente que el orden de sus partes se manejen de acuerdo a los principios básicos que marca la composición. La ubicación certera de sus componentes permite localizar los aspectos más sobresalientes y de mayor interés para el observador, para estimular en él su poder de captación.

La organización visual aumenta la capacidad en el dominio estructural y totalitario de la obra. Su realización no se determina por sus elementos separados, sino que éstos deben interactuar unificadamente para dar mayor solidez al contenido.

Con el conocimiento sobre la organización de las formas visuales se amplía también el número de opciones y libertad de acción. De aquí que pueda manejarse con mayor seguridad el espacio a componer, favoreciendo conjuntamente la credibilidad de la información. ⁽³⁷⁾

d) El color. Algunos definen al cartel como "una explosión de color" en función de que es una de sus principales características. El uso del color produce la fuerza llamativa de su lenguaje al dotarlo de vitalidad y dinamismo.

La naturaleza nos ofrece de manera objetiva formas, objetos y situaciones definidas y en sus respectivos colores, y con esto, la resolución inmediata para imitarla. Sin embargo, el uso del color dentro del cartel funge de una manera propia e independiente; libre algunas veces de toda percepción de la naturaleza en su esencia misma.

El color no se sujeta a reglas o conceptos determinados. Su manejo y aplicación no tiene límites. No necesariamente se debe representar al objeto en sus colores reales; estos dependen ya

(37) Véase La Composición. p.48.

sea por el significado que pretendan transmitir, por algún propósito que dicte la composición, para subrayar alguna identidad, o bien, por la sensibilidad del diseñador. ⁽³⁸⁾

Si bien la imagen y el texto que contiene un cartel en ciertas ocasiones puede consistir en un sólo color, ésto no es obstáculo para hacer de él una realidad en sí mismo. La aplicación del color puede ser presentada desde un simple color puro, hasta yuxtaposiciones y gradaciones tonales que el amplio espectro cromático ofrece. De esta manera, la aplicación del color se convierte en un escaparate abierto a la imaginación.

Ajeno a la lógica de las apariencias, el color a través de sus tonos, matices e intensidades, interceden en pos de una comprensión inmediata, donde una simple combinación de colores puede resultar el impacto directo de un cartel.

Tanto el color como la composición son nexos visuales entre los componentes del cartel, e implican un significado propio que confiere validez visual al contenido del mensaje.

Así, los cuatro códigos anteriores dan respuesta a otra fase de la estructura material y visual del cartel. Ahora trataremos dos aspectos más que permiten que el significado global del cartel corresponda a las reflexiones de la fuente emisora: la denotación y la connotación.

2.2.4.- Denotación y Connotación.

Puesto que la comunicación es un fenómeno resultante del ser humano para entablar relaciones, cualquier lenguaje que se utilice -verbal, sonoro, visual, acústico- debe ser entendible para los demás, poseyendo obviamente un significado.

No obstante, cada individuo designa un significado distinto a las palabras, a los gestos, a las imágenes que se le presentan, ya que los significados no son transferibles sino personales. Se puede transmitir o transferir un mensaje, pero el significado no es el mensaje, ni puede ser transmitido. Los significados se aprenden y se encuentran en cada uno de nosotros y consecuentemente, difieren de una persona a otra. ⁽³⁹⁾

(38) Uno de estos ejemplos es el de Berthon (cartelista del Art Nouveau), quien al respecto señala: "Yo mismo intento únicamente copiar la naturaleza en su esencia misma. Si quiero ver una planta como decoración no voy a reproducirla con todos sus nervios y hojas, o el tono exacto de sus flores. Quizá tenga que tomar el tallo más armonioso o elegir una línea geométrica o unos colores poco convencionales que nunca haya visto en el modelo que tenga ante mí. Por ejemplo, nunca tendré miedo de pintar mis figuras con el pelo verde, amarillo o rojo, si la composición del diseño aconseja esos tonos." Paul Berthon, véase J.Barnicoat, Los Carteles, su Historia y Lenguaje, Ed. Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1972, p.36.

(39) D.K.Berlo, ob.cit., p.132.

A pesar de esto, existe cierta "regularidad", ciertos significados afines que las personas comparten e incluso, los mayormente conocidos, se les ha denominado "universales", aquellos significados "mundialmente" aprehendidos. ⁽⁴⁰⁾

En el cartel, la fuente emisora debe analizar los tipos de significados que el receptor posee, con el objeto de poder acentuarlos dentro de un mutuo entendimiento. Aunque resulte difícil ser completamente objetivos, se trata de presentar la relación imagen-texto con el significado pretendido.

El lenguaje del cartel se emplea para persuadir, impactar, influir al receptor en favor de algo. Su mensaje tiene un fuerte trabajo sobre los signos y estos, a su vez, tienen la intención de comunicar un sentido.

Al abordar el tema del signo y las relaciones existentes entre el significante y el significado es conveniente ampliar la cuestión del sentido; es decir, la posibilidad de significación ante la materia significante.

El vasto campo del sentido no se agota en el mensaje sino que es la forma de referir o significar la realidad, la manera de significarse a sí mismo y a los demás, de valorar y valorarnos.

El sentido es una relación que engloba a su vez cada sentido en un nuevo sentido. Entre el significante y el significado que envuelve al signo, Pierre Guiraud ⁽⁴¹⁾ postula una distinción entre dos niveles de significación opuestos:

a) Sentido lógico, técnico. b) Sentido afectivo, estético.

El primero es un sistema de relaciones objetivas reales, observables y verificables. Son los signos de la inteligibilidad objetivizada y racionalizada en cuyo campo se desarrollan las ciencias.

El segundo, son los signos de la expresividad, de la emoción subjetiva, donde el receptor participa libremente partiendo de sistemas de interpretación como una evidencia inmediata, reconocida y aceptada, en la cual el signo es retomado y repetido, y su valor se convencionaliza explícita y socialmente. Las artes pertenecen a este orden.

Por medio del sentido afectivo, estético, nos significamos a nosotros mismos descifrando nuestro interior frente a la realidad. Este reflejo del orden natural permite crear modos de figuración tratados para ser percibidos por quienes los observan.

(40) Ejemplos de signos visuales y sus significados: ☞ ➔ ☒ ↑ ☞ ☞

(41) P. Guiraud, ob.cit., p.57.

Ahora bien, la relación entre el significante y el significado no resulta estática o mecánica, puesto que un significante puede remitir a varios significados e inversamente, puede existir más de una posibilidad de significación frente a un mismo significante. ⁽⁴²⁾

Ante esta pluralidad, el signo es abierto y el receptor lo percibe de manera individual, ya que la materia significativa no necesariamente dice lo mismo a cada persona.

El emisor por su parte dispone de variadas alternativas para formular el mensaje y hacer que su elección se torne significativa.

Dicha elección se encuentra vinculada a dos dimensiones del significado indisolublemente ligadas en el mensaje: la denotación y la connotación. ⁽⁴³⁾

La denotación. (Objetiva y traducible). Conscientes de comunicar nuestras propias ideas se busca predecir lo que el común de las personas puede entender, indicando de la manera más aproximada determinadas dimensiones sobre el asunto del cual nos referimos, o bien, se selecciona una imagen como un recurso visual para relacionar y facilitar a la palabra escrita un mayor grado de reconocimiento. La denotación es la lectura más inmediata de la materia significativa.

La denotación (plano literal) sirve de vehículo para la connotación (plano simbólico).

La connotación. (Subjetiva y personal). Aunque los significados se configuren por la cultura y el sistema social, un buen número de significados verbales y visuales varían mucho entre la gente, encontrándose estrechamente relacionados con la experiencia personal y la realidad social.

De esta manera, las connotaciones resultan vagas, erráticas, inconscientes, subconscientes o implícitas, por lo que se ha de poner especial atención para lograr que signifiquen al receptor lo que intentamos que signifiquen. Esto se puede realizar utilizando tanto palabra e imagen estrechamente vinculados con las características que conforman al usuario; es decir, tratar de encontrar las posibles respuestas del individuo que percibe el objeto. La interpretación del receptor se fundamentará según los códigos culturales y sociales en los que se desenvuelve.

(42) Daniel Prieto Castillo, Retórica y Manipulación Masiva, Colección Comunicación, Ed. Edicol, México, 1979, p.33.

(43) Abraham Moles se refiere a estos factores como dos modos de captación o dos aspectos que caracterizan al cartel: el mensaje semántico o denotativo y el mensaje estético o connotativo. Cfr. Abraham Moles, El Affiche en la Sociedad Urbana, Editorial Paidós, Buenos Aires, 1976, p.15.

Retomando la cuestión del sentido, éste se juega en la connotación, donde el signo o el conjunto de signos se estructura de tal manera que permite el despliegue de otros significados.⁽⁴⁴⁾ En la búsqueda por dar forma al mensaje, en el manejo de las imágenes, en la reiteración de determinados símbolos, debe existir una coherencia, una incorporación con el mensaje denotativo para añadir y aumentar el nuevo sentido.

Para representar o "decir algo" en el cartel, la connotación se sirve del signo como vehículo. Esta manera de concebir un objeto resulta cuando supone otra forma de concebir el mismo objeto, que por su parte, carece de la viabilidad de la representación connotativa al no existir otra manera de dar forma al objeto en cuestión, por esto mismo es denotativa.⁽⁴⁵⁾

Aunque constituyen dos modalidades diferentes de significación, tanto denotación como connotación se combinan. El sistema de significación que opera en el cartel se distingue por su sintaxis gráfica y lingüística. Aparte del simple cúmulo de elementos visuales como el punto, la línea, etcétera, que sirven para conceptualizar a la imagen, estas resultan interdependientes de la sintaxis lingüística que se utilice para reafirmar el valor del signo, no sólo por su forma, sino también por su tamaño y por su color, los cuales asumen su importancia de acuerdo a su posición en el tiempo y el espacio.

Observando los intereses específicos de la fuente emisora e independientemente del trabajo artístico, los argumentos denotativo y connotativo se realizan en función de una significación inteligible conforme a valores conocidos, adaptados al conjunto de individuos en su contexto destinatario.

Si la relación entre denotación y connotación resulta congruente y precisa, el receptor podrá interpretar de alguna manera el significado que se le presente. En consecuencia, la parte emisora deberá tener consciencia de que la comunicación que elabora pueda tener cabida dentro del campo de experiencia del receptor.

Una vez conformados los puntos referentes a la expresión y a la estructura del cartel, a continuación nos abocamos a la tarea de destacar el tema de la composición. Dicha tarea implica asimismo el manejo de la red de cuadrados, que como importante método compositivo se ha utilizado en diez de nuestros carteles.

(44) D.P. Castillo, ob. cit., p.34

(45) L.J. Prieto, ob. cit., p.64

2.3.- LA COMPOSICION.

Para ordenar los elementos constituyentes de un cartel, sin duda la composición es un recurso fundamental.

Así como se articulan las palabras por medio del lenguaje gramatical, también la comunicación visual emplea un vocabulario que consiste en puntos, líneas, formas, texturas y tonos, donde la composición sirve para organizar las formas visuales de una manera funcional, lógica y estética.

El auxilio del sistema de composición es una manifestación de orden, claridad, concreción y dominio de la superficie y el espacio, donde la "gramática" visual será una síntesis de los elementos que se articulen con base a los principios y fundamentos que dicta la composición.

En este apartado se estudiarán los antecedentes compositivos que han dado pauta al desarrollo de los carteles que exponemos. Trataremos también los principios compositivos y los elementos básicos visuales, así como la red básica de cuadrados.

2.3.1.- Elementos y Principios Básicos de Composición.

La organización de todo proyecto requiere de los efectos de las técnicas y del material fundamental para poder construir, componer y difundir el significado pretendido. La etapa primaria para el desarrollo de un cartel necesita de los elementos básicos de composición para dar inicio a la futura representación.

Al enfrentar el problema en su esencia nos encontramos con una variedad de soluciones gráficas, donde el efecto total es el resultado de la combinación de los elementos seleccionados y su ordenación subsecuente para originar nuevas formas visuales.

La forma visual está determinada por sus partes constituyentes como el punto, la línea, el contorno, la dirección, el tono, el color, la textura, la proporción, la dimensión y el movimiento.⁽⁴⁶⁾

El Punto indica posición. No tiene largo ni ancho; es el principio y el fin de una línea⁽⁴⁷⁾.

(46) D. A. Dondis, ob.cit., p.28.

(47) Wucius Wong, Fundamentos del Diseño Bi- y Tri-Dimensional, Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1981, p.11.

La Línea es el trazo prolongado de un punto con infinitas posibilidades de dirección y configuración; El Contorno es una propiedad especial de la línea el cual limita una figura o forma; La Dirección es la posición visual de fuerzas referenciales como la horizontal, la vertical, la diagonal y la curva; El Tono es la intensidad o gradación de luz y sombra; El Color tiene efectos del espectro cromático, incluidos los tonos neutrales del blanco y el negro; La Textura es una apreciación del sentido táctil y visual muy cercano a lo suave, a lo rugoso o cualquier otro carácter de la superficie de un objeto; La Proporción es la relación de correspondencia de una parte con otra. Es un concepto de equidad, de medidas justas, de tamaños ideales o compensatorios; La Dimensión es la ilusión óptica representada en forma de volumen y el Movimiento es la fuerza que ritma determinada acción; es una magnitud que proyecta algún énfasis o intención con cierta dinámica.

Los anteriores principios son las fuerzas elementales que sirven para materializar las ideas en imágenes visuales. La presencia y el manejo de cada uno de ellos lleva implícito un sentido, el cual a su vez, influye en la composición dada la diversidad de las fuerzas actuantes a nuestro alrededor.

El conocimiento acumulado a través de nuestra experiencia nos facilita la comprensión de las fuerzas inherentes a nuestro mundo. "El arriba y el abajo", como el cielo y la tierra nos ofrecen un efecto de ligereza en el cielo y de peso en la tierra. Un árbol representa una forma ascendente y vertical; el mar es un plano horizontal. La lluvia cuando es diagonal, rompe el balance de lo vertical mostrando una dinámica de acción y de movimiento. Las ramas y las hojas de los árboles producen una sensación de equilibrio y dirección.

Estos ejemplos tan a menudo socorridos para explicar dichas circunstancias, destacan que "el arriba y el abajo", lo vertical y lo horizontal, la izquierda y la derecha, lo claro y lo oscuro, lo plano y lo profundo, lo ancho y lo delgado, por citar algunos, son muestra de los efectos de percepción visual que tiene el ser humano para dotarlos de contraste y significado y de los cuales se deriva la composición.

La visión del mundo adquiere un orden propio y sencillo que la mente humana está acostumbrada a ver y sentir. También la composición tiene una estructura, una organización de sus partes conformadoras que mantienen intrínsecas esta concepción del mundo.

Para llevar a cabo su desarrollo es necesaria su participación en el proyecto de las

variantes de un cartel. Las posibilidades de la composición son múltiples. Aún sobre un mismo tema se pueden concebir formas nuevas y distintas. Las técnicas visuales y los recursos compositivos, los elementos básicos y las estrategias para su desarrollo son valoradas y seleccionadas para llegar a una solución óptima, la cual es interpretada conceptual y gráficamente por el diseñador de tal modo que el receptor pueda cristalizar perceptivamente las ideas.

Los elementos y los principios básicos de la composición articulan la presentación definida y concreta de la imagen. Pero el dominio de la superficie del cartel conduce a relacionar cada uno de sus componentes a fin de aumentar su potencial, al ubicarlos en algún punto clave para subrayar el elemento visual más importante.

2.3.2.- Configuración del Sistema de Composición.

Como vehículo que nos interna en la organización de un cartel, la composición es la suma interior de sus componentes de acuerdo al énfasis de uno o algunos en favor de otros.

Esta subordinación interiormente funcional permite que estos se conjuguen en vías de una finalidad común, de una "labor de equipo", puesto que cada componente tiene una función específica y es difícil prescindir de alguno.

Cada cartel según su tamaño, medida y forma, es decir, su formato, implica la repartición de la cantidad total de su superficie entre la imagen, la tipografía, el color, e incluso (en algunos casos), los espacios en blanco o aquellos espacios libres de todo elemento visual.⁽⁴⁸⁾

Por regla general, los carteles se presentan en formato vertical y aunque existen criterios para la conformación horizontal, la dimensión vertical ofrece mayor facilidad de manejo, ya que el rectángulo tiene más parámetros compositivos y los componentes del cartel se adaptan mejor a la condición del formato.

La forma ascendente de la verticalidad tiene la cualidad de poder conformar en ella una organización dinámica, donde las fuerzas compositivas puedan ir más allá de sus propios límites. Dentro de la estructura rectangular las formas visibles se pueden prolongar ilimitadamente. La extensión de una línea, de una imagen, no se seccionan con el corte del papel; es una guía que

(48) Además de los espacios cabe mencionar que la inclusión de "logotipos" es una práctica que no se puede eludir. Las instancias económicas y políticas influyen poderosamente y aunque casi nunca "juegan" con la imagen global del cartel, es conveniente ubicarlos en algún sitio estratégico, ya sea para resaltar o contrarrestarlos según se requiera.

sirve para captar artificialmente su continuación sin que esto produzca una sensación de que la obra sea incompleta. ⁽⁴⁹⁾

La verticalidad tiene también la propiedad de ser más fácilmente percibida y explorada por el observador. El cartel visto en su forma vertical, se observa de frente, lo que posibilita mirarlo en su máximo potencial. La propia naturaleza nos dota del sentido de la vista para mirar de frente, de esta manera el ángulo visual está desprovisto de toda distorsión, puesto que la imagen adquiere su aspecto normal. Si la persona cambia de posición, los objetos visuales tendrán formas y proporciones diferentes. ⁽⁵⁰⁾

El carácter perceptivo de cada persona actúa de manera distinta y particular. El cartel por su parte, es un estímulo visual listo para ser leído. Puede establecerse en él una secuencia determinada, una forma de guiar al observador para su cómoda lectura. Sin embargo, en las personas, consciente o inconscientemente la fuerza de la costumbre predomina: el leer de izquierda a derecha, el mirar de arriba a abajo, por ejemplo, son factores que influyen para determinar centros de interés, crear pesos visuales y efectos de equilibrio. El diseñador conoce lo anterior y lo aplica. El observador lo capta de manera intuitiva para entender la relación que existe dentro de la organización global.

En el momento en que los ojos del observador se ponen en un punto concreto donde la jerarquía es indispensable para configurar lo que se pretende decir o expresar, éste se convierte en un centro de atención que destaca los puntos de mayor relevancia. Arnheim nos dice al respecto: "Un centro de atención crea peso, igual que cualquier otro centro, y por lo tanto trastoca provisionalmente una jerarquía intrínseca de la composición. Trastorna el equilibrio y el significado. De un centro dominante puede hacer un déspota; puede subrayar en demasía un centro secundario. Tal unilateralidad momentánea ha de ser vencida por una exploración continua." ⁽⁵¹⁾

Así, el formato de un cartel queda influido por la organización de su contenido. Como

(49) Si el cartel tuviese marco, sus componentes quedarían sujetos a su forma y a su tamaño. Pero sus elementos visuales no tienen fronteras y actúan de manera libre.

(50) Rudolf Arnheim, El poder del Centro. Estudio sobre la Composición en las Artes Visuales, Alianza Editorial, S.A., Madrid, 1984, p.26.

(51) R. Arnheim, ob.cit., p.48.

forma geométrica rectangular, ésta posee un centro, un punto situado exactamente en la parte central si se le divide en cuatro partes iguales, con una línea media vertical y una línea media horizontal, que en primera instancia, sería la mejor posición para ubicar lo más relevante.⁽⁵²⁾

Pero afortunadamente la anterior no es una regla terminante, puesto que el resultado sería monótono y limitante. La lógica visual del observador requiere que el elemento principal se sitúe en un centro, pero no exactamente en la parte media del cartel, sino en un centro de interés que pueda ofrecer claridad y estabilidad al conjuntar los demás elementos en función de favorecerlo.

La interacción de las fuerzas compositivas en los elementos que circundan el punto focal apunta al equilibrio perceptual del cartel, deduciendo su función secundaria al señalar la dinámica del elemento principal.⁽⁵³⁾

Para poder dar sentido a una composición y a la vez dotarla de significado, la configuración de los elementos generan un centro de equilibrio, mismo que puede darse por el peso de la imagen, el uso de la tipografía, el color, los tonos, formas y tamaños. Los lugares y la función de cada uno de estos elementos deberá situarse justo para compensar equilibradamente a los otros, donde los pesos ligeros compensen a los pesos dominantes.

El peso es la masa visual. Es la fuerza que emana el objeto y objetos substanciales. Este puede ser el centro que se pretenda destacar, situado ya sea arriba o abajo, en la parte media, hacia la izquierda o a la derecha, o en cualquier otro sitio, puesto que cada caso es diferente y cada situación a resolver plantea una nueva posibilidad de configuración compositiva.

El desarrollo compositivo en el cartel marca las premisas del área que se pretenda destacar, la distribución de los elementos visuales organizados formal o informalmente ⁽⁵⁴⁾, guiarán la estructura del conjunto.

El esquema visual sobre el cual versa la obra, exige que los componentes no puedan

(52) Este dictamen lógico de percepción visual apunta precisamente un centro; como el ombligo del cuerpo humano cuya proporción esquemática lo sitúa en forma de dividir la parte superior del tronco, los brazos y la cabeza, con la parte inferior de la región pelviana y las extremidades, pero resulta que, por lo general, la parte inferior es más larga que la superior.

(53) "Una composición visual sólo se puede entender poniendo sus componentes en relación con el centro de equilibrio." *Ibidem*, p.101.

(54) La composición informal se refiere a una organización que no se ajusta a un orden determinado, mucho menos perfecto, pero no por eso carece de estructura.

proponerse como objetos autónomos. Al unísono representan un tema y cada uno de ellos debe apoyar a los otros para que coincidan con el significado. Con el adecuado manejo de la composición se obtienen importantes resultados, puesto que la distribución de los elementos visuales se configura con un alto grado de interés y legibilidad.

La composición es un sistema muy vasto del cual recurrir. Desde aquellas construcciones que parten de la Sección de Oro, la Serie de Fibonacci, el Método Metzinger y Gleices ⁽⁵⁵⁾, así como otros apoyos de composición y medios auxiliares que facilitan el ejercicio organizado de planos y volúmenes. Uno de ellos son las redes cuyas características esenciales se explican a continuación destacando la red de cuadrados, por ser el sistema de composición utilizado para ordenar e integrar los elementos de la mitad de los carteles que se presentan en este estudio.

2.3.3.- Red de Cuadrados Básica.

La importancia de la composición resulta elemental ya que de ella emana el sistema ordenador que permite ubicar los componentes totales de la obra dentro de un determinado formato. De todos sus códigos, métodos o reglas, normas o patrones que definen su desarrollo, se encuentra el soporte fundamental de apoyo compositivo denominado redes.

Las redes son un sistema reticular de proporción y organización rigurosa. Sus trazos precisos permiten situar aquellas formas o figuras en su justa dimensión ⁽⁵⁶⁾. Los puntos y líneas

(55) Dentro del sistema de composición se encuentran una serie de patrones que han regido la labor de muchos artistas plásticos, como la llamada Sección de Oro o Divina Proporción; la Serie de Fibonacci y el Método Metzinger y Gleices, los cuales son sistemas proporcionales muy concretos, basados en cálculos matemáticos y trazos geométricos precisos.

La Sección de Oro es la medida ideal que se debe en gran parte a la construcción del cuerpo humano y de la naturaleza. Se caracteriza por un número áureo: 1.618, que es una constante de un trazo total segmentado en dos trazos desiguales, uno mayor y otro menor, resultando una equivalencia idéntica de relación entre las dos proporciones. Véase Santos Balmori, Aurea Mesura. La Composición en las Artes Plásticas, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1978, pp.24 a la 48.

La Serie de Fibonacci se deriva de la Sección de Oro y consiste en una sucesión progresiva de términos numéricos, en la que cada uno de ellos es igual a la suma de los dos anteriores para formar espirales logarítmicas. S.Balmori, ob.cit., pp.48 a la 56.

El método de Metzinger y Gleices (dos artistas cubistas que crean este sistema), es una búsqueda por integrar en una superficie el resultado conjunto de los diversos aspectos o fragmentos que pueden observarse en un objeto y situarlos con orden y claridad. Ibidem, pp.16 a la 24.

(56) La red es una estructura; es la distribución y ordenamiento de las partes de una forma o la manera en que se unen una cantidad de formas. La forma es la apariencia total de un diseño. La figura es sólo un aspecto de la forma, aunque la figura sea el factor principal de identificación de la forma. W. Wong, ob.cit., p.106.

implícitas en la red no son visibles al ojo humano, existen, pero no se ven; son simplemente las bases de ordenamiento que han de configurar los elementos que realmente vemos ⁽⁵⁷⁾.

Con la red, la superficie a diseñar se divide en áreas o campos más reducidos en forma de reja. Dentro de esta parcelación se pueden ordenar mejor, tanto la imagen, como la tipografía y el color. Dichos componentes se reducen a la dimensión de los campos reticulares al adaptarse exactamente a su magnitud.

En su versión más sencilla la red se constituye por líneas estructurales construidas matemáticamente para dividir el espacio en una cantidad de subdivisiones iguales y repetidas ⁽⁵⁸⁾.

Esta división permite ocupar el plano en múltiples maneras. Las líneas de modulación ofrecen puntos de apoyo de relaciones precisas, donde los elementos primarios de composición (punto, línea, contorno, dirección, proporción, textura, color, dimensión y movimiento), generan la nueva forma.

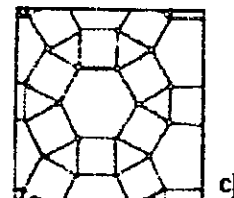
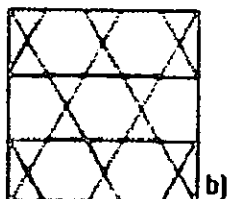
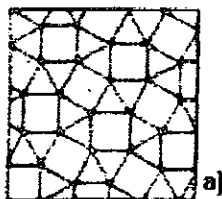
Las dos estructuras elementales que determinan el plano bi-dimensional son: la red de cuadrados y la red de triángulos ⁽⁵⁹⁾, de las cuales se derivan todas las demás ⁽⁶⁰⁾.

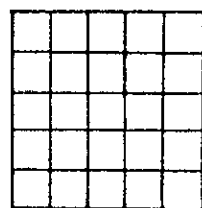
(57) En el caso de las redes con estructura visible, Wong nos dice lo siguiente: "las líneas estructurales existen como líneas reales y visibles de un grosor deseado. Tales líneas, deben ser tratadas como una clase especial de módulo, ya que poseen todos los elementos visibles y pueden interactuar con los módulos y con el espacio contenido por cada una de las subdivisiones estructurales." Ibidem, p.27.

(58) Loc.cit.

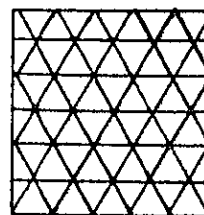
(59) B. Munari, ob.cit., p.36.

(60) Del cuadrado y del triángulo se derivan otras redes compuestas como son: a) el cuadrado con el triángulo, b) el triángulo con el hexágono, c) el cuadrado con el triángulo y el hexágono, por ejemplo, en una repetición modular de más de un polígono. También pueden considerarse aquellos polígonos con mayor número de caras y componentes.





Red
Cuadrangular



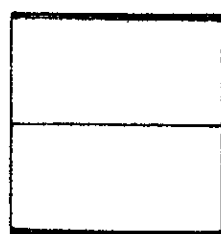
Red
Triangular

Estas dos clases de polígonos regulares tienen puntos exactos, que originan a su vez, puntos de correspondencia al estar en contacto total unos con otros. Sus caras, sus vértices y sus aristas no forman huecos o vacíos en la superficie y se relacionan ilimitadamente.

La red básica de cuadrados tiene la propiedad de tener lados iguales que forman ángulos rectos y sus diagonales son perpendiculares entre sí.

De la construcción de esta figura geométrica tan sencilla se define el plano por cuatro líneas. Sus elementos primarios: dos líneas horizontales y dos líneas verticales, determinan la propiedad de la superficie.

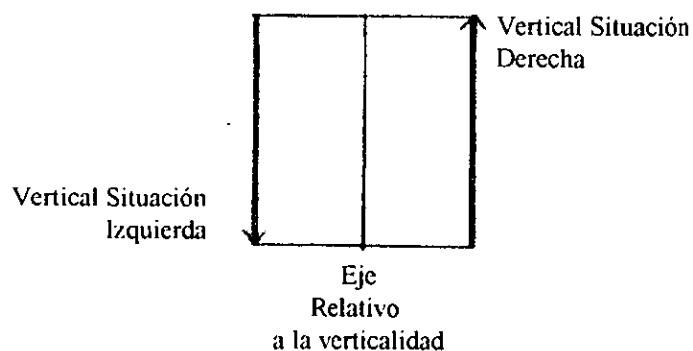
Esto es, las líneas horizontales tienden a ser estáticas, reposadas y frías; en cambio, las líneas verticales tienden a ser dinámicas, con movimiento y cálidas. La situación de ambas tiende también a orientarse hacia algún sentido.



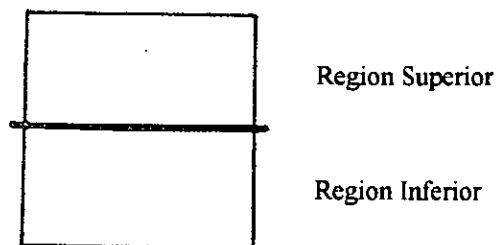
Horizontal Posición Superior

Horizontal Posición Media o Central

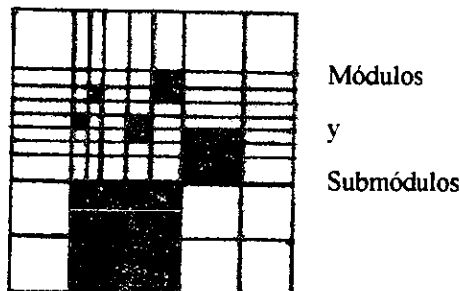
Horizontal Posición Inferior



El cuadrado queda dividido asimismo en dos sectores compositivos: la región superior y la región inferior.



De las líneas verticales y horizontales que se cruzan entre sí se origina el enrejado. De aquí se pueden derivar una cantidad de subdivisiones cuadradas de igual tamaño. Las subdivisiones generan a su vez intersecciones de líneas estructurales, para derivar módulos y submódulos, según se ajusten a su propia subdivisión espacial.



Las subdivisiones de la red de cuadrados se repiten para construir formal, semiformal o informalmente; activa o inactivamente; visible o invisiblemente la formación completa de un diseño.⁽⁶¹⁾

Del retículo de cuadrados nacen las formas lógicas, espontáneas, sencillas y naturales; no forzadas, puesto que la red tiene un valor estructural donde el equilibrio de las fuerzas, pesos y valores no necesariamente tienen que ser simétricos. El balance, el ritmo, la secuencia, la agrupación, son algunos de los factores que pueden lograr efectos visuales, virtuales o reales en la obra.

Esta estructura relativamente simple puede dar origen a formas más complejas. Dicho contraste indica las múltiples variantes que se pueden descubrir a través de este sistema de composición.⁽⁶²⁾

(61) Para definir cada estructura consúltese W.Wong, *ob.cit.*, pp.27 y 29.

(62) En el cuarto capítulo se ejemplifica la utilización de la red de cuadrados en diez de nuestros carteles.

Hasta aquí hemos explorado los puntos que consideramos más sobresalientes en la concepción y en la dinámica intrínseca de un cartel. El siguiente capítulo trata sobre el contexto institucional que hizo factible la práctica de los veinte carteles que conforman este trabajo. Para finalizar, en el último capítulo se proporcionan los datos respectivos de cada uno de ellos.

CAPITULO 3 EXPERIENCIA Y APLICACION PRACTICA SOBRE EL CARTEL: CONTEXTO INSTITUCIONAL DE PACHUCA, HIDALGO. 1980-1990.

"Todo objeto de diseño no se presenta ante nosotros como un elemento pasivo y digno de ser solamente contemplado. Todo objeto se nos presenta como un elemento que, a muy distintos niveles, pide de nosotros y del medio ambiente algún tipo de relación o vinculación".

Jordi Llovet.

El presente capítulo ha sido elaborado con el propósito de conocer el marco de referencia donde se ubican la experiencia y aplicación de los carteles que comprenden este estudio. De manera breve, se indican aquellos datos que son útiles para conocer el ámbito socio-cultural de la ciudad de Pachuca, estado de Hidalgo dentro del período 1980-1990.

El contexto institucional que abarca la práctica y las funciones del cartel corresponden, como las mencionamos anteriormente, a la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, al Gobierno del Estado, a la Constructora Nacional de Carros de Ferrocarril, S.A., y al Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud (CREA).

3.1.- Contexto de la Producción Cartelística.

El ámbito social y cultural al que se ha hecho referencia, ha sido el productor y el destinatario de los objetivos y las funciones de cada uno de los 20 carteles del presente trabajo. De acuerdo a las distintas finalidades e intereses particulares de las firmas demandantes, diversos medios de comunicación fueron utilizados como soportes auxiliares para preservar e impulsar su desarrollo educativo, cultural, recreativo y laboral.⁽¹⁾

Dentro de los principales temas que se elaboraron en los carteles destacan el teatro, la danza, la música, talleres, reuniones, exposiciones y aniversarios, los cuales originaron diferentes versiones gráficas.

(1) Además del cartel, en algunos casos las campañas fueron reforzadas con el complemento de otros medios de comunicación como los "spots" de la radio, los mensajes por televisión local, folletos, programas, invitaciones, volantes, anuncios en la prensa y mantas pintadas.

Estas manifestaciones del quehacer cultural a través del cartel, en su mayoría se difundieron aproximadamente con 15 días de anticipación y su ubicación numérica se destinó en los lugares y sitios de mayor tránsito peatonal; calles céntricas, establecimientos comerciales, escuelas, instituciones culturales, de salud y de servicios públicos. Cabe decir que determinados carteles cuya información cubría una mayor proyección, fueron distribuidos en los principales municipios del Estado.

Tomando en cuenta que el destinatario de los mensajes fueron los de una ciudad con pocos habitantes, se realizó un tiraje corto ⁽²⁾, tratando de abarcar a la mayor parte del público, pero no a las grandes mayorías como ocurre a nivel masivo, y en nuestro caso podría decirse que los carteles que exponemos son un producto o un medio de "difusión colectiva"⁽³⁾, ya que la ciudad de Pachuca, aún cuando ha crecido paulatinamente en los últimos diez años, en la actualidad no excede a los 600,000 habitantes.

Para comprender el ámbito destinatario y los lineamientos respectivos que posibilitaron las funciones del cartel, a continuación damos a conocer el perfil de cada una de las instituciones de referencia.

3.2.- Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

En el marco de la educación superior estatal, la Universidad Autónoma del estado de Hidalgo es una institución pública cuyo propósito es formar a profesionales y técnicos; y fortalecer los servicios educativos para satisfacer las exigencias del desarrollo social y económico hidalguense.

La Universidad se compone por el Instituto de Ciencias Sociales, donde se imparten las licenciaturas de Derecho y Administración Pública; el Instituto de Ciencias Exactas con las carreras de Ingeniería Industrial, Química, Ingeniería Minero Metalúrgica y Computación; el Instituto de Ciencias Económico Administrativas que reúne las licenciaturas en Contaduría y Administración; y el Instituto de Ciencias Agropecuarias que imparte la carrera de Ingeniería Agroindustrial.

(2) Para conocer el número del tiraje consúltense la página 69.

(3) Véase Daniel Prieto, Diseño y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco, México, 1987, p.136.

La Universidad cuenta también con las Escuelas de Medicina, Odontología, Enfermería y Trabajo Social; así como 4 preparatorias dependientes y 18 incorporadas en diferentes municipios del estado. Ofrece de igual manera, 3 maestrías y 17 especialidades.

Con el propósito de elevar su nivel académico, esta Universidad apoya su infraestructura en beneficio de la docencia, el desarrollo de los núcleos de investigación, la extensión de la cultura y los servicios, así como la reordenación administrativa y financiera.⁽⁴⁾

En lo que respecta a la extensión de la cultura y los servicios, ésta se representa a partir de 1984 por la División de Extensión Universitaria⁽⁵⁾, misma que cumple entre otros objetivos, la función de complementar la formación integral de universitario con el enriquecimiento de las actividades artísticas, culturales y deportivas mediante su promoción y difusión.

El arte y la cultura en sus diversas manifestaciones ha sido una de las actividades de la División de Extensión Universitaria, de manera que a los estudiantes se les ofrece participar en la difusión de las expresiones de la cultura local, nacional e internacional dentro y fuera de la comunidad.

Para proporcionar alternativas y desarrollar en el estudiante sus habilidades de expresión y sensibilidad artística, se han formado grupos y talleres en las disciplinas de teatro, música y danza. Tal es el caso de la Compañía Titular de Teatro, la Orquesta de Cámara y la Compañía de Danza Folklórica "Oyohualli".

Por otro lado, la organización de eventos académicos, culturales, científicos y deportivos dieron lugar a que se realizaran en forma anual, proyectos como la "Feria Universitaria del Libro", el torneo deportivo "La Garza de Plata", el evento cultural "El Cervantino en la Universidad"⁽⁶⁾ y la participación de la Universidad en la "Feria Internacional de Pachuca".

La División de Extensión Universitaria conjuntamente con la Dirección de Difusión

(4) Este proyecto a partir de 1993 se denomina Proyecto Integral de Transformación Académica. Véase De Cara al Siglo XXI, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México, 1993, p.17.

(5) La División de Extensión Universitaria también tiene a su cargo la Dirección de Educación Continua, misma que organiza cursos, diplomados y la enseñanza de lenguas extranjeras; la Dirección de Editorial Universitaria; el Servicio Social que realizan los egresados en forma constante; y los espacios culturales que se han adaptado a las necesidades académicas, artísticas y culturales.

(6) "El Cervantino en la Universidad" se presentó por vez primera en el año de 1983, continuando en 1984, 86, 87 y 88, para difundir algunas de las actividades del "Festival Internacional Cervantino".

Cultural, reúne la siguiente serie de carteles los cuales han promovido algunas de sus actividades: "El Cervantino en la Universidad en los años 1984, 86 y 87", "116 Aniversario de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo", "Primer Aniversario del Centro de Extensión Universitaria", "Programa Navideño", "Festival de Estudiantinas", "Música Afroantillana" y "Segunda Reunión Regional de Análisis para la Homogeneización de Criterios de los Sistemas Normativos de las Instituciones de Educación Superior." ⁽⁷⁾

3.3.- Gobierno del Estado de Hidalgo.

Las iniciativas y las acciones que el Ejecutivo Estatal ha llevado a cabo en lo referente a la cultura, establecen de manera permanente programas destinados a rescatar, preservar y difundir el patrimonio artístico, histórico y cultural de la entidad.

El Gobierno del Estado de Hidalgo en coordinación con instituciones afines dedicadas al quehacer artístico y cultural, se han abocado en planear y organizar aquellas actividades que permiten promover, enseñar, investigar y desarrollar constantemente los valores que configuran la identidad hidalguense.

La Secretaría de Desarrollo Social a través de la Dirección General de Cultura y el Instituto Hidalguense de la Cultura, así como el Centro Cultural de Hidalgo y el Instituto Hidalguense de Bellas Artes ⁽⁸⁾, con el fin de alentar la participación ciudadana en el fomento y difusión de los valores culturales y de las Bellas Artes, llevaron a cabo programas de trabajo que, de manera general, se resumen como sigue:

- Preservar el patrimonio cultural, artístico, histórico, arqueológico y arquitectónico de la entidad.
- Impulsar la investigación.
- Estimular el rescate de las tradiciones étnicas y populares.
- Fomentar la educación artística y la capacitación.
- Fortalecer el cultivo y la creación de las Bellas Artes.
- Promover y fomentar la cultura en todos sus órdenes.

(7) Mayor información de cada uno de estos carteles en el capítulo 4.

(8) El entonces Instituto Hidalguense de la Cultura en la actualidad lleva el nombre de Consejo Estatal para la Cultura y las Artes. Por su parte, el Instituto Hidalguense de Bellas Artes cambió de nombre por el de Escuela de Artes.

-Conjuntar acciones con los municipios para atender el servicio cultural en beneficio de las comunidades.

-Servicios de museos y galerías.

-Estímulos y becas.

Para fortalecer la difusión de la cultura, el Gobierno del Estado de Hidalgo a través de las instituciones mencionadas promovió los siguientes carteles: "Ballet Folklórico del Estado de Hidalgo", "Fiestas Decembrinas", "Primavera Cultural Hidalgo 88", "Talleres para Niños", "El Xantolo", "10 Aniversario de la Compañía de Danza Folklórica "Oyohualli", "Primavera Cultural Hidalgo 89", "Orquesta Típica de la Ciudad de México" y "80 Aniversario de la Revolución Mexicana".⁽⁹⁾

3.4.- Constructora Nacional de Carros de Ferrocarril, S.A.

Localizada en el complejo industrial de Ciudad Sahagún, Hidalgo, esta empresa⁽¹⁰⁾ reunía en el año de 1980 centenares de trabajadores entre funcionarios, administradores, empleados y obreros que trabajaban en tres turnos ininterrumpidos con el objetivo de fabricar transporte ferroviario y del Sistema de Transporte Colectivo Metro.

La producción de los carros de ferrocarril y del Metro comprendían 3 fábricas: el Area de Montaje Ferroviario, el Area de Fabricación del Metro y el Area de Pintura; interviniendo en su elaboración soldadores, remachadores, armadores, electricistas, carpinteros y pintores.

En función de prevenir y evitar las graves consecuencias de los accidentes laborales, la Subgerencia de Seguridad Industrial de dicha empresa, contribuyó en resguardar la integridad física y psicológica de los trabajadores, mejorando las actitudes de éstos al promover una conducta segura y adecuada para disminuir al mínimo el factor riesgo.

La Subgerencia de Seguridad Industrial la constituían tres secciones:

a) Protección Personal. Entre otros objetivos, esta sección tenía como tarea la selección y dotación del equipo protector, de acuerdo al riesgo que pudiera existir en determinado trabajo.

(9) Información más amplia de estos carteles en el capítulo 4.

(10) Actualmente, la Constructora Nacional de Carros de Ferrocarril, S.A., la dirige la industria Bombardier Inc. de Canadá.

b) Protección Planta. Sistema bien planeado de inspecciones en cada una de las instalaciones de la empresa, para detectar las condiciones inseguras y realizar los seguimientos respectivos hasta su total eliminación, así como también combatir los posibles siniestros con la ayuda del cuerpo de Bomberos Profesionales y Voluntarios.

c) Motivación Gráfica. Su contribución consistía en apoyar las medidas de seguridad a través de diferentes medios de comunicación como audiovisuales para cursos de capacitación y adiestramiento; folletos de normas de seguridad por especialidad, carteles panorámicos de periodicidad semestral, volantes, letreros, señalamientos, recordatorios de seguridad en calcomanías, uso del pizarrón, rotafolio y retroproyector. También se hacía uso de la fotografía y la serigrafía, donde ésta última se utilizaba para imprimir diferentes medios como el cartel.

Promover la seguridad a través del cartel fue uno de los primeros proyectos emprendidos por la Asociación Mexicana de Higiene y Seguridad. Tomando en cuenta lo anterior, la Subgerencia de Seguridad Industrial dió impulso a la elaboración de carteles para complementar una parte de su programa. El cartel "Código de Colores para Instalaciones, Maquinaria y Dispositivos" es una muestra de ello.⁽¹¹⁾

3.5.- Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud (CREA).

El Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud (CREA)⁽¹²⁾, en el año de 1985 fue un organismo descentralizado cuyo objetivo principal era desarrollar programas deportivos, culturales, artístico, sociales y recreativos a los jóvenes de todo el país. Brindó además asesoramiento jurídico dentro de la Procuraduría del Joven, así como algunos servicios de orden turístico, los cuales se apoyaron en la Red Nacional de Albergues en diferentes estados de la República Mexicana.

En el área deportiva se realizaron competencias a nivel municipal, estatal y nacional con la finalidad de impulsar a los jóvenes según su destreza en las diferentes disciplinas como: ajedrez,

(11) Consúltese acerca de este cartel en el capítulo 4.

(12) La Organización de las Naciones Unidas (ONU) estableció el año de 1985 como el "Año Internacional de la Juventud", por lo que se prestó mayor atención y apoyo a la población mundial juvenil.

fútbol, ciclismo, volleyball, basquetbol y atletismo. Cabe mencionar que en la rama del ciclismo, el CREA estatal de Hidalgo organizaba en forma anual "La Vuelta Ciclista de la Juventud Mexicana", evento con participación internacional donde países como la URSS, Italia, España, Estados Unidos, Colombia, Venezuela, Argentina, entre otros, competían a la par en esta justa con nuestros mejores representantes, donde el ciclista pachuqueño Tito Lugo obtuvo en este mismo año, un segundo lugar.

Dentro del renglón cultural y artístico, el CREA contaba con talleres de teatro, canto, fotografía, pintura, música y danza. También se organizaron concursos de periodismo, declamación y oratoria, donde muchos de los temas de ésta última disciplina abordaron cuestiones políticas.

Asimismo se llevaron a cabo concursos científicos y tecnológicos que beneficiaran a la industria, donde la creatividad y la innovación fueron considerados preferentemente por el jurado calificador.

Se realizaron también foros a nivel nacional con los temas más sobresalientes de la época, entre ellos, la problemática juvenil. En la ciudad de Pachuca se presentó el Foro: "Los Jóvenes ante las Instituciones de Educación Superior", en la cual participaron ponentes de renombre y cerca de 3,000 jóvenes.

Por otra parte, la Procuraduría del Joven, organismo de asesoramiento principalmente en el aspecto jurídico, brindaba apoyo a problemas de tipo penal, familiar y civil. Conjuntamente con el Departamento de Psicología, personal capacitado realizaba tareas en contra de la farmacodependencia y el alcoholismo. Dentro de la misma procuraduría, el área laboral ayudaba a la población juvenil a conseguir empleo.

La Tarjeta Plan Joven se creó para proporcionar descuentos en diferentes servicios, bienes, productos, artículos de primera necesidad, libros, transporte, espectáculos, etcétera.

Con la intención de que estos programas y objetivos pudieran llegar a un mayor número de personas, el CREA se descentralizó cubriendo diferentes municipios hidalguenses como Huejutla, Tulancingo, Zimapán, Ixmiquilpan y Tula.

El CREA del estado de Hidalgo, con cabecera en Pachuca, proporcionó espacios y servicios a jóvenes, entre los 14 a los 30 años de edad, para brindar a éstos mayores oportunidades en su desarrollo físico, social y mental.

La participación del cartel dentro del CREA se encuentra representado, en nuestro caso, por "Ajedrez Campeonato Juvenil 1985".⁽¹³⁾

Estos son, en términos generales los datos sobre el contexto social e institucional donde se llevó a cabo nuestra práctica cartelística. Como cuarto y último capítulo, ofrecemos las soluciones graficas de cada uno de los 20 carteles, en lo que se refiere a su expresión, su estructura y composición; completando la información con sus datos respectivos.

(13) Consúltese capítulo 4.

CAPITULO 4 SOLUCIONES GRAFICAS DEL CARTEL.

"Todo problema de diseño se inicia con un esfuerzo para lograr un ajuste entre dos unidades: la forma en cuestión y su contexto. La forma es la solución para el problema; el contexto define el problema. En otras palabras, cuando hablamos de diseño, el objeto real de la discusión no es sólo la forma, sino el conjunto que comprende la forma y su contexto."

Christopher Alexander.

De autoría propia en cuanto a su diseño, los 20 carteles que comprenden este estudio fueron realizados con el propósito de crear dentro del contexto de referencia, un enlace visual de fácil interpretación para los receptores por medio de propuestas gráficas sencillas y accesibles.

Para estudiarlos con mayor detalle, mostraremos la lista de ellos en orden de aparición, indicando el año en que fueron producidos y el organismo o institución demandante.

Se proporcionan también los datos de cada ejemplar respecto al tiraje, formato, número de tintas, impresión, medidas, tipografía, papel y gramaje.

Para finalizar se anotan las soluciones gráficas realizadas, donde la experiencia práctica describe los valores del cartel comprendidos en la expresión, la estructura y la composición. Asimismo, se mostrará el uso de la red de cuadrados en los carteles correspondientes.

4.1.- Lista de Carteles.

La colección comprende nueve carteles para la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, nueve para el Gobierno del Estado, uno para la Constructora Nacional de Carros de Ferrocarril,S.A., y uno para el CREA.

Lista de carteles en orden cronológico:

- 1.- Código de Colores para Instalaciones, Maquinaria y Dispositivos. CNCFSA. 1980.
- 2.- Ballet Folklórico del Estado de Hidalgo. Gob. del Edo. 1981.
- 3.- El Cervantino en la Universidad. UAEH. 1984.
- 4.- Festival de Estudiantinas. UAEH. 1984.
- 5.- Programa Navideño. UAEH. 1984.
- 6.- Segunda Reunión Regional de Análisis para la Homogeneización de Criterios de los Sistemas Normativos de las Instituciones de Educación Superior. UAEH. 1985.
- 7.- II6 Aniversario de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. UAEH. 1985
- 8.- Ajedrés, Campeonato Juvenil 1985. CREA. 1985.
- 9.- Primer Aniversario del Centro de Extensión Universitaria. UAEH. 1985
- 10.- El Cervantino en la Universidad. UAEH. 1986
- 11.- Grupo Manguaré de Cuba, Música Afroantillana. UAEH. 1986
- 12.- El Cervantino en la Universidad. UAEH. 1987.
- 13.- Fiestas Decembrinas. Gob. del Edo. 1987.
- 14.- Primavera Cultural Hidalgo 88. Gob. del Edo. 1988.
- 15.- Talleres para Niños. Gob. del Edo. 1988.
- 16.- El Xantolo. Tradición del día de Muertos en la Huasteca Hidalguense. Gob. del Edo. 1988.
- 17.- 10 Aniversario Oyohualli. Compañía de Danza Folklórica. Gob. del Edo. 1988.
- 18.- Orquesta Típica de la Ciudad de México. Gob. del Edo. 1989.
- 19.- Primavera Cultural Hidalgo 89. Gob. del Edo. 1989.
- 20.- 80 Aniversario de la Revolución Mexicana. Gob. del Edo. 1990.

4.2.- Datos Generales de los Carteles Presentados.

De manera general, el tiraje fluctúa entre los 100 y los 500 ejemplares de cada original.⁽¹⁾

Respecto al formato, diecinueve carteles se diseñaron verticalmente y sólo uno en formato horizontal.⁽²⁾

En la mayoría de los casos, por razones presupuestales, se trató de economizar el número de tintas, excepto en el cartel: "Código de Colores", el cual requirió de seis tintas. Tenemos entonces ocho carteles realizados a 2 tintas, cinco a 3 tintas, tres a 4 tintas, tres a 5 tintas y uno a 6 tintas.

La impresión de diecinueve carteles se llevó a cabo en offset y uno en serigrafía.

Con el objeto de observar los carteles en conjunto, la tabla de la siguiente hoja complementa los datos en cuanto a las medidas de cada uno, la familia tipográfica, el papel y su gramaje, el número de copias y el número de tintas.

4.3.- Aplicación de la Red de Cuadrados en diez Carteles.

Resulta sumamente interesante que a través de la sencilla estructura de la red de cuadrados se puedan obtener formas e imágenes diversas. Tal es nuestro caso, puesto que este valioso recurso de composición posibilitó dar forma a la imagen visual de diez carteles.

Con la parcelación exacta de cada módulo que la red ofreció obtuvimos resultados visuales notorios a saber: orden, ritmo, secuencia, equilibrio, movimiento, simetría, asimetría, unidad, proporción, alternancia, balance y coherencia, entre otros.

A continuación se enlistan los carteles realizados sobre la estructura compositiva de la red de cuadrados.

- 1.- Código de Colores para Instalaciones, Maquinaria y Dispositivos.
- 2.- Ballet Folklórico del Estado de Hidalgo.
- 3.- El Cervantino en la Universidad. 1984.

(1) Únicamente se realizó una segunda reimpresión al cartel: "Primavera Cultural Hidalgo 88", misma que alcanzó la copia número 1,000.

(2) El cartel: "II6 Aniversario de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo".

CARTEL	CODIGO DE COLORES	BALLET FOLKLORICO DEL ESTADO DE HIDALGO	EL CERVANTINO EN LA UNIVERSIDAD 1984	FESTIVAL DE ESTUDIANTINAS	PROGRAMA NAVEGENO	SEGUNDA REUNION DE ANALISIS...	116 ANIVERSARIO DE LA U.A.H.	AJEDREZ CAMPEONATO JUVENIL 1985	PRIMER ANIVERSARIO DEL CEUNI	EL CERVANTINO EN LA UNIVERSIDAD 1986
MEDIDAS	47.4 X 64.6	60.6 X 40	62.3 X 42	46.5 X 32.8	69 X 36.5	62.5 X 40.2	61.6 X 40.3	64.4 X 38.7	65.8 X 42.4	61 X 27
NUMERO DE TINTAS	6	2	2	2	4	2	2	2	3	5
FAMILIA TIPOGRAFICA	HAWTHORN	COMPACTA BOLD FRANKLIN GOTHIC EXTRA CONDENSED AVANT GARDE MEDIUM	BOOKMAN ITALIC	HELVETICA LIGHT	HELVETICA LIGHT	ANTIQUE BOLD CONDENSED UNIVERS 57	COMPACTA BOLD	VOLTA HELVETICA MEDIUM FUTURA DEMI BOLD AVANT GARDE MEDIUM	HELVETICA MEDIUM HELVETICA LIGHT	AVANT GARDE MEDIUM CONDENSED
PAPEL Y GRAMAJE	CARTULINA BRISTOL BLANCA 178 gr.	PAPEL BOND BLANCO 72 gr.	PAPEL COUCHE UNA CARA BLANCO 100 gr.	PAPEL COUCHE UNA CARA BLANCO 100 gr.	PAPEL COUCHE UNA CARA BLANCO 100 gr.	PAPEL COUCHE UNA CARA BLANCO 100 gr.	PAPEL COUCHE UNA CARA BLANCO 100 gr.	PAPEL COUCHE UNA CARA BLANCO 100 gr.	PAPEL COUCHE UNA CARA BLANCO 100 gr.	PAPEL COUCHE UNA CARA BLANCO 100 gr.
NUMERO DE TIRAJE	150	500	500	150	200	150	150	200	150	300
CARTEL	GRUPO MANGUARE DE CUBA	EL CERVANTINO EN LA UNIVERSIDAD 1987	FESTAS DECEMBRINAS	PRIMAVERA CULTURAL HIDALGO 88	TALLERES PARA NIÑOS	EL XANTOLO	10 ANIVERSARIO OYOBUALLI	ORQUESTA TIPICA DE LA CIUDAD DE MEXICO	PRIMAVERA CULTURAL HIDALGO 89	80 ANIVERSARIO DE LA REVOLUCION MEXICANA
MEDIDAS	64.9 X 39.8	68.3 X 38.8	65.7 X 29.9	58.9 X 39.3	52.4 X 28	54.2 X 29.9	49.1 X 29.2	49.2 X 29	62.6 X 34.5	67.6 X 27.3
NUMERO DE TINTAS	4	2	5	3 TINTAS SEGUNDA REIMPRESION	3	4	3	3	2	3
FAMILIA TIPOGRAFICA	HELIOS ITALICA CONDENSED HELIOS HELIOS BOLD	HELIOS	HELIOS BOLD HELIOS HELIOS LIGHT	HELVETICA BOLD CONDENSED ORGANDA BOLD	HELIOS HELIOS LIGHT	HELIOS LIGHT	HELIOS BOLD	ORACLE BOLD ORACLE	HELIOS ORGANDA BOLD	AVANT GARDE MEDIUM CONDENSED HELVETICA MEDIUM
PAPEL Y GRAMAJE	PAPEL COUCHE DOS CARAS BLANCO 100 gr.	PAPEL COUCHE DOS CARAS BLANCO 100 gr.	PAPEL COUCHE UNA CARA BLANCO 100 gr.	PAPEL COUCHE UNA CARA BLANCO 100 gr.	PAPEL COUCHE UNA CARA BLANCO 100 gr.	PAPEL COUCHE UNA CARA BLANCO 100 gr.	PAPEL BOND BLANCO 72 gr.	PAPEL COUCHE UNA CARA BLANCO 100 gr.	CARTULINA COUCHE UNA CARA BLANCO 180 gr.	PAPEL COUCHE DOS CARAS BLANCO 100 gr.
NUMERO DE TIRAJE	150	300	150	1000	100	100	150	150	500	200

Datos generales de los 20 cartales donde se puede apreciar las medidas en centímetros de cada uno de ellos, el número de tintas, el tipo de letra, el papel y su gramaje, así como el número de copias realizado. A partir de la página 72, se completan estos datos incluyendo el formato, los colores, la impresión, la firma representante y la fecha correspondiente.

- 4.- Programa Navideño.
- 5.- Segunda Reunión Regional de Análisis para la Homogeneización de Criterios de los Sistemas Normativos de las Instituciones de Educación Superior.
- 6.- Ajedrez, Campeonato Juvenil 1985.
- 7.- Primer Aniversario del Centro de Extensión Universitaria.
- 8.- El Cervantino en la Universidad. 1986.
- 9.- El Cervantino en la Universidad. 1987.
- 10.- Fiesta Decembrinas.

La aplicación de la red de cuadrados de cada uno de estos carteles se puede observar en el estudio que finaliza este trabajo. Como preámbulo a ello, nos anticipamos a decir que en el primer cartel se hace uso de la red en todo el formato. En los nueve restantes únicamente se presenta el fragmento correspondiente a su aplicación.

4.4.- Soluciones Gráficas del Cartel: Experiencia Práctica sobre su Expresión, Estructura y Composición.

Dar forma y contenido al cartel supone conocer las funciones del mensaje visual, hacerlo evidente y adaptarlo a la situación comunicativa. Una de las variables que determina esta situación es precisamente la función o la finalidad para la cual se produce el mensaje.

Al respecto Lazotti Fontana nos dice: "...un objeto nace de las exigencias de la persona humana tanto hoy como en el pasado, y es determinado por la situación geográfica, por los materiales usados, por la evolución tecnológica, por las costumbres y por los ideales propios del tiempo... La "lectura" de estos objetos no debe limitarse a los aspectos formales y estéticos, sino que debe contemplarse también la relación que une el objeto con el propio ambiente y con el uso que tuvo originalmente"...⁽³⁾

La función de los 20 carteles que integran esta muestra fue diversa, consideramos sin embargo, a las siguientes como las funciones principales: función expresiva, función informativa, función didáctica, función exhortativa y función estética.

(3) Lucía Lazotti Fontana, Comunicación Visual y escuela, Colección Comunicación Visual, Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1983, p.156.

La función expresiva se manifiesta cuando el diseñador externa sus afectos o emociones a través del contenido conceptual.⁽⁴⁾ La función informativa tiene la finalidad de describir o informar de modo objetivo el mensaje visual. La función didáctica tiene el propósito de instruir o enseñar, mediante la exposición de "una cosa" para que sea vista y apreciable. La función exhortativa dirige su atención al destinatario para exhortarle a realizar algo, una acción o una selección. Y la función estética se refiere a la forma del mensaje visual y textual, dentro de una composición armónica y agradable a la vista.

Las anteriores funciones son algunos factores que determinaron el mensaje de los carteles aquí expuestos y le proporcionaron sentido a la comunicación. Por otra parte, existieron otros factores que también influyeron en su desarrollo, tales como, el factor tiempo, los recursos técnicos y materiales, el presupuesto, las necesidades del demandante y la situación contextual.

Tomando en cuenta estos factores y las funciones del cartel, ofrecemos en seguida una explicación más detallada sobre nuestro trabajo, en el cual se reúne el proceso creativo que ha dado forma a cada ejemplar. Por un lado, observaremos en diez carteles el empleo de la red de cuadrados, y por otro, la manera en que se ha adaptado el mensaje visual a su finalidad y a la situación comunicativa mediante un estudio sobre los valores comprendidos en la expresión, la estructura y la composición de cada uno de los carteles que integran este trabajo.

(4) Véase supra, Capítulo 3.



CARTEL	<u>Código de Colores para Instalaciones, Maquinaria y Dispositivos.</u>
FORMATO	Vertical.
MEDIDAS	47.4 x 64.6 cmts.
No. de TINTAS	Seis.
COLORES	Amarillo, Naranja, Rojo, Verde, Azul y Negro. ("Kartel Satin" para serigrafía).
TIPOGRAFIA	Texto titular y subtítular trazados a mano. Textos complementarios - Hawthorn, 60 pts., altas.
PAPEL Y GRAMAJE	Cartulina Bristol Blanca. 178 gr.
No. DE TIRAJE	150 Ejemplares.
IMPRESION	Serigrafía.
FIRMA REPRESENTANTE	Constructora Nacional de Carros de Ferrocarril, S.A.
FECHA	Junio de 1980.

Código de Colores para Instalaciones, Maquinaria y Dispositivos.

(Cartel para uso interno de la Constructora Nacional de Carros de Ferrocarril, S.A., Ciudad Sahagún, Hidalgo).

La forma de la imagen visual es geométrica, de líneas puras y sencillas. Su organización se estructura a fin de dividir su espacio en seis partes iguales y también derivar la forma secundaria sobre el fondo.

A modo de negativo y positivo, la forma secundaria se materializa por las líneas en blanco sobre el color negro. Por su parte, la forma del primer plano se divide por líneas internas en negro exceptuando las de los extremos; esto posibilita un margen de contraste que brinda continuidad, movimiento y unidad en ambas formas.

Para tal efecto, la geometría fue la base principal para estructurar la imagen visual a través de líneas, cuartos de círculo, colores y su ubicación estratégica en el espacio. Teniendo como soporte la red de cuadrados fue posible encontrar el punto de apoyo sobre una de las aristas de un cuadrado (Consúltese pág. 75). De aquí se trazaron cuartos de círculo, de los cuales se derivaron las líneas rectas entrantes y salientes por los cuatro lados del cartel. De tal manera, este punto de apoyo sirvió de eje para desarrollar la imagen visual, y más importante aún, se convirtió en un punto focal.

Dicho eje compositivo enfatiza los elementos cromáticos que interesa destacar en un juego de seis colores. La intención del mensaje es informar al trabajador de la empresa el significado de cada color y evitar con esta medida, algún riesgo sobre su integridad física y psicológica.

Con base al Código de Colores para instalaciones, maquinaria y dispositivos, se marcaron los lineamientos cromáticos a seguir. Fielmente, en materia de Seguridad Industrial cada color lleva implícito un significado: el verde representa seguridad, el azul precaución, el blanco tráfico, el amarillo riesgos físicos, el naranja alerta y el rojo peligro.

Bajo estas premisas el color estaba resuelto; sin embargo, se dispuso de acuerdo a sus valores tonales, al contraste sobre el color negro, así como también se dividió en colores cálidos: amarillo, naranja y rojo, y en colores fríos: azul y verde.

Por su parte, la imagen tipográfica afirma el sentido de la imagen visual al contener el significado textual de cada color. El carácter tipográfico que finaliza cada palabra se justifica exactamente hacia la región inferior derecha sobre los seis colores. La misma justificación se

utiliza para el texto titular ubicado en la parte superior derecha. Dicha justificación se obtiene a través de uno de los módulos derivados de la red de cuadrados y se utiliza la misma medida para colocar el "logotipo" de la empresa junto con sus textos correspondientes sobre la parte inferior izquierda.

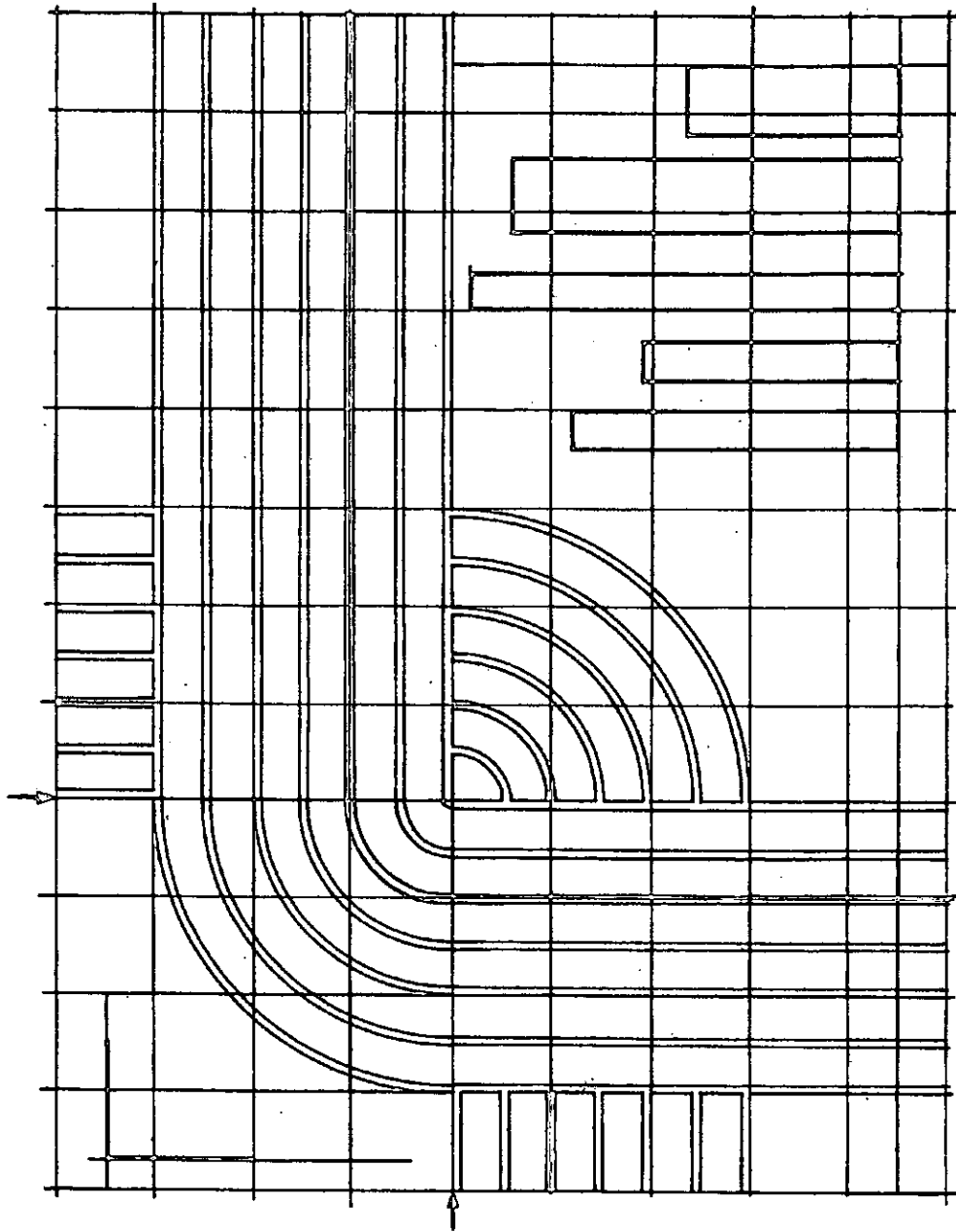
Considerando los materiales disponibles, se utilizó tipografía "Hawthorn" en 60 puntos, altas, para el texto complementario: "seguridad, precaución, tráfico, riesgos físicos, alerta, peligro". El texto titular: "Código de Colores para instalaciones, maquinaria y dispositivos", fue trazado a mano en 139 pts., altas y en 93 pts., bajas.

De manera general, este cartel presenta sobre su formato una superficie en color negro, donde contrasta perfectamente el texto titular en blanco, junto con la imagen secundaria situada atrás de la imagen principal. Esta última resalta en un primer plano por su forma, su ubicación y la brillantez de sus colores; todos ellos destinados a transmitir el contenido y el significado de la información.

La imagen global de este cartel, presenta asimismo, un diseño formal en el concepto o idea original, en la estructura de su mensaje y en su estructura compositiva.

Nota: Es de observar que este cartel fue impreso en serigrafía; en su proceso se utilizó película "Ulano" soluble al thinner y totalmente recortada a mano. Hubo entonces que preparar cada malla serigráfica para imprimir uno por uno cada color.

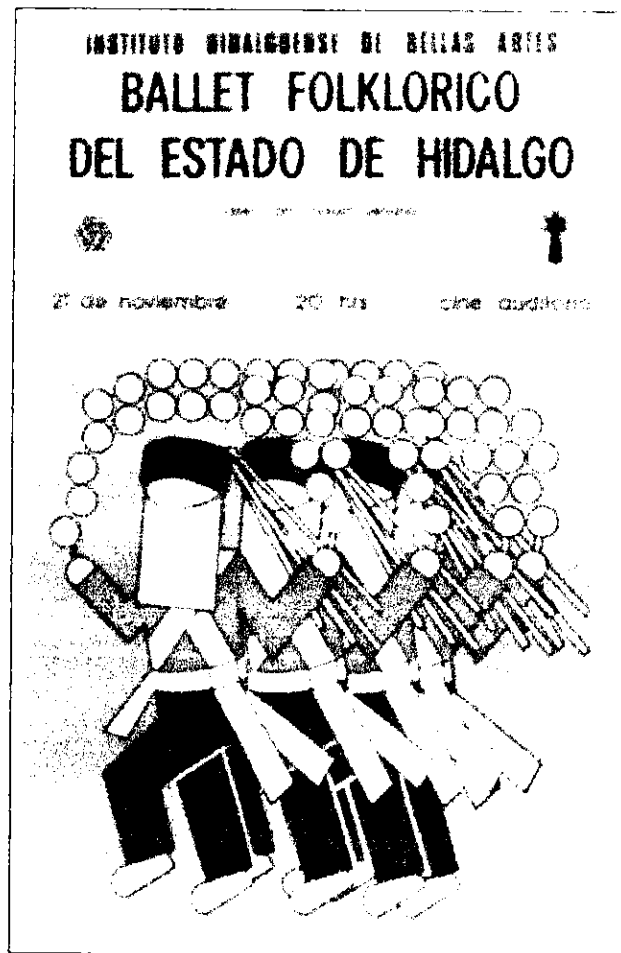
También apuntamos que no se incluyó fecha alguna, considerando que la campaña, después de un lapso, podía volver a difundirse.



Código de Colores para Instalaciones, Maquinaria y Dispositivos.

Sobre las coordenadas marcadas con las flechas, se encuentra la arista que sirve de punto de apoyo para el desarrollo de la forma principal; ésta se circunscribe al retículo cuadrangular dividiéndose en seis partes iguales con sus espacios correspondientes. Dicha forma ocupa la mayor parte del cartel, aunque el texto titular en la parte superior, tiene el suficiente peso visual para lograr equilibrio.

Los textos justificados hacia la derecha tienen el mismo margen en la parte superior. Este margen sirve de guía para ubicar el "logotipo" de la empresa sobre la parte inferior izquierda. Cartel de formato vertical compuesto de doce por nueve parcelaciones cuadrangulares.



CARTEL	<u>Ballet Folklórico del Estado de Hidalgo</u>
FORMATO	Vertical.
MEDIDAS	60.6 x 40 cmts.
No. DE TINTAS	Dos.
COLORES	Verde - Pantone 336. Negro - Pantone Black. ⁽⁵⁾
TIPOGRAFIA	Compacta Bold, 53 pts., altas. Franklin Gothic Extra Condensed, 96 pts., altas. Avant Garde Medium, 24 pts., bajas y 36 pts., bajas.
PAPEL Y GRAMAJE	Papel Bond Blanco. 72 gr.
No. DE TIRAJE	500 Ejemplares.
IMPRESION	Offset.
FIRMA REPRESENTANTE	Gobierno del Estado de Hidalgo a través del Instituto Hidalguense de Bellas Artes.
FECHA	Noviembre de 1981.

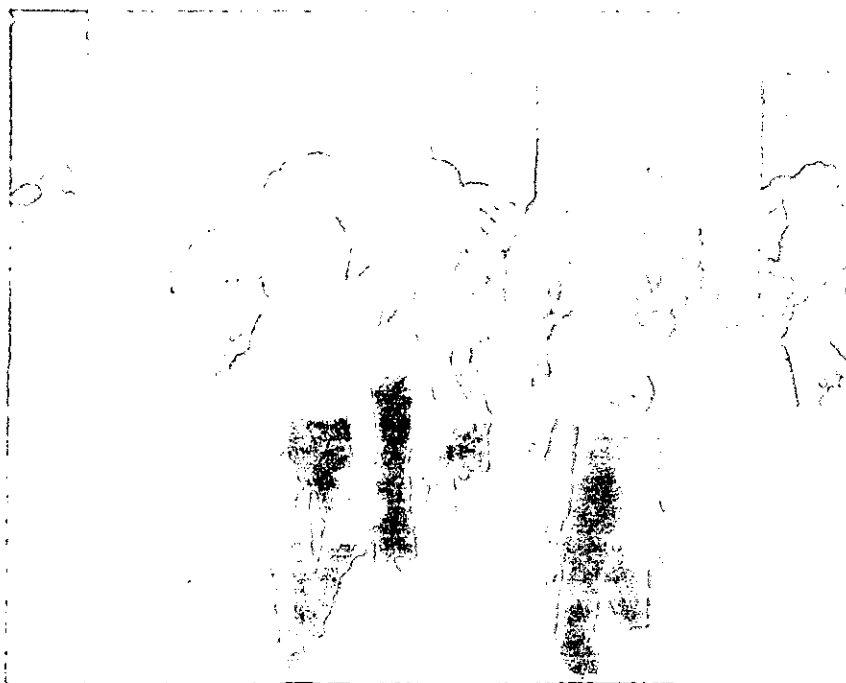
(5) Los colores de los siguientes diecinueve carteles fueron seleccionados por medio del sistema Pantone (Pantone Matching Systems, New Jersey USA), la cual es una marca especializada para la reproducción en color. Pantone es una guía de tintes con una gama muy extensa de colores, desde los primarios a los fosforescentes y los metálicos, todos ellos con efectos brillantes y mate con sus respectivas fórmulas en porcentajes. A cada color se le asigna un número para identificarlo exceptuando a los colores primarios, a los que se les reconoce por su nombre respectivo.

Ballet Folklórico del Estado de Hidalgo.

El estado de Hidalgo cuenta con una rica tradición cultural. Entre sus manifestaciones artísticas los bailables y las danzas regionales, son algunas de las actividades que representan a dicha entidad.

A través de la "Feria Internacional Hidalgo 81", se establecieron diversos espacios donde, entre otros, algunos grupos artísticos hidalguenses tuvieron un foro donde expresarse. Tal es el caso del "Ballet Folklórico del Estado de Hidalgo", que se difundió a nivel colectivo por medio del cartel.

Este Ballet presenta un espectáculo que integra bailables y danzas de diferentes estados de la República Mexicana. Fue entonces que se seleccionó a la "Danza de los Arcos" -originaria del estado de Hidalgo-, para configurar la forma visual del cartel.



Representación de la
"Danza de los Arcos", por el
Ballet Folklórico del estado
de Hidalgo.

Se trató de captar la cualidad dinámica de la danza al mostrar figuras verticales, "congelando" momentáneamente la imagen, donde se aprecia que la posición erguida del cuerpo humano tiene mayor potencial activo.

Los trazos geométricos medidos y calculados del primer danzante (Véase pág. 80) fueron

realizados sobre el soporte de la red de cuadrados. Dicho polígono proporcionó cada parte de la figura y fue auxiliado por sus módulos estructurales para derivar círculos, semicírculos y líneas rectas. La contundencia de la línea recta en un mismo grosor registró la definición compositiva de este elemento primario, al integrar y dar contorno total a la forma.

La figura se repite tres veces más en espacios irregulares alineados de manera recta horizontal. La imagen visual de los danzantes se agrupan rítmicamente en un instante, donde el principio básico de movimiento se presenta en una secuencia, en una imagen multiplicada en idéntica postura como una de las características de la danza. Aunque el conjunto de danzantes parece que flotarán -ya que sus pies no descansan sobre superficie alguna-, ésta no resulta del todo necesaria puesto que la acción y el movimiento se revelan en las piernas, y los anteriores efectos son apoyados por la serie sucesiva de listones que salen del sombrero y por las bandas en la cintura de trazo diagonal.

Como técnica visual se empleó un contraste de tonos, cuya función fue intensificar el significado de la imagen. El contraste tonal no fue resuelto por medio de colores, sino a través del blanco y el negro.

En el vestuario y en los accesorios originales de la "Danza de los Arcos" se presentan diferencias tonales ya que la profusión de colores predomina. Para el logro de este fin, se utilizó una pantalla de puntos al 10% de valor tonal sobre la pañoleta que tapa el rostro y en los zapatos; una pantalla a rayas para simular la camisa y el blanco del papel se aprovechó con el objeto de obtener otro contraste tonal.

El color negro y el blanco proporcionaron énfasis al texto y a la imagen visual, configurándose sobre un fondo de color verde. Psicológicamente, el verde es el color de la esperanza y puede expresar: naturaleza, juventud, equilibrio...⁽⁶⁾. Dicho color fue seleccionado para proporcionar vivacidad y atractivo a los elementos del cartel, al tiempo que los unificó y visualmente los hizo legibles.

Compositivamente, los danzantes se agrupan en una sola imagen ocupando la mayor superficie del cartel, la cual se ubica sobre la parte inferior y un poco más arriba de la línea central horizontal. El carácter de esta imagen destaca por su contenido, su forma, su color y su tamaño,

(6) Cfr. S.Fabris-R.Germany. El Color. Proyecto y Estética en las Artes Gráficas. Ediciones Don Bosco, Barcelona, 1979. p.103.

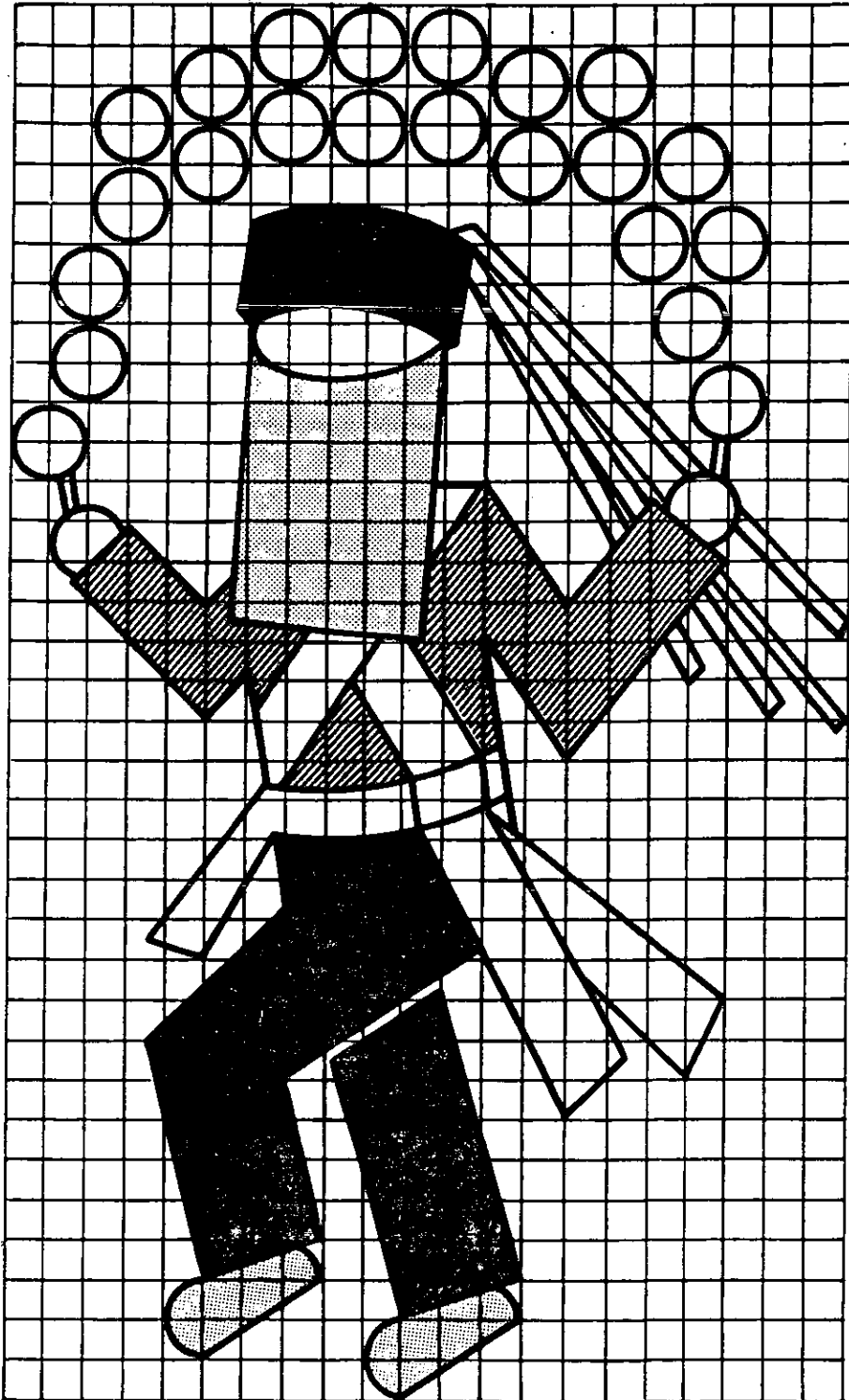
para convertirse en el elemento de mayor interés visual.

Aunque presenta cierto grado de abstracción, la representación gráfica de los danzantes conserva sus características reales dentro de una síntesis que proporciona indicios de la forma verdadera, todo esto con la intención de facilitar al receptor una fácil decodificación.

La imagen visual junto con el texto titular: "Ballet Folklórico del Estado de Hidalgo", aseguró el grado de reconocimiento necesario sobre el tema que trató. La información escrita fue resumida hacia lo esencial, conformándose en tres diferentes tipos y medidas de letra. El texto titular se le otorgó mayor acento visual por medio de su ubicación, tamaño y color.

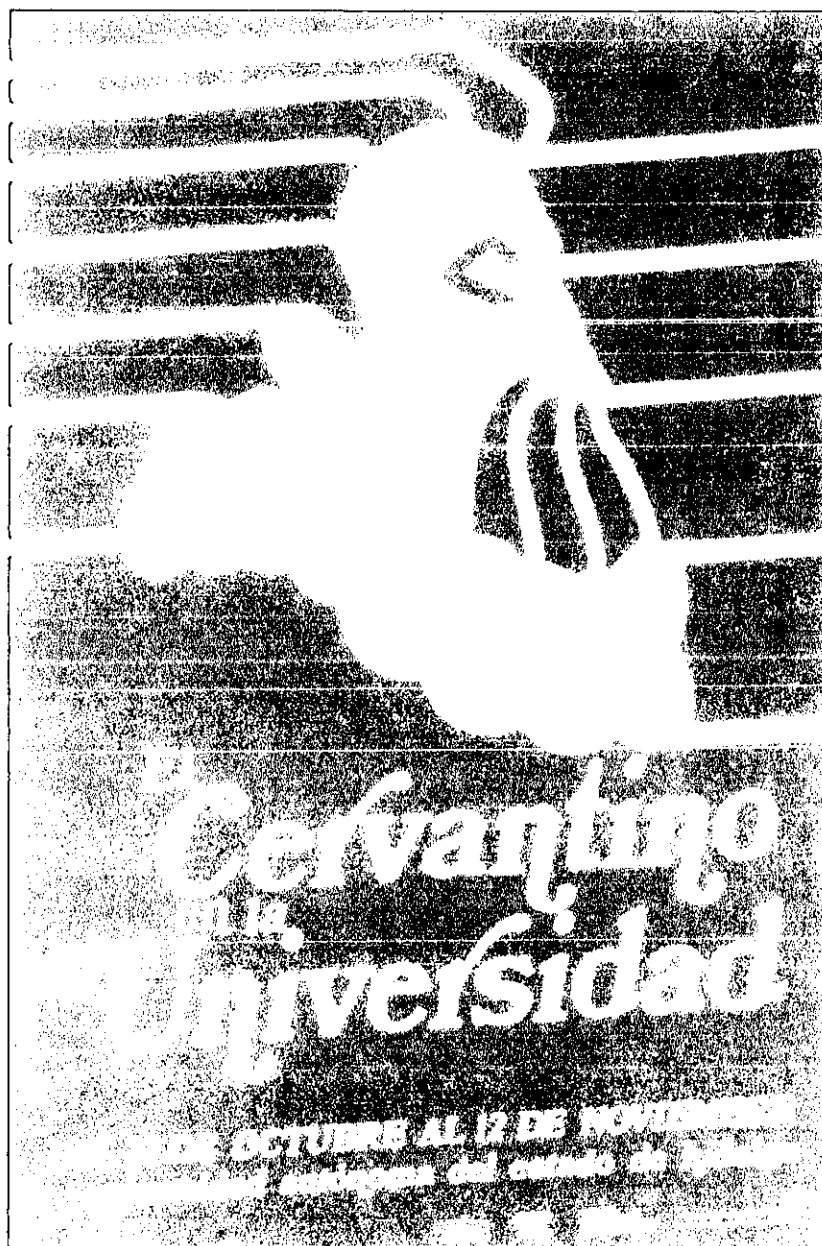
De acuerdo a ciertas pausas de lectura, el total de las líneas tipográficas estructura la síntesis gramatical ordenándose los textos con márgenes laterales en espacios simétricos. En su ubicación sobre la parte superior del formato, se colocaron los "logotipos" dentro de los espacios libres de la región izquierda y derecha. De tal manera, el eje de equilibrio es central vertical, tanto para la información escrita como para la visual.

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA



Ballet Folklórico del Estado de Hidalgo.

La red de cuadrados se utilizó únicamente en la figura del primer danzante, simplificando y ajustando geométricamente el trazo sobre la retícula. Esta forma fue multiplicada tres veces más para conjuntar al grupo de danzantes y obtener la imagen visual que representó al ballet folklórico en cuestión.



CARTEL	<u>El Cervantino en la Universidad.</u> 1984.
FORMATO	Vertical.
MEDIDAS	62.3 x 42 cmts.
No. de TINTAS	Dos.
COLORES	Café - Pantone 181.
TIPOGRAFIA	Bookman Italic, 204 pts., A/B., 48 pts., Altas. 48 pts., Bajas.
PAPEL Y GRAMAJE	Papel Couché una Cara Blanco. 100 gr.
No. de TIRAJE	500 Ejemplares.
IMPRESION	Offset.
FIRMA REPRESENTANTE	Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
FECHA	Octubre de 1984.

El Cervantino en la Universidad. 1984.

El evento "El Cervantino en la Universidad" se presentó por primera vez en la ciudad de Pachuca en el año 1983, ofreciendo en el ámbito hidalguense, una parte del abanico artístico y cultural del "Festival Internacional Cervantino" que organiza, año con año, el Gobierno del estado de Guanajuato.

La División de Extensión Universitaria y la Dirección de Difusión Cultural de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, canalizaron esfuerzos para que algunas actividades de este magno festival formaran parte de la promoción cultural universitaria y la ciudadanía en general tuviera acceso a ellas.

Ante la respuesta positiva de la población, al año siguiente, en 1984, se incrementó el número de presentaciones artísticas de "El Cervantino en la Universidad", el cual se dió a conocer a través de diferentes medios de comunicación como el periódico, la radio local y el cartel, entre otros.

El cartel que presentamos trata de expresar la imagen de Miguel de Cervantes Saavedra. Entre sus características principales destacan la barba y el traje de la época. Para dar origen a dicha imagen se recurrió a la red de cuadrados básica (Consúltase pág. 84). Observando esta parcelación, se encuentran siete líneas en alternancia discontinua situadas en la región izquierda, que se introducen para dar forma al rostro de perfil; después cinco líneas del mismo grosor, salen por la región derecha proporcionando equilibrio visual a las primeras.

El mismo volumen de estas doce líneas en su totalidad dibujan los contornos que a su vez enmarcan el efecto del cabello, la frente, la oreja, la nariz, la barba y la escarola al cuello del personaje.

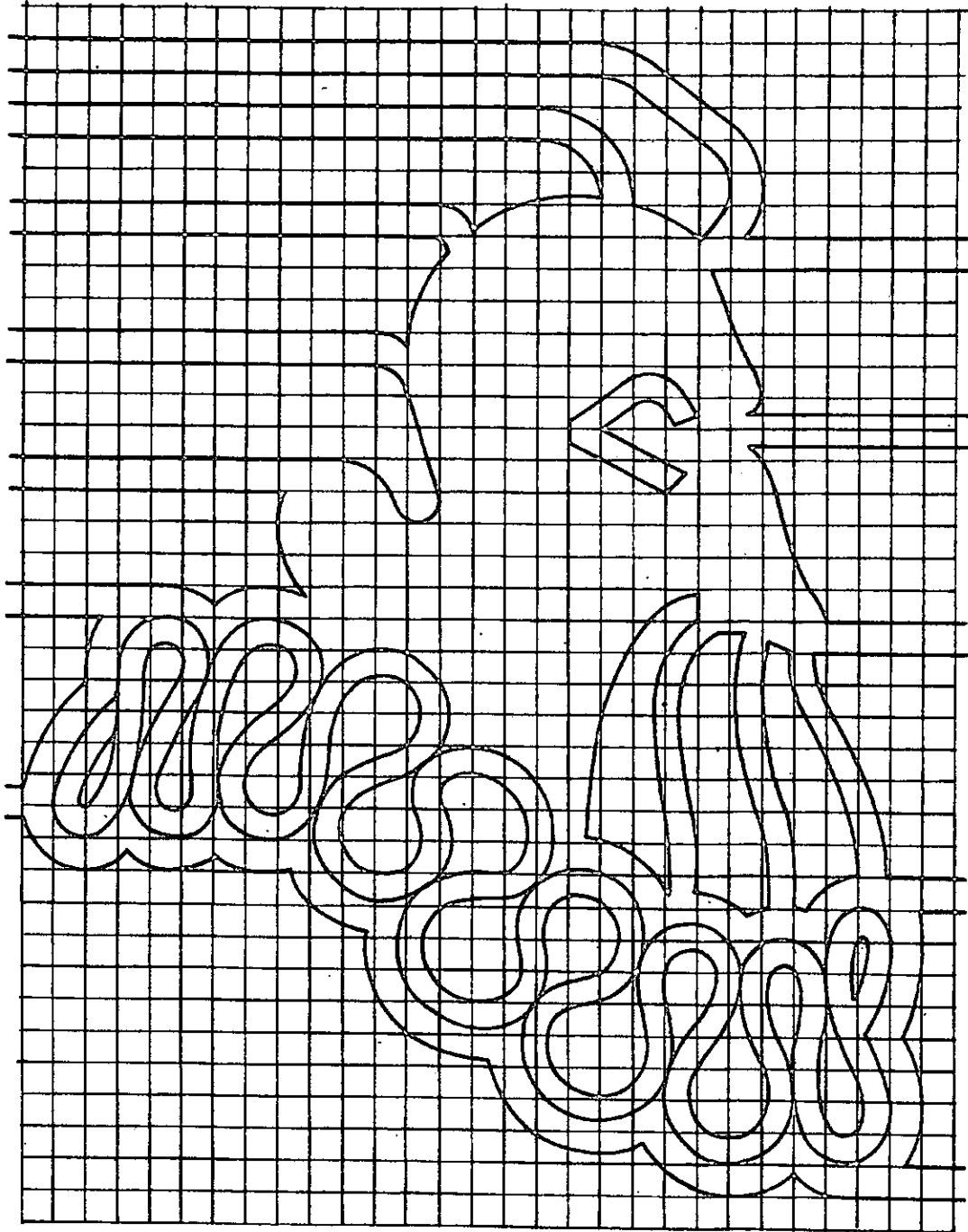
Sólo tres formas interiores son suficientes para formar el perfil y obtener una síntesis interior de esta imagen: el ojo, la barba y la escarola. El ojo, apunta su mirada precisamente a una línea saliente. La barba proporciona contorno a la parte inferior de la nariz y se desliza hacia abajo, dando paso a la escarola ondulante.

La configuración de esta imagen se diseñó en función de que fuera el punto de mayor interés visual por medio de su forma, tamaño, color y ubicación. Junto con el texto titular se reforzó la información, la cual presenta una estructura concreta y legible.

Situada en la parte media superior del cartel, la imagen visual descansa sobre la mancha tipográfica que constituye el texto titular de características itálicas. Su carácter inclinado adquiere cierta verticalidad con la ubicación ligeramente diagonal de los textos correspondientes y, con esto, el seguimiento lineal de la imagen y los "logotipos". Lo anterior se realizó con la finalidad de que el efecto de la línea horizontal se tornara más dinámica y restara de monotonía a todo el conjunto.

Por lo que respecta al color, el café fue seleccionado para remitir tiempos pasados. Su configuración abarca casi la totalidad de la superficie y se alterna con el naranja y el blanco. El color naranja ocupa la menor porción cromática, sin embargo, proporciona acento visual y su ubicación central adquiere un aspecto relevante al connotar el ropaje de la época. El blanco del papel se aprovechó al máximo para que contrastaran todos los elementos del cartel.

La sencillez predomina en la composición del cartel, donde la imagen global, a excepción de la última línea textual y los "logotipos", se estructuran centralmente.



El Cervantino en la Universidad. 1984.

El polígono cuadrangular se utilizó nuevamente para ubicar las formas que se consideraron representativas de la imagen de Miguel de Cervantes Saavedra. El auxilio de esta red permitió situar con mayor seguridad el trazo sobre un previo bosquejo.

A pesar de la formalidad de las líneas horizontales y verticales que distribuyeron la red cuadrangular, el juego con las líneas curvas ayudaron a contrarrestar tal rectitud.



CARTEL	<u>Festival de Estudiantinas.</u>
FORMATO	Vertical.
MEDIDAS	46.5 x 32.8 cmts.
No. de TINTAS	Dos.
COLORES	Azul - Pantone 307. Negro - Process Black.
TIPOGRAFIA	Texto Titular trazado a mano. 244 pts. Helvética Light : Texto Subtitular 30 pts. Altas y 30 pts. Altas y Bajas. Textos Complementarios 22 pts. A/B.
PAPEL Y GRAMAJE	Papel Couché una Cara Blanco. 100 gr.
No. de TIRAJE	150 Ejemplares.
IMPRESION	Offset.
FIRMA REPRESENTANTE	Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
FECHA	Noviembre de 1984.

Festival de Estudiantinas.

Cartel tipográfico donde el mensaje toma forma a través de ciertos elementos visuales como la línea, el color, el tamaño, el equilibrio, la dirección y la configuración espacial.

Con la intención de no repetir el empleo gráfico de los instrumentos musicales que integran una estudiantina como son la guitarra, el pandero, la mandolina, por ejemplo, nos abocamos a la tarea de buscar en las letras una de sus muchas posibilidades visuales. De esta manera el texto titular definió la imagen representativa de este cartel, cuyo diseño fue trazado en forma manual.

El "gancho visual" se encuentra precisamente en el texto titular: "festival de estudiantinas", mismo que se enfatiza por su tamaño, forma, posición, ubicación, dirección y contraste de color. En su diseño se utilizó una línea de trazo fino para dar contorno a cada letra, ésta a su vez, alberga otra línea, ahora de trazo grueso en la parte central, previo espacio lineal en blanco que especialmente proporciona acento a esta imagen.

Las formas de este modelo visual se jugaron libremente, dando por resultado el alargamiento lineal de cinco letras: "e", "f", "t", "l" y "s".

Para liberar el efecto dominante de la fuerza vertical del formato, se hizo uso de la composición tipográfica con dirección diagonal. Esto rompió un poco con la tradición de presentar el texto escrito de forma horizontal, pero más que eso, se intentó proporcionar dinámica a la estructura visual del cartel.

De esta manera, las letras "e", "f" y "t" entran por la región izquierda, la letra "l" por la parte superior y la letra "s", en cambio, sale por el lado derecho. Este alargamiento de líneas, además de proporcionar al texto titular una presentación original, sirvió de guía compositiva para colocar los textos restantes.

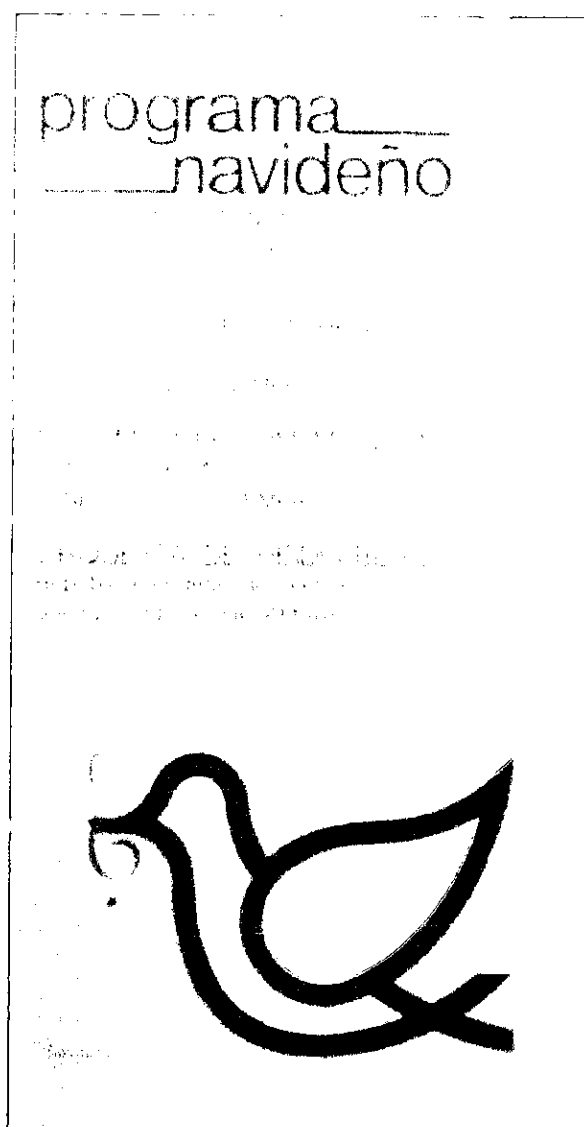
Los textos subtulares y los complementarios se presentan en bloques, diferenciando el contenido de la información por medio del orden textual, el tamaño de las letras y los espacios entre las frases. Sus líneas iniciales se justifican hacia el lado derecho en un margen vertical. A esta dimensión lineal, de izquierda y derecha, el "logotipo" se ajusta con exactitud sobre la parte inferior derecha.

Los colores azul y negro fueron las dos tintas utilizadas. El azul psicológicamente es

pasivo, reservado, concéntrico en sí mismo e indica profundidad. Puede expresar confianza, armonía, afecto y amistad ⁽⁷⁾. Su empleo sobre la superficie de este cartel ofrece vigor a la totalidad de los elementos. El color negro por su parte, se utilizó en todos los textos, y el blanco del papel se aprovechó como un tercer color para enfatizar y dar claridad a la imagen principal.

De formato pequeño, el presente cartel muestra que la estructura tipográfica interviene de manera significativa al crear y organizar todo el contenido y la forma. Permite, asimismo, que el mensaje escrito se exprese a través de algunos elementos y técnicas visuales para que ambos (mensaje visual y escrito) interactúen en la comunicación, conformados en su forma por la dirección compositiva diagonal.

(7) Fabris - Germani, ob.cit., p.100 y p.103.



CARTEL	<u>Programa Navideño.</u>
FORMATO	Vertical.
MEDIDAS	69 x 36.5 cmts.
No. de TINTAS	Cuatro.
COLORES	Plata - Pantone 877. Azul - Process Cyan. Negro - Pantone Black. Verde - Pantone 341.
TIPOGRAFIA	Helvética Light : 126 pts.Bajas. 40 pts.Altas. 48 pts.A. 40 prs.A/B. 40 pts.A. 21 pts.A. 21 pts.B.
PAPEL Y GRAMAJE	Papel Couché una Cara Blanco. 100 gr.
No. de TIRAJE	200 Ejemplares.
IMPRESION	Offset.
FIRMA REPRESENTANTE	Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
FECHA	Diciembre de 1984.

Programa Navideño.

La época navideña nos remite entre otras cosas, al contenido de la palabra "paz". En este cartel utilizamos dicha palabra con uno de sus símbolos: una paloma, que en vez de portar en el pico una guirnalda de olivo, lleva una "llave de sol". Como es la nota que abre una partitura musical, en este caso su tarea es servir como un punto de referencia sobre los tres conciertos que integran el programa navideño.

Los colores empleados resultan significativos puesto que el plata y el azul denotan de alguna manera la estación invernal.

Con una tonalidad más clara que el azul cyan, el color plata sirvió de fondo para colocar sobre su superficie el total de la información textual en color negro. Con esto último se lograron configuraciones de tono y textura visual.

El azul cyan en su calidad de color puro se encuentra en la parte inferior y en la parte lateral derecha del cartel, y se divide, asimismo, por un pequeño sector plata que alterna este orden para proporcionar unidad y equilibrio visual al conjunto.

Las aristas de la paloma se continuaron linealmente, lo cual permitió delimitar cada área de color. Así, las líneas salientes del pico y del ala delimitan el color plata sobre gran parte de la región izquierda y superior del formato. Nuevamente, dichas líneas del pico y del ala, junto con las dos líneas salientes que forman las puntas de la cola de la paloma, guían la ubicación del color azul y el resto del plata. Esta proporción de los colores ofrece vigor a la verticalidad y dinámica del formato.

Por un momento, el vuelo de la paloma queda suspendido, e interviene el color negro para perfilar su imagen. Su línea en trazo ancho le confiere amplia visibilidad y su ubicación sobre la región inferior le añade peso.

La punta del ala y las dos puntas de la cola de la paloma, forman tres pesos; en cambio, el pico, uno sólo. Para favorecer su balance se colocó la nota musical en tonalidad verde (semejante al de la guirnalda de olivo), con un fino contorno en blanco. Su inclinación hacia la izquierda en 84 grados agrega un toque de variedad e informalidad al cartel.

Dentro de la amplia superficie en color plata, se colocaron en negro, dieciseis líneas textuales que constituyeron la información escrita. Dichas líneas se realizaron mediante un tipo de

letra: una variante de la familia Helvética en su versión ligera o "light", la cual se presenta en cinco diferentes tamaños o puntos.

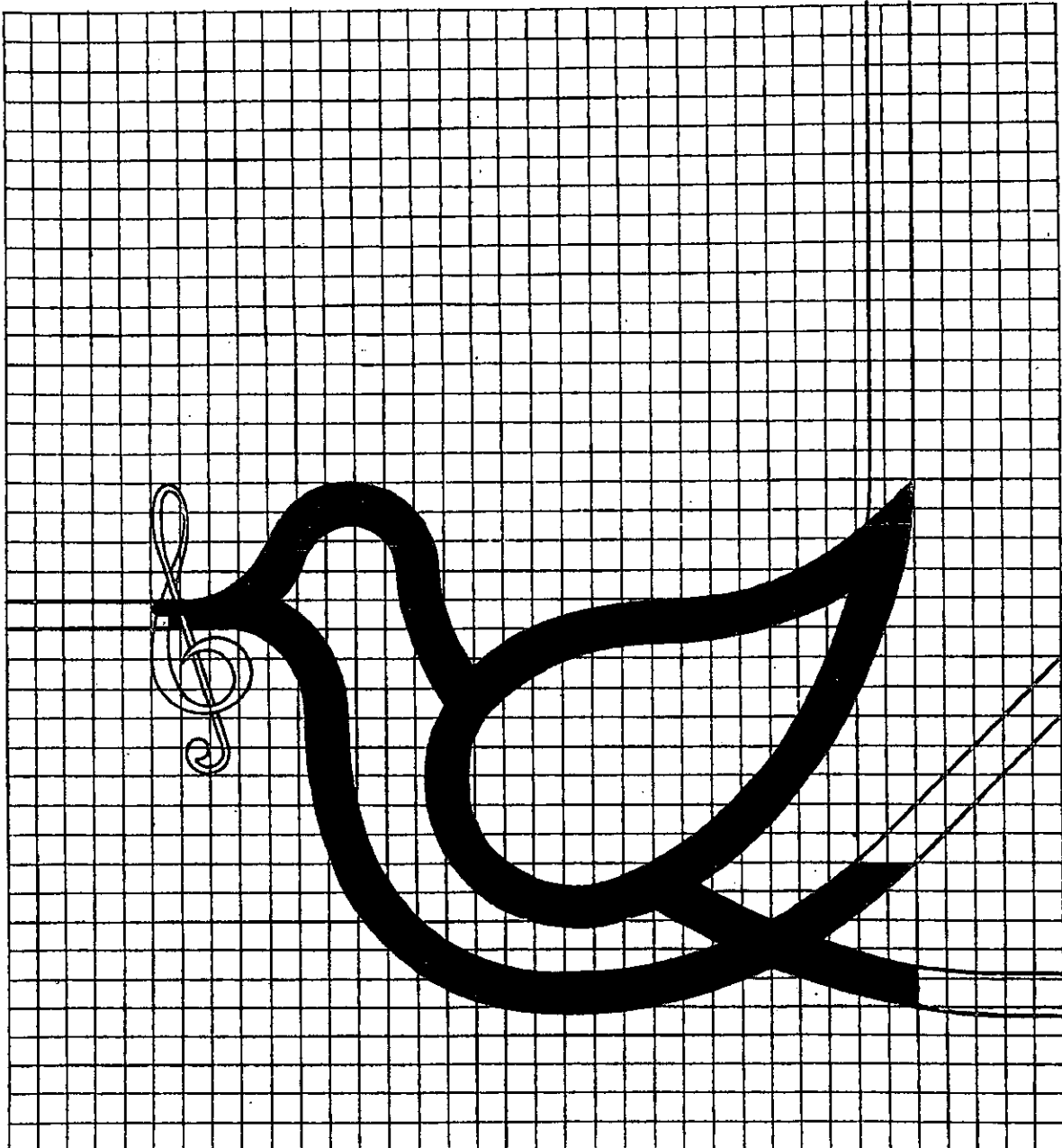
El texto titular junto con el subtítular se colocaron centradamente hacia la izquierda sobre la parte superior. El texto titular se realizó con letras minúsculas, aunque de mayor tamaño que las restantes, formando dos líneas textuales que son combinadas por una línea superior y una inferior de igual espesor. Conjuntamente, el nombre de la institución demandante compone este bloque con otras dos líneas textuales, pero ahora, con letras mayúsculas en 40 puntos.

Las doce líneas textuales que restan siguen la indicación lineal sobre el margen izquierdo que marca el bloque titular. Los cuatro puntos utilizados, integran un juego de letras altas y bajas (mayúsculas y minúsculas), las cuales posibilitan que la información textual se incorpore unificadamente.

Complementando esta información, se encuentra el apoyo visual de la imagen de la paloma, que a través del previo trazo sobre la red de cuadrados (Véase página siguiente), soluciona favorablemente la configuración espacial de todo el formato.

Programa Navideño.

Sobre la red del espacio cuadrangular ciertas líneas toman dirección para después seguir un curso libre, por lo que no todas ellas se ajustan con exactitud a la red; sin embargo, por medio de ésta se resuelve en amplia medida la posición de los trazos de las líneas guía.



SEGUNDA REUNION REGIONAL DE ANALISIS
PARA LA HOMOGENEIZACION DE CRITERIOS
DE LOS SISTEMAS NORMATIVOS DE LAS
INSTITUCIONES DE EDUCACION
SUPERIOR

Dirigida a los Rectores y Abogados de las Instituciones
de Educación Superior.

Centro de Extensión Universitaria

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

13, 14, 15 de Febrero de 1985



CARTEL	<u>Segunda Reunión Regional de Análisis para la Homogeneización de Criterios de los Sistemas Normativos de las Instituciones de Educación Superior.</u>
FORMATO	Vertical.
MEDIDAS	62.5 x 40.2 cmts.
No. de TINTAS	Dos.
COLORES	Verde - Pantone 383. Café - Pantone 133.
TIPOGRAFIA	Antique Bold Condensed, 84 pt., Altas. 60 pt., A/B. Univers 57, 60 pt., A/B.
PAPEL Y GRAMAJE	Papel Couché una Cara Blanco. 100 gr.
No. de TIRAJE	150 Ejemplares.
IMPRESION	Offset.
FIRMA REPRESENTANTE	Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
FECHA	Febrero de 1985.

Segunda Reunión Regional de Análisis para la Homogeneización de Criterios de los Sistemas Normativos de las Instituciones de Educación Superior.

Cartel con un texto titular muy extenso compuesto por veinte palabras. Con el objeto de reducir sus líneas textuales y ocupar menor espacio, se utilizó tipografía en "palo seco" y en carácter condensado, quedando cinco líneas de texto. Complementando al anterior texto, la siguiente información escrita comprende un segundo bloque de cinco líneas más, la cual se alterna con distinto tipo de letra y tamaño. La función de ambos textos es indicar al receptor el evento, el lugar, la fecha correspondiente y la institución organizadora.

Las letras en altas y en "negritas" del texto titular se ubicaron en la parte superior del formato, comprendiendo el peso visual que proporciona la imagen de los libros sobre la parte inferior.

Las cinco líneas que conforman al texto complementario, tienen una colocación central horizontal imaginaria ya que no descansan exactamente sobre la línea media que divide en dos partes iguales la superficie. Tanto el texto titular, como el complementario, fueron dispuestos dentro de un eje compositivo central vertical, dando lugar a su colocación simétrica.

El concepto de la imagen visual del cartel se expresó a través de libros. Ciertamente fue difícil encontrar la imagen apropiada que pudiera derivarse del texto titular con palabras tan complejas como "análisis", "homogeneización", "criterios", "sistemas normativos". Aunque las palabras "segunda", "regional" e "instituciones", pudieron haberse manifestado gráficamente. Por ejemplo: la palabra "segunda" remite al número dos, "regional" ubica una determinada región geográfica e "instituciones" puede contener la arquitectura de un inmueble. Se seleccionó entonces la palabra "educación" para derivar de ella una imagen que la identificara.

Fue así que se originó la imagen visual de los libros. Con base al sistema de composición de la red de cuadrados se estructuró la forma, donde las líneas conceptuales⁽⁸⁾ de la red, sirvieron para trazar líneas diagonales y horizontales, las cuales se combinan con la línea curva, a fin de generar imágenes idénticas en apariencia y tamaño (Véase página 95). Su integración modular se

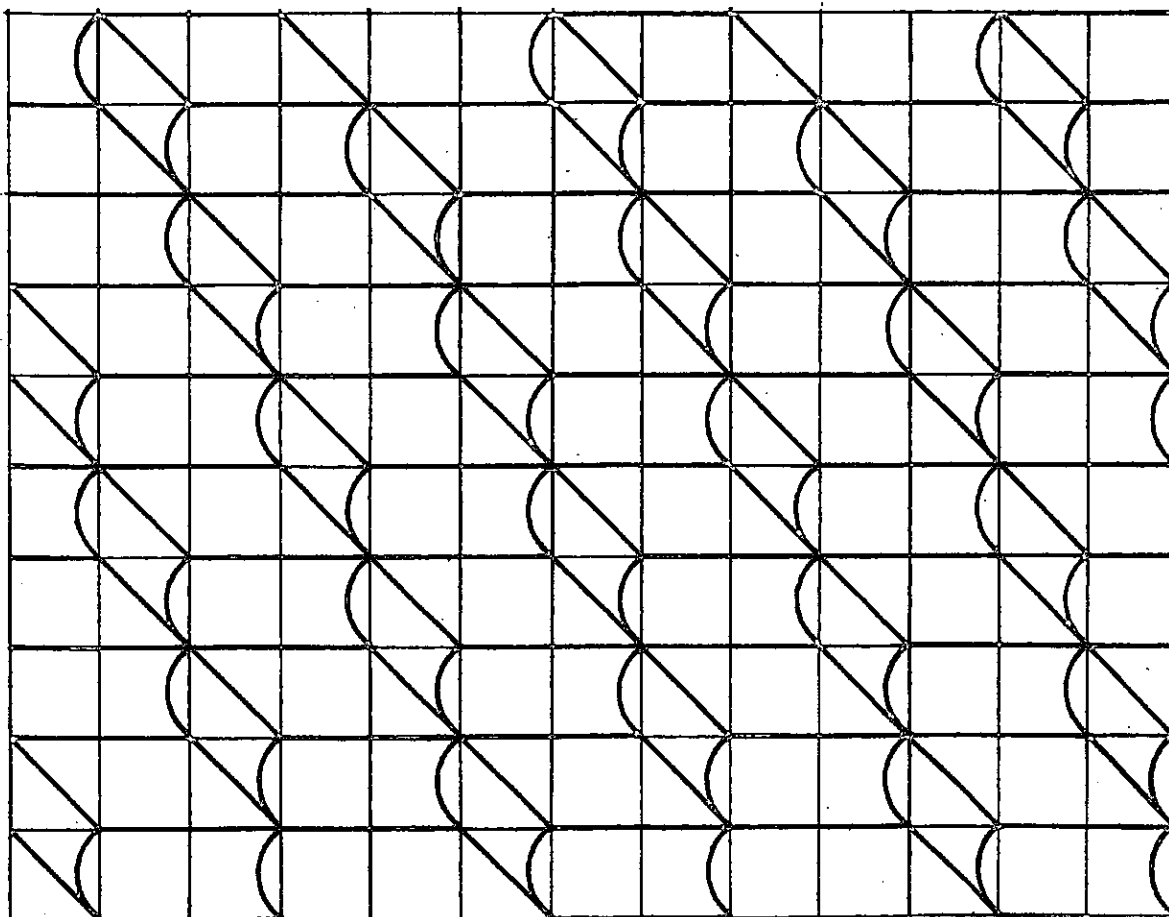
(8) Las líneas conceptuales no son visibles, son elementos que sirven para estructurar la apariencia de un diseño. Se utilizan previamente, pero son omitidas una vez que se haya obtenido determinada forma. Consúltese Wucius Wong, Fundamentos del Diseño Bi- y Tri-dimensional, GG Diseño, Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1981, p.11.

repite indefinidamente por la parte izquierda y derecha del cartel. Sobre la región superior e inferior, la posición y el ritmo de cada una de ellas varía en forma alterna con un sentido de dirección definido.

Como técnicas visuales utilizadas en esta imagen podemos mencionar las siguientes: la regularidad u ordenación de sus elementos, la simplicidad o síntesis visual de la forma básica del libro, la continuidad presentada por la serie de conexiones ininterrumpidas particularmente importantes para unificar la forma y la pasividad representada estáticamente mediante el efecto de reposo.

Este diseño modular, visualmente ocupa el mayor peso y conforma casi las dos terceras partes del total de la superficie.

Por lo que respecta al color, se utilizaron dos tonos complementarios, un verde para el fondo, y un café para la tipografía, la imagen y los "logotipos". En la imagen se destaca el color café pues proporciona mayor volumen y textura visual, además de ser auxiliado por el blanco del papel para acentuar su estructura modular.



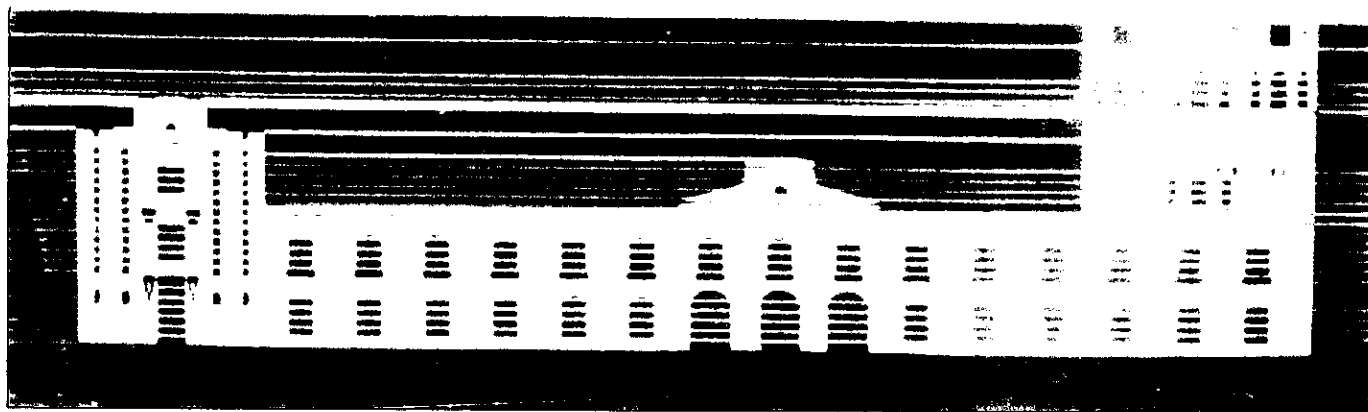
Segunda Reunión Regional de Análisis para al Homogeneización de Criterios de los Sistemas Normativos de las Instituciones de Educación Superior.

Los cuerpos iguales entre si de la red de cuadrados, al coincidir unos con otros en sus caras, aristas y vértices, tienen la propiedad de cubrir el espacio sin dejar huecos o vacíos entre ellos. De aquí es posible derivar infinidad de nuevas formas. Tal es el caso de la imagen de los libros de este cartel, que a través del espacio cuadrangular prototipo, surgieron formas de igual tamaño y posición los cuales se multiplicaron indefinidamente.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

116 ANIVERSARIO

3 de marzo de 1979 3 de marzo de 1985



CARTEL	<u>116 Aniversario de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.</u>
FORMATO	Horizontal
MEDIDAS	61.6 x 40.3 cmts.
No. de TINTAS	Dos.
COLORES	Plata - Pantone 877. Azul - Pantone 280.
TIPOGRAFIA	Compacta Bold, 135 pt., Bajas, 94 pt., Altas y 94 pt., Bajas.
PAPEL Y GRAMAJE	Papel Couché una Cara Blanco. 100 gr.
No. de TIRAJE	150 Ejemplares.
IMPRESION	Offset.
FIRMA REPRESENTANTE	Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
FECHA	Marzo de 1985.

116 Aniversario de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

La imagen visual de este cartel identifica al antiguo edificio de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, mismo que por su historia constituye un patrimonio académico, social y cultural para la población hidalguense.

A continuación apuntamos parte de sus orígenes para conocer el fundamento conceptual del cartel.

Con la instauración del estado de Hidalgo fue sensible la necesidad de contar con una institución de educación superior. Por tal motivo, el 3 de marzo de 1869 el Instituto Literario del Estado inició sus labores académicas en el edificio que fungió anteriormente como el Hospital de San Juan de Dios.⁽⁹⁾

En 1948 se convirtió en Instituto Literario Autónomo, del cual, el 3 de marzo de 1961 nació la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, integrada por las Escuelas de Derecho, Medicina, Ingeniería, Enfermería, Trabajo Social y la Escuela Preparatoria de Pachuca (antes Instituto Científico y Literario -ICLA-).

El Instituto Científico y Literario ocupó, desde 1875 a 1966 el antiguo edificio de la Universidad. En la actualidad sirve como recinto oficial de la Rectoría, del Consejo Universitario, de la Coordinación de Docencia, diversas aulas y oficinas, así como, entre otros, Galerías de Arte, Auditorios y el Museo de Mineralogía.

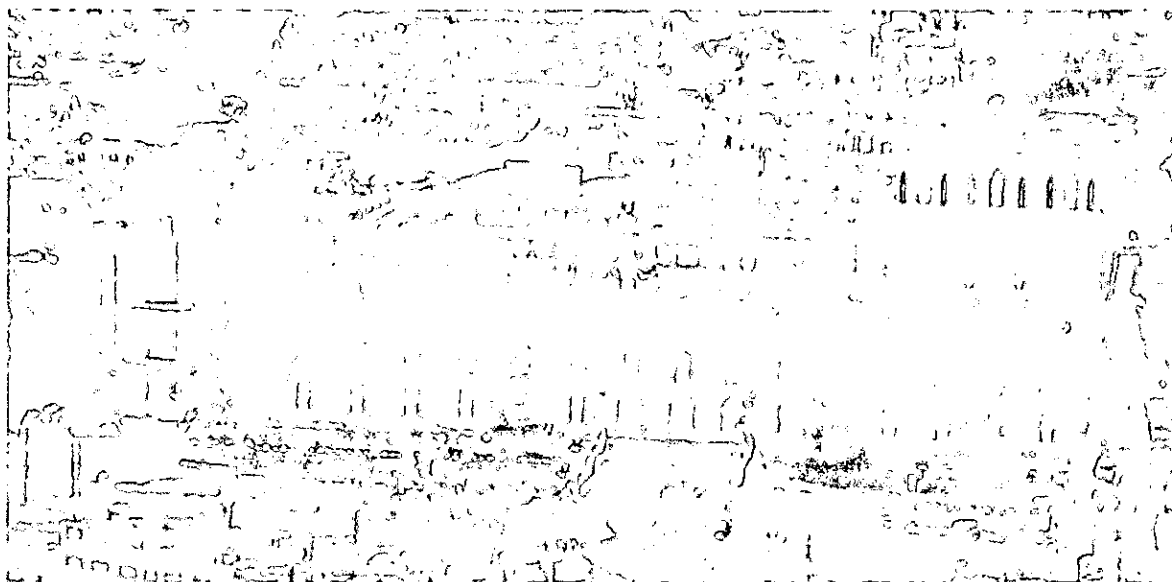
Ubicado en la calle de Abasolo en el centro de la ciudad de Pachuca, el citado edificio fue configurado gráficamente a través del cartel, para ser la imagen representativa del 116 Aniversario de la UAEH.

El cartel como medio de comunicación visual, en este caso se produjo en respuesta a la importancia del registro, de la preservación e identificación del acontecimiento conmemorativo. Por medio del dato visual se muestra un mensaje específico que informa al receptor aquello que forma parte de sí mismo y de su entorno.

Las características arquitectónicas del antiguo edificio de la UAEH fueron retomadas y transformadas a través de un proceso sintético de sus formas.

(9) Consúltese De Cara al Siglo XXI, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México, 1993, p. 13

Sobre un previo dibujo del natural, se muestran los detalles del edificio, donde la línea es vital, auxiliada por los efectos del claroscuro, la proporción, la dimensión y la forma plana del inmueble en ausencia de la perspectiva. Sus rasgos arquitectónicos fueron el vector compositivo para realizar el cartel en forma horizontal.



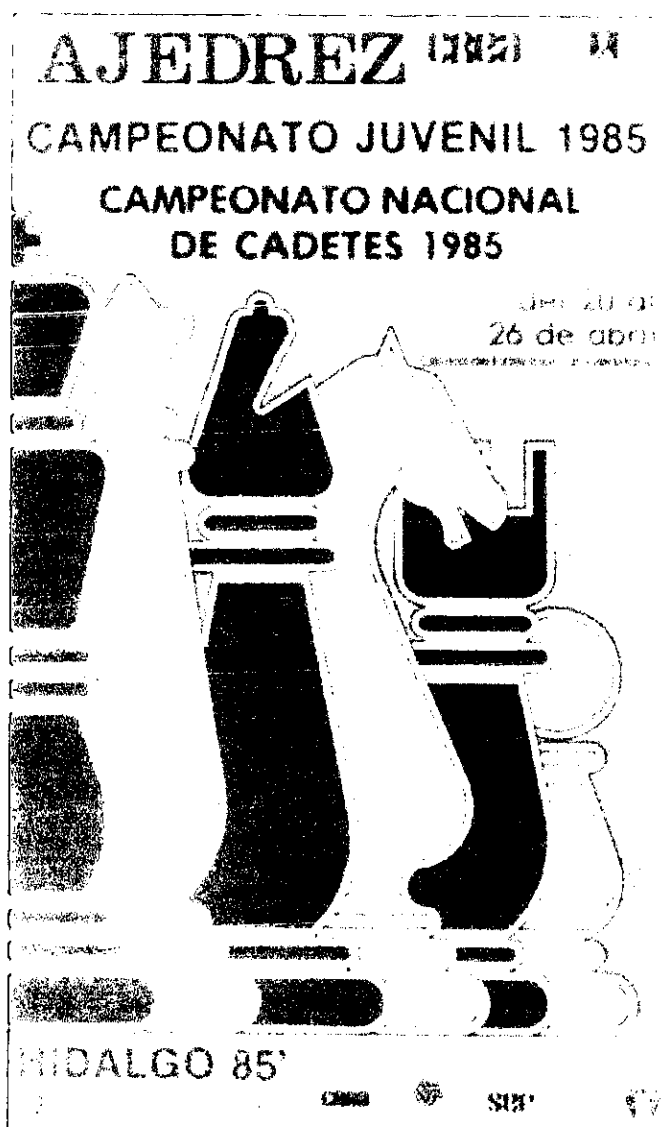
Dentro de la configuración espacial, el edificio se ubica en la parte inferior asentando el plano visual terrestre. La línea recta es dominante y es complementada con la línea curva en menor proporción. El color oscuro proporciona acento visual a la línea y la contrasta con el efecto de los claros de la construcción. El peso del color sobre el fondo uniforme, hace surgir la figura del edificio donde se simulan puertas, ventanas y ornamentos. Su dimensión y proporciones hacen que la línea juegue y fluctúe; se ensanche y adelgace; se oscurezca y se ilumine sugiriendo un "alto contraste". La imagen visual del antiguo edificio de la Universidad se ubica ligeramente abajo de la región media del cartel a manera de horizonte.

Por otra parte, la ligereza tonal del fondo sobre la región superior, se contrarresta con el carácter ancho y compacto de la tipografía. Distribuida en tres únicas líneas de texto, el rigor de la línea horizontal se puntualiza también mediante la rectitud del texto, el cual es justificado hacia la izquierda siguiendo la línea vertical que marca el comienzo del edificio (parte inferior izquierda).

Los colores plata y el azul oscuro proporcionaron al cartel un efecto casi positivo-negativo, es decir, de contrastes opuestos, para que el mensaje visual y textual fueran contundentes. El color plata fue seleccionado para denotar el significado de la palabra

"aniversario".

Cabe señalar que el "logotipo" oficial de la Universidad no se utilizó en este caso. La decisión la tomamos por no convenir a la composición. Aunque siempre acreedor de un lugar permanente en cualquier soporte de comunicación visual que se realice para la institución, la presencia de su "logotipo" en este cartel se sustituyó por una imagen visual bastante conocida por el medio social hidalguense, la cual se afirmó con un texto compacto y de gran puntaje.



	<u>Ajadréz. Campeonato Juvenil 1985.</u>
CARTEL	Vertical.
FORMATO	64.4 x 38.7 cmts.
MEDIDAS	Dos.
No. de TINTAS	Verde - Pantone 375.
COLORES	Negro - Pantone Black.
TIPOGRAFIA	Volta, 114 pt., Altas.
	Helvética Medium, 69 pt., Altas.
	Futura Demi Bold, 61 pt., Altas.
	Avant Garde Medium, 54 pt., Bajas y 24 pt., A/B.
PAPEL Y GRAMAJE	Papel Couché una Cara Blanco. 100 gr.
No. de TIRAJE	200 Ejemplares.
IMPRESION	Offset.
FIRMA REPRESENTANTE	Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud (CREA).
FECHA	Abril de 1985.

Ajedrés. Campeonato Juvenil 1985.

Puesto que el tema de este cartel fue el ajedrés, se puso atención en destacar únicamente las seis diferentes piezas que lo representan: el rey, la reina, el alfil, el caballo, la torre y el peón.

Las formas de cada pieza se simplificaron al punto de conservar sus detalles más significativos, donde el color en blanco y negro fue un elemento clave para ayudar a su identificación, contraste y acento.

Otros elementos visuales importantes son la línea, el tamaño y la yuxtaposición. Como técnica visual, la yuxtaposición permite que las seis piezas en cuestión interactúen sin necesidad de presentarlas en su forma completa, es decir, se superponen unas con otras sin perder su forma. Asimismo, la yuxtaposición permite que las figuras se unifiquen en una sola imagen.

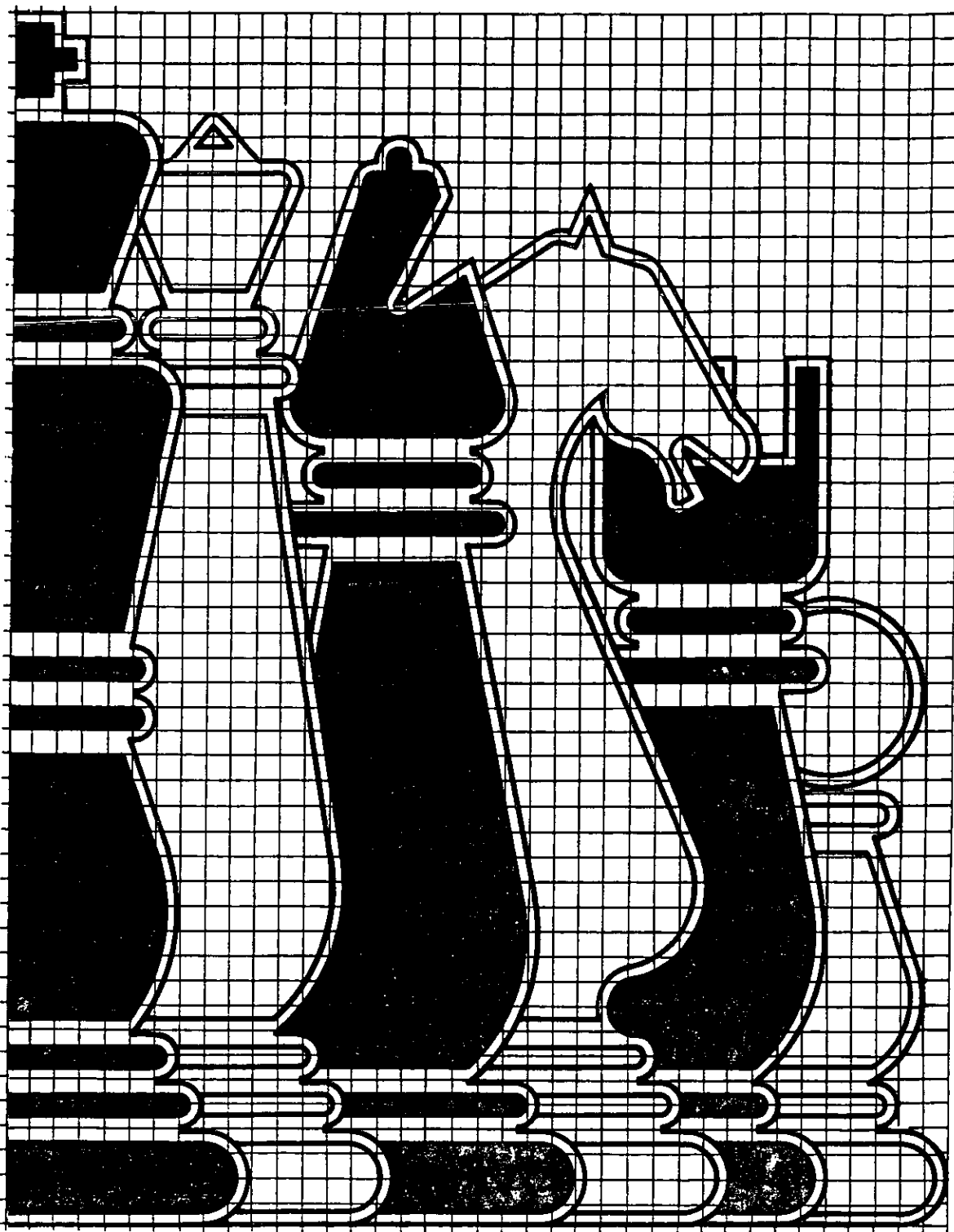
La guía compositiva de esta imagen fue obtenida por medio de la red de cuadrados (Véase página siguiente). Sobre su estructura se ubicó cada pieza del ajedrés una sobre otra, procediendo a determinar sus formas y proporciones. El uso de la línea fue esencial para dar contorno, el cual resulta relevante por su contundencia al diferenciar y delimitar externamente las figuras. Internamente, la línea moldea ciertas características de las tres piezas en blanco.

Cada figura se colocó ordenadamente de izquierda a derecha de acuerdo a su tamaño y valor jerárquico. La mayor de ellas sobre la región izquierda y en color negro para conseguir fuerza visual. La siguiente en color blanco para aligerar su peso y proporcionar contraste tonal con las piezas restantes, mismas que se presentan con igual alternancia cromática.

El color tradicional del ajedrés se conservó como un factor de referencia, donde el negro y el blanco muestran una interacción positivo-negativa muy favorable, ya que, perceptivamente produce el mejor de los contrastes. El color verde en el fondo sirvió como base para conjuntar el aspecto visual y el textual, además de proporcionarle colorido al cartel.

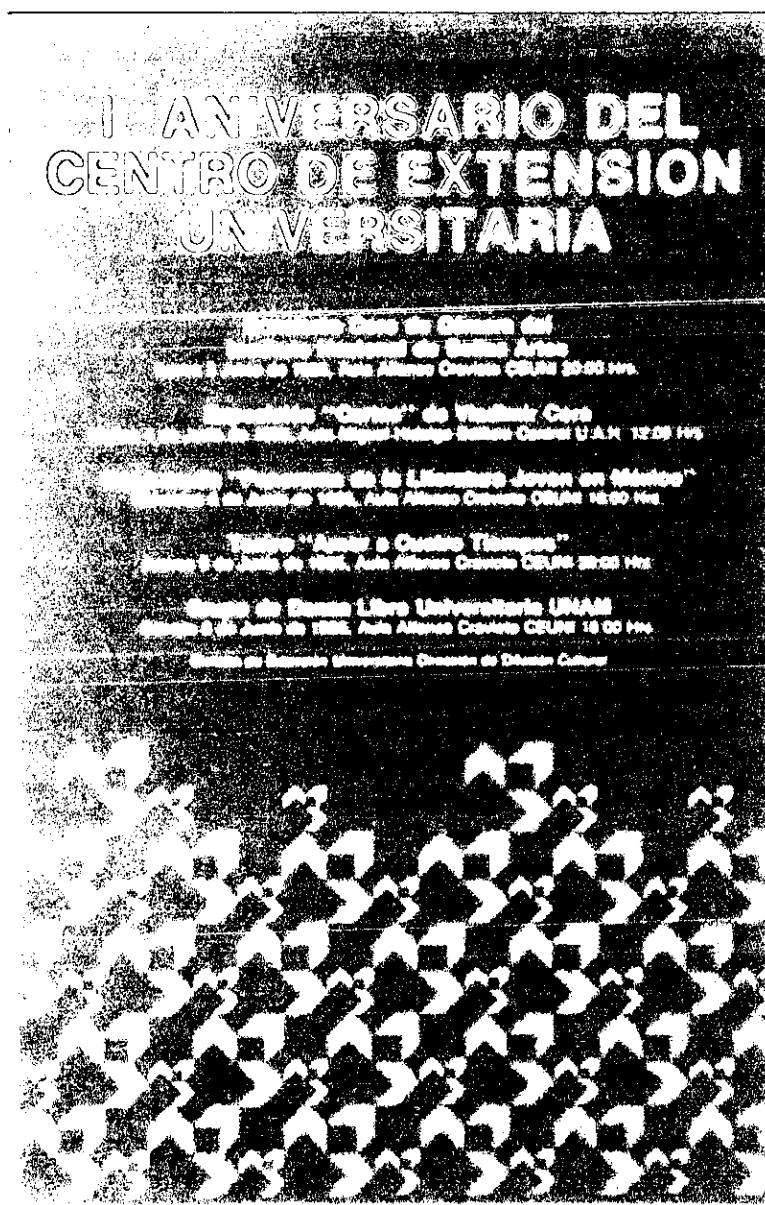
La mayor parte del formato la conforma la imagen visual, la cual se destaca en función de capturar la atención del observador. Aunque comunica sin palabras, fue necesario completar el contenido del mensaje con la información escrita, que en este caso, comprende siete líneas de texto colocadas sobre la parte superior y una sólo en la parte inferior.

El total de los textos y los créditos correspondientes en forma de "logotipos" fueron seleccionados y colocados a criterio del impresor. Esto se realizó con el fin de agilizar tiempos.



Ajdréz Campeonato Juvenil 1985.

Dentro de una retícula de 49 x 38 cuerpos cuadrangulares, que suman 1862 cuadros, se diseñó este conjunto representativo del juego del ajdréz. De acuerdo a su importancia, las formas de las seis piezas se presentan en distintos tamaños, adaptándose total y parcialmente a la red. Asimismo, registran sus características en formas lineales, angulares y curvas.



CARTEL	<u>1er Aniversario del Centro de Extensión Universitaria.</u>
FORMATO	Vertical.
MEDIDAS	65.8 x 42.4 cmts.
No. de TINTAS	Tres.
COLORES	Negro - Pantone Black. Azul - Process Cyan. Verde - Pantone 374.
TIPOGRAFIA	Helvética Medium en 83 pt., Altas y en 32 pt., A/B. Helvetica Light en 26 pt., A/B y en 21 pt., A/B.
PAPEL Y GRAMAJE	Papel Couché una Cara Blanco. 100 gr.
No. de TIRAJE	150 Ejemplares.
IMPRESION	Offset.
FIRMA REPRESENTANTE	Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
FECHA	Junio de 1985.

Primer Aniversario del Centro de Extensión Universitaria.

Para conmemorar el primer aniversario del Centro de Extensión Universitaria (CEUNI), de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, se programaron cinco diferentes eventos culturales, que entre otros medios de comunicación, se difundieron a través del cartel.

Para formular gráficamente la información, se hizo evidente la necesidad de destacar el texto titular; conformar tipográficamente los eventos con su nombre correspondiente, la fecha, el lugar y la hora de su presentación; y no menos importante, solucionar el modelo visual del cartel.

Observando el "logotipo" oficial del CEUNI, encontramos varias posibilidades gráficas estudiando su estructura geométrica.

De esta manera, la imagen visual del cartel se diseñó con base a una estructura de repetición⁽¹⁰⁾, la cual presenta módulos idénticos en su forma, dirección y posición. Sin embargo, en dicha repetición se encuentran variantes visuales como el tamaño y el color. La misma forma se presenta en dos diferentes tamaños y en dos diferentes colores, donde el tamaño mayor se representa por un color puro (azul cyan), y el menor con un color secundario (verde-amarillo).

En lo que atañe a la dirección, la estructura de repetición tiene un sentido definido en cada uno de los módulos, ya que se encuentran colocados exactamente de la misma manera y posición. Otra variante de esta estructura presentada en el diseño de este cartel es la variante espacial. En ella los módulos se interrelacionan unos con otros y ocupan la superficie variando su tamaño y contraste tonal.

Por sus características geométricas, fue factible desarrollar la forma modular del logotipo del CEUNI sobre la red de cuadrados (Consúltense pág. 106). Esta permitió el ajuste perfecto e íntegro del módulo y su repetición indefinida. Asimismo, a través de la red fue unificada cada forma, conjuntándose en una sóla con el leve toque de sus aristas.

Este diseño modular ocupa la región inferior horizontal del formato con el objeto de dejar libre la mayor parte de la superficie y colocar en ella la información escrita.

Compuesta por quince líneas textuales, dicha información se presenta de la siguiente manera: sobre la parte superior se ubica el texto titular y a continuación los textos restantes que ocupan parte de la región superior y la región media del cartel. Para el total de los textos se utilizó

(10) W. Wong, *ob.cit.*, p.19.

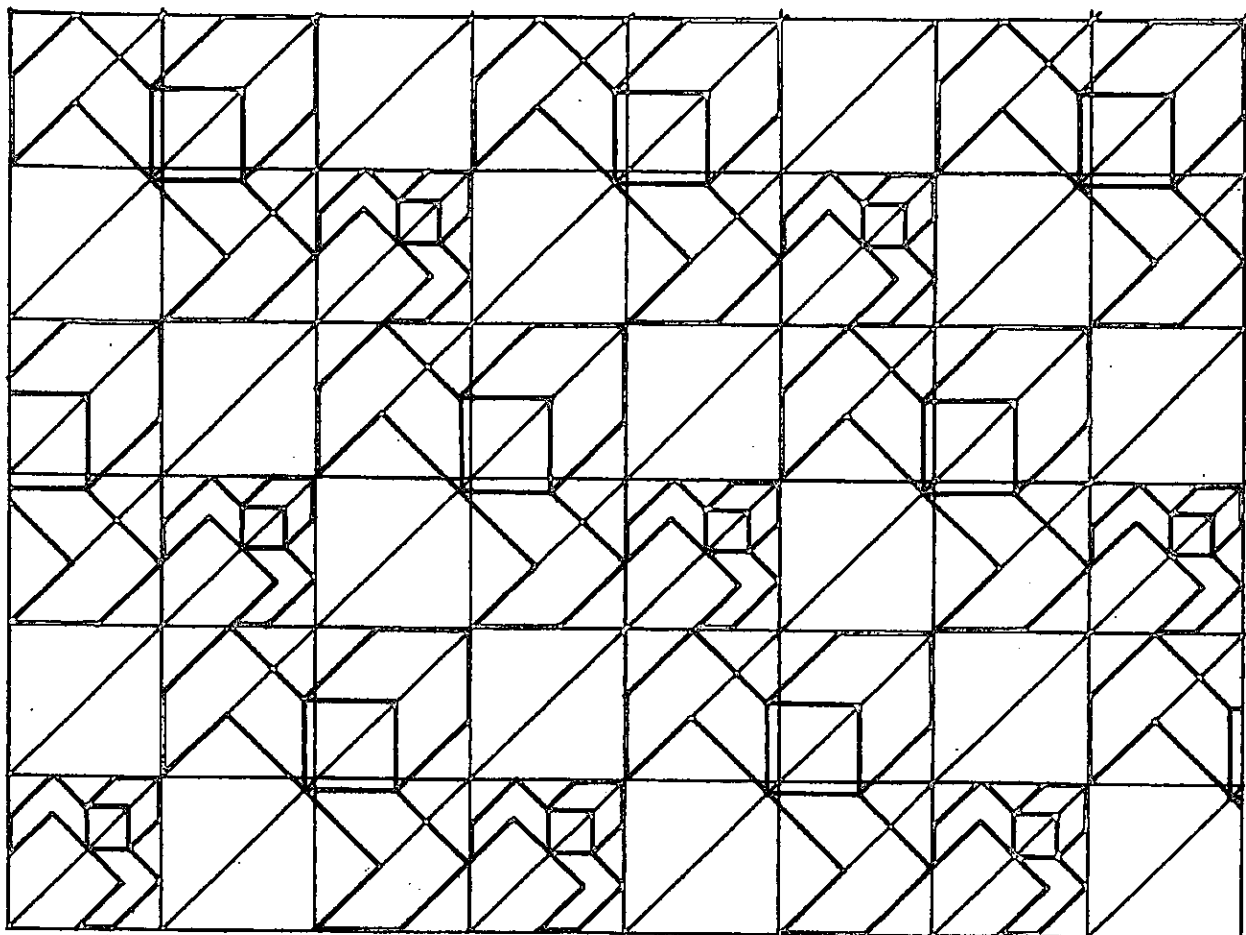
tipografía Helvética en modalidades "medium" y "light". "Medium" para el titular en 83 pt., altas, y para el nombre del evento en 32 pt., altas y bajas. "Light" para indicar el día, el lugar y la hora de presentación en 26 pt., a/b, y para los créditos de la institución en 21 pt., a/b.

La anterior tipografía presenta visualmente una alternancia de formas y de tamaños, donde se da prioridad al texto titular y al nombre de cada evento. El total de los textos se distribuyeron con ciertos espacios o "aire" entre ellos, a fin de evitar una mancha compacta difícil de leer. Su ordenación sobre la superficie fue central consiguiendo con ello una articulación simétrica.

El color resultó esencial para que la información fuera visualmente bien percibida por el observador. En fondo en color negro permite, por un lado, que resalten los textos en blanco, y por otro, que se integre la imagen visual.

La estructura modular de ésta última se presenta en dos diferentes colores cuya gradación tonal sobre el negro es de menor contraste que el blanco. El verde-amarillo aunque de menor proporción, se percibe bien por su brillantez. El azul es tonalmente más oscuro, razón por la cual se equilibró con una mayor proporción de color.

La repetida forma de los módulos fue un factor destinado a revelar parte del contenido del mensaje, mismo que a través de la reiteración visual del "logotipo", enfatiza la presencia del Centro de Extensión Universitaria.



Primer Aniversario del Centro de Extensión Universitaria.

El contorno del "logotipo" del Centro de Extensión Universitaria (CEUNI) de la Universidad Auitónoma del Estado de Hidalgo, se define a través de la línea, conformando dos tamaños sobre las proporciones que ofrece la red espacial de cuadros. En este caso, la línea diagonal resulta relevante puesto que es la que genera las características del "logotipo" en forma de flechas.



El Cervantino en la Universidad

Octubre 23 a Noviembre 3 de 1986
 Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

CARTEL	<u>El Cervantino en la Universidad</u> . 1986.
FORMATO	Vertical.
MEDIDAS	61 X 27 cms.
No. de TINTAS	Cinco.
COLORES	Amarillo - Pantone 116. Verde - Pantone 368. Azul - Process Blue. Azul oscuro - Pantone 286. Violeta - Pantone 526.
TIPOGRAFIA	Avant Garde Medium Condensed. 72pt.,A/B. 44 pt.,A/B. 26 pt.,A/B.
PAPEL Y GRAMAJE	Papel Couché una cara Blanco. 100 gr.
No. de TIRAJE	300 Ejemplares.
IMPRESION	Offset.
FIRMA REPRESENTANTE	Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
FECHA	Octubre de 1986.

El Cervantino en la Universidad. 1986.

En el año 1986, "El Cervantino en la Universidad" se presentó nuevamente en el estado de Hidalgo.

Su proyección se derivó de la frase o texto titular que, como en todos los demás carteles, constituyó el tema o punto de partida para encontrar el contenido del futuro diseño.

De esta manera, el contenido (mensaje y significado) era el mismo del año 1984 ⁽¹¹⁾, pero la forma (diseño, técnicas y ordenación) necesitaba un nuevo tratamiento a fin de hacerlo novedoso.

Aunque fue seleccionada una vez más la figura de Cervantes Saavedra, en este cartel se muestran variaciones notables. Ahora el rostro se presenta en tres cuartos de perfil y se realizan cambios en la composición y el formato, así como un manejo diferente de la línea, la tipografía y el color.

Destinado a que el receptor pudiera reconocer parte del contenido de la información, la imagen de Cervantes en forma de busto recibió un tratamiento gráfico prioritario. Su proceso se llevó a cabo tomando como referencia un dibujo realista, donde la riqueza de sus grados tonales fue reducida a seis únicas gradaciones. Del claroscuro se derivaron cuatro tonos intermedios, suficientes para hacer que la figura destacara.

Esta imagen fue resuelta dentro de la retícula de cuadrados (Véase pág. 110). La red permitió reducir a específicas formas geométricas las características del personaje. La simplificación de sus formas naturales se representan en un nivel de abstracción que, sin embargo, revelan su carácter esencial. De este modo, la identidad de Cervantes no fue alterada, sólo se modificó por medio de una asociación de elementos visuales ordenados dentro de la red cuadrangular.

Como estrategia visual encaminada a destacar la imagen, se utilizó el contraste de tamaño y el contraste de color. El primero tiene el propósito de intensificar el significado a través de la forma del personaje, cuyo tamaño ocupa la mayor superficie del cartel. El segundo proporciona textura óptica a las variaciones cuadrangulares, al tiempo que las articula dentro de una conjugación de tonos.

(11) Consúltese cartel "El Cervantino en la Universidad" 1984, pág. 81.

Las seis gradaciones seleccionadas se desempeñaron de la siguiente manera: el color violeta y el azul oscuro proporcionaron sombra; el azul, el verde y el amarillo tonalidades intermedias; y el blanco brillantez. El contraste de color junto con el contraste de tamaño conforman a la imagen visual con un mayor peso visual.

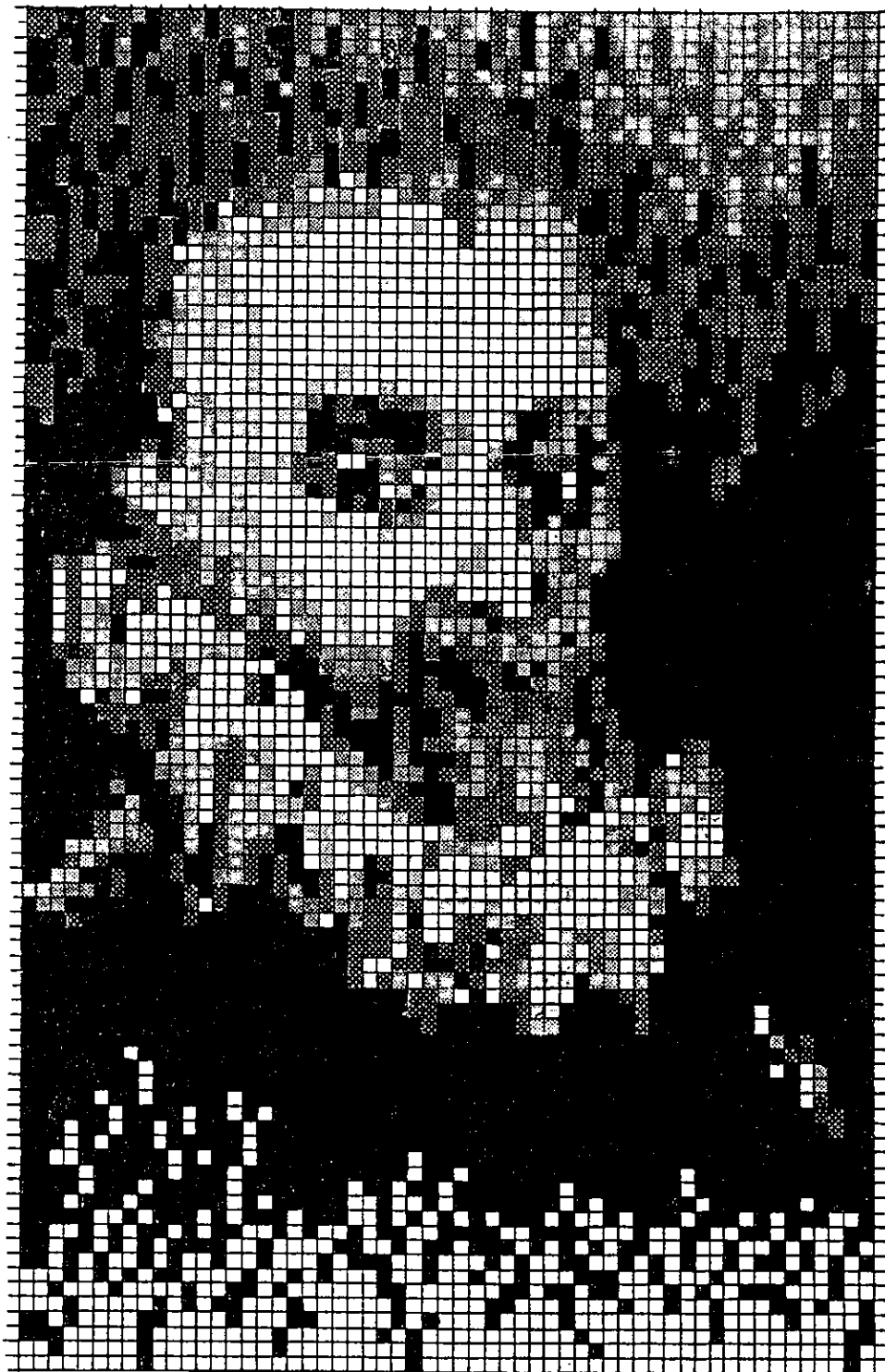
Con formas cuadrangulares, el color violeta se interrelacionó gradualmente con el blanco del papel sobre la parte inferior de la imagen. Esto permitió asociarla con los textos y los "logotipos".

Para ocupar un menor espacio sobre la superficie y lograr un efecto visual más ligero que la imagen, el total de los textos se presenta con tipografía "Avant Garde Medium Condensed" en altas y bajas, las cuales comprenden cuatro líneas textuales de diferente tamaño y color. El texto titular en 72 pt., se presenta en dos líneas y en color violeta; el texto complementario en 44 pt., informa la fecha en una sola línea y en color azul oscuro; y el texto secundario en 26 pt., tiene igual color y alineación que el anterior. Tanto el texto secundario como el complementario se acentuaron visualmente por medio de tres plecas en color azul.

Completando los datos, en la parte inferior del formato se ubicaron los "logotipos" de los organismos patrocinadores, ahora en pequeño tamaño y en color violeta por ser el tono más intenso.

La composición de los textos y "logotipos" se realizó de manera central sobre la región inferior del cartel. El formato alargado de éste último tuvo como propósito el presentar una imagen visual cuyo predominio fue determinante para señalar las características más importantes del contenido de la información.

Nota: Para la impresión en offset de este cartel fue necesario realizar cinco diferentes originales, con el objeto de imprimir igual número de colores por separado.



El Cervantino en la Universidad. 1986.

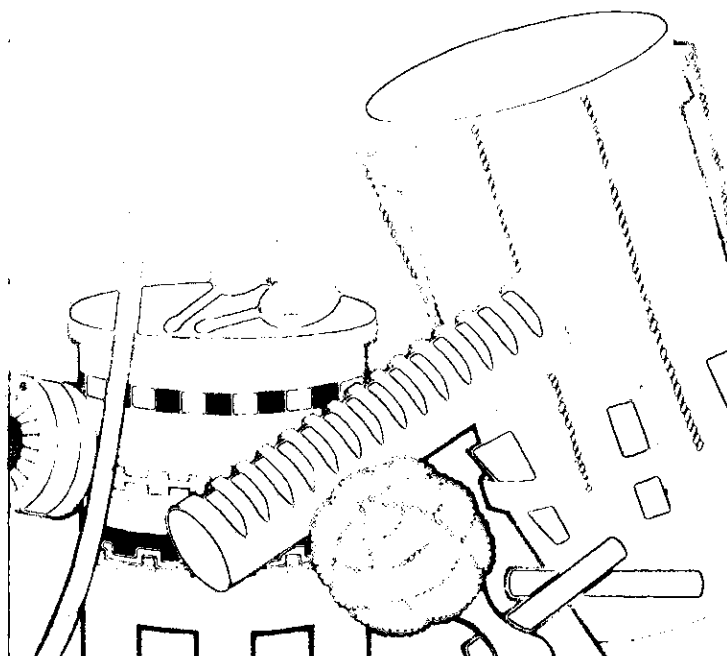
La superficie de esta imagen se conforma por 5,244 cuadros, los cuales se plantean en diferentes gradaciones tonales en función de captar la figura en un contraste de claros-oscuros.

Con sus amplias funciones de manejo, cada cuadro tiene la ventaja de poder ordenar la figura aún con un elemento opuesto: el fondo. De esta manera, fondo y figura no se contraponen, sino que se disponen para crear un todo unificado.

Los seis diferentes tonos utilizados se solucionaron a color de la siguiente manera: Negro 100% = Violeta, Negro 80% = Azul oscuro, Negro 50% = Azul, Negro 30% = Verde, Negro 10% = Amarillo y Blanco = Blanco.



GRUPO MANGUARÉ DE CUBA
MÚSICA AFROANTILLANA



CARTEL	<u>Grupo Manguaré de Cuba, Música Afroantillana.</u>
FORMATO	Vertical.
MEDIDAS	64.9 x 39.8 cmts.
No. de TINTAS	Cuatro.
COLORES	Naranja - Pantone 151. Rojo-Naranja - Warm Red. Café - Pantone 167. Negro - Process Black.
TIPOGRAFIA	Helios Itálica Condensada, 64 pt.,Altas. Helios, 36 pt.,Altas. Helios Bold, 26 pt.,Altas. Helios, 19 pt.,Altas
PAPEL Y GRAMAJE	Papel Couché una Cara Blanco. 100 gr.
No. de TIRAJE	150 Ejemplares.
IMPRESION	Offset.
FIRMA REPRESENTANTE	Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
FECHA	Noviembre de 1986.

Grupo Manguaré de Cuba, Música Afroantillana.

La imagen y el color predominan en este cartel en función de estimular visualmente al público. Para dar origen a la imagen fueron seleccionados siete instrumentos de percusión que pudieran representar a la música afroantillana, cuyos detalles se simplificaron por medio de la línea como elemento principal.

La línea intervino con un perfil ancho para dar contorno al total de los instrumentos e unificarlos en una sóla imagen. En carácter más angosto, nuevamente la línea se presenta en el interior de cada figura rescatando sus características, para que después sean contrastadas a través de específicas modulaciones tonales.

Para tal efecto se utilizaron tres pantallas de puntos diferentes sobre diversas zonas; el blanco del papel para dar luminosidad; así como el color negro en breves intervenciones.

Los siete instrumentos se presentan sobrepuestos unos con otros en forma vertical, diagonal y horizontal, contribuyendo con su articulación a una ilusión de profundidad, de dinámica y de contraste. Sus formas, tamaño, proporción, composición y color se reunieron para que juntos dieran vida a la imagen visual de este cartel.

Dicha imagen por su parte, se localiza en la parte inferior del formato y proporciona el mayor peso, al tiempo que adquiere estabilidad al registrar el efecto de la fuerza de gravedad que atrae a los objetos hacia la parte más baja. Aquí también interviene el color café sobre el fondo, el cual se aligera con el color naranja impreso sobre el resto de la superficie.

Constituyendo otra parte del lenguaje visual que se utiliza en este cartel, los colores naranjas influyen simbólicamente para expresar vitalidad, alegría y calidez, y se imponen a la atención del receptor de manera inmediata.

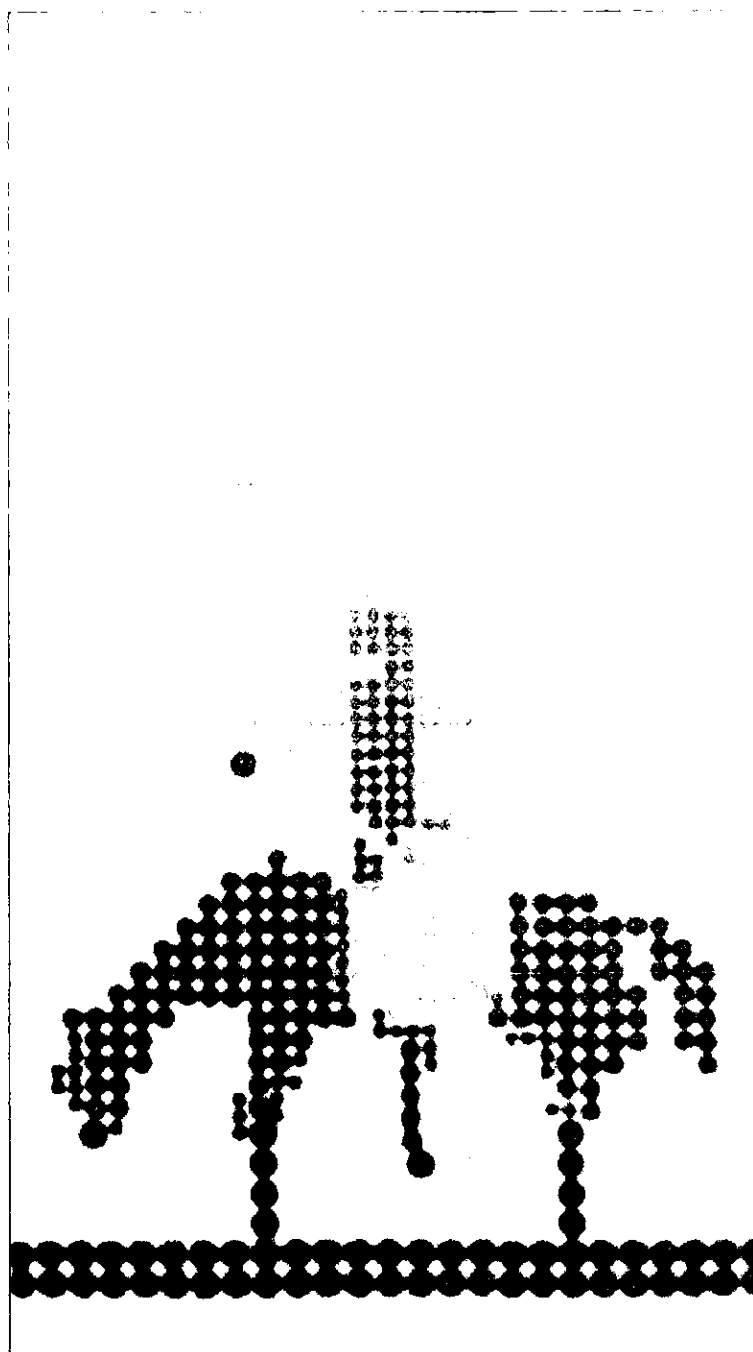
El color naranja sobre la superficie define la información escrita en color negro. El color rojo-naranja (warm red), le proporciona a la imagen volumen, unidad y visibilidad.

De manera singular, la imagen mantuvo el equilibrio de la composición y sirvió también para definir el espacio en el que fueron colocados los textos respectivos. El total del mensaje escrito fue realizado en mayúsculas de la misma familia tipográfica denominada "Helios"⁽¹²⁾, aunque en tres variantes a saber: a) la primera frase textual en itálica condensada, b) la segunda y

(12) En la mayoría de las imprentas, la familia tipográfica "Helvética" es comúnmente conocida por el nombre de "Helios".

la cuarta frase en normal, y c) la tercera frase en bold. Estos cuatro textos presentan además diferencias en el tamaño de la letra, así como un espacio entre cada bloque de frases. Su ordenación fue simétrica, pero su ubicación fue diferente ya que se colocó sobre la región superior derecha del formato, dando por resultado un cartel con características compositivas asimétricas.

Las pautas compositivas de la imagen visual sirvieron para coordinar la forma del cartel, donde el color fue un elemento vital para expresar parte del significado y auxiliar a los demás elementos para conjuntarse en una presentación global audáz.



CARTEL	<u>El Cervantino en la Universidad.</u> 1987.
FORMATO	Vertical.
MEDIDAS	68.3 x 38.8 cmts.
No. de TINTAS	Dos.
COLORES	Rojo - Rubine Red. Azul - Reflex Blue.
TIPOGRAFIA	Helios en 70 pt., 28 pt., y 44pt., A/B.
PAPEL Y GRAMAJE	Papel Couché dos Caras Blanco. 100 gr.
No. de TIRAJE	300 Ejemplares.
IMPRESION	Offset.
FIRMA REPRESENTANTE	Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
FECHA	Octubre de 1987.

El Cervantino en la Universidad. 1987.

El presente cartel tuvo por objeto informar al público hidalguense la presentación de diferentes eventos artísticos y culturales, derivados del "XV Festival Internacional Cervantino".

El adjetivo "Cervantino" es propio y característico de Cervantes, quien es el más grande de los escritores de la lengua española. Escribió versos, elegías, sonetos, redondillas, poesías, comedias y novelas. Entre sus obras se encuentran, por citar algunas: "La Galatea", "Viaje del Parnaso", "Ocho comedias y ocho entremeses" y "Novelas ejemplares", pero su obra maestra apareció en Madrid, en el año de 1605, con el nombre de "El Quijote", donde Cervantes, testigo de la España en crisis moral, refleja a través de su personaje su bondadosa melancolía⁽¹³⁾.

Con la anterior referencia, "El Quijote" fue seleccionado para ser la imagen representativa de este cartel. Montado sobre su escuálido caballo, se trató de insertar al personaje dentro de cierto estado de la narración y poder ejemplificarlo por medio de un tratamiento gráfico.

El punto fue un elemento del lenguaje visual que sirvió para configurar dicha imagen. Aunque el punto por sí sólo es ya una forma, para dar origen a una nueva, en este caso se unificó con una serie de puntos más.

La organización de cada punto fue circunscrita sobre la red de cuadrados (Véase pág. 117), donde se combinaron tres diferentes tamaños y posiciones. Los puntos más grandes, se colocaron en la región inferior para indicar horizonte, así como también agregaron peso visual en ciertas zonas del modelo; los intermedios ocuparon la mayor parte de la figura del caballo; y los puntos más pequeños estructuraron al personaje y a las características de su vestidura, sirviendo asimismo, para completar detalles del caballo.

El resultado fue una imagen constituida por puntos, que en su totalidad interactúan unos con otros en forma proporcionada y unida. Fueron útiles también para darle textura visual auxiliados con el color.

Esta imagen se presenta en colores azul y blanco sobre una superficie en rojo (rubine red). Psicológicamente, el azul expresa confianza, reserva, armonía y fidelidad. El blanco no es color, es la luz que se difunde y expresa inocencia y paz. El rojo es el color más excitante y activo y

(13) Cfr. Diccionario Enciclopédico Quillet, Tomo II, p.p.514 y 515.

sirve para expresar alegría y entusiasmo⁽¹⁴⁾.

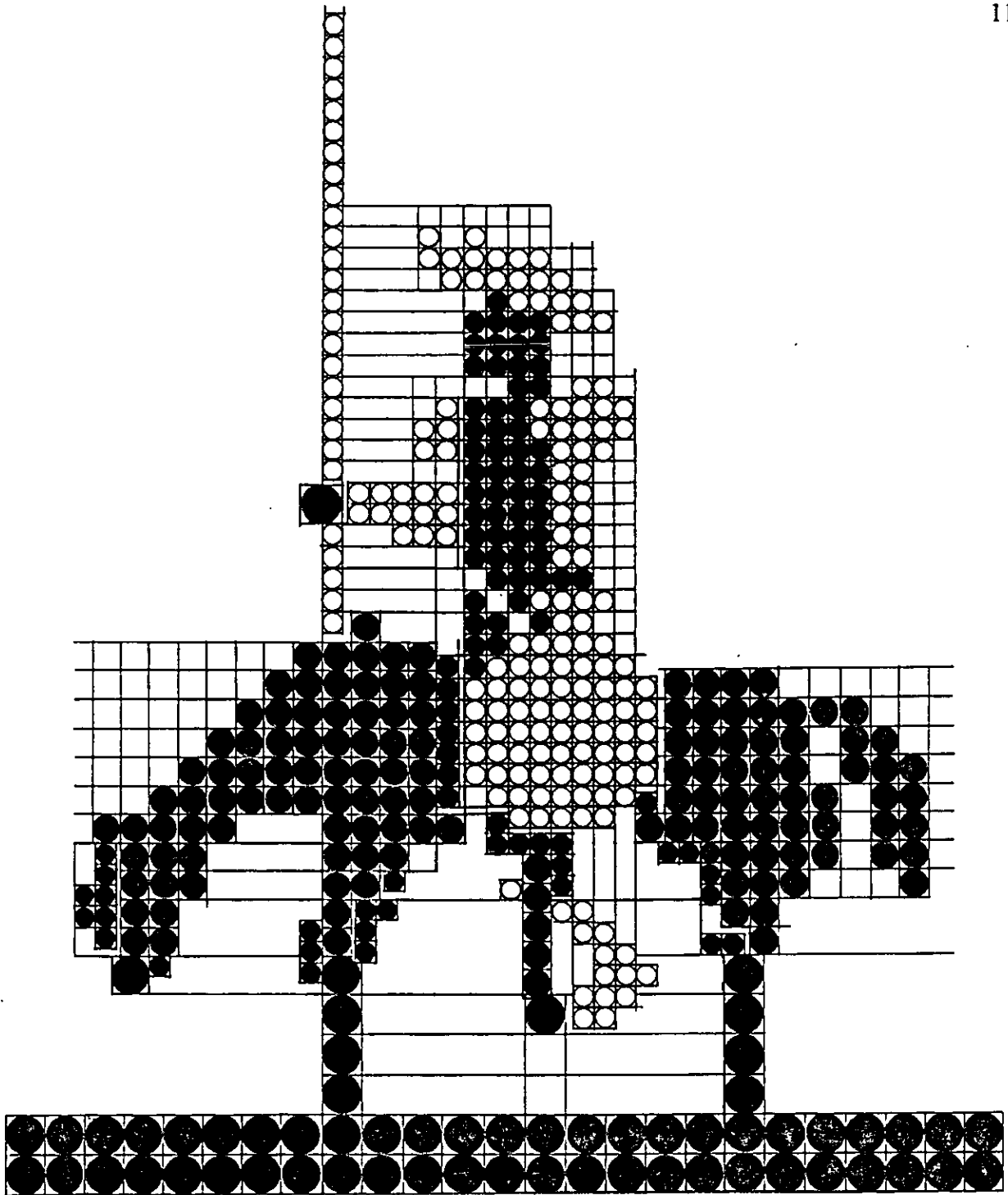
Ciertamente el color utilizado fue arbitrario, surgido a través de nuestra preferencia personal y subjetiva. Al asociar el color rojo con el azul, el efecto del primero se amortiguó con el segundo. La función del blanco, por su parte, fue la de activar el color azul sobre la figura y destacar aquellas de sus características con brillo; así como también tiende a expandirse sobre el color rojo en el fondo, a través de la información escrita y los "logotipos", ofreciendo el contraste más apropiado para lograr legibilidad.

La información que aporta el texto titular fue análoga a los dos carteles anteriores de "El Cervantino en la Universidad", años 84 y 86. Esto contribuyó a reforzar el mensaje, al reiterar la misma frase para que el público pudiera obtener una mayor identificación. La frase titular anteriormente conocida, fue reiterada gráficamente con un tipo de letra diferente: la familia tipográfica "Helios" en altas y bajas, enfatizando lo más sobresaliente de la información con la jerarquía visual de la frase y con el tamaño de las letras.

Tanto la tipografía como la imagen se colocaron de manera central. La primera sobre la parte superior del formato y la segunda sobre la parte inferior, misma que se alza sobre la mayor parte de la superficie.

Este cartel tiene como técnica visual el equilibrio, el cual se muestra en la base estable del caballo sobre el plano terrestre, así como también en la verticalidad del Quijote y en la lanza que apunta hacia el mensaje escrito.

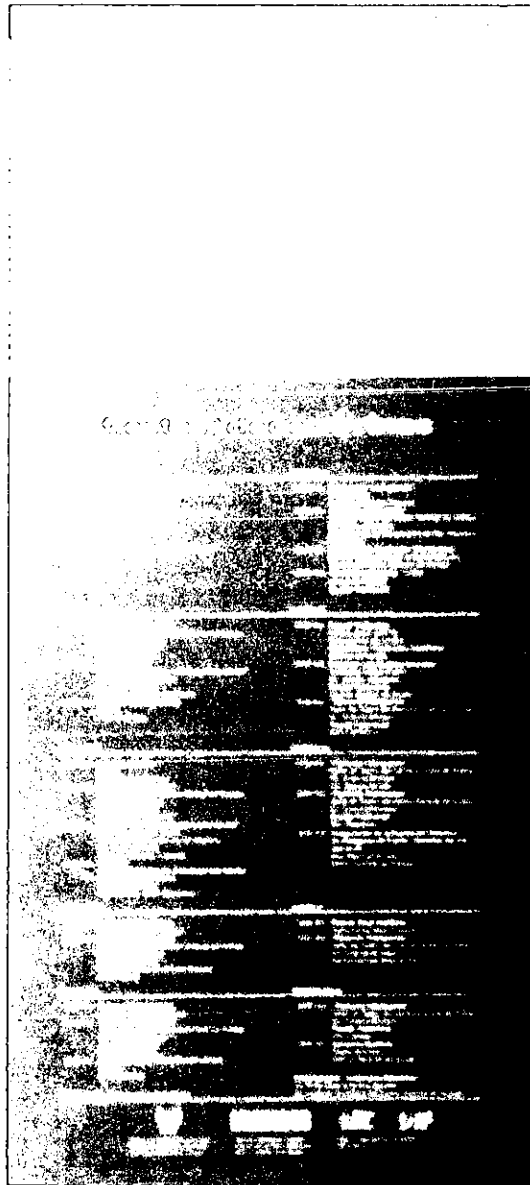
(14) Fabris-Germany, ob.cit., p.p.103 y 104.



El Cervantino en la Universidad. 1987.

Ciertamente, la red de cuadrados se utiliza en esta figura sin un rigor preciso ya que, por un lado, la dimensión de los cuadros varía en tres diferentes tamaños, y por otro lado, se encuentran algunos espacios irregulares para situar las formas de acuerdo a cierto criterio de composición.

Los cuadros en esta ocasión, además de organizar la forma, presentan una estructura invisible puesto que su trazo desaparece en el original y en su lugar albergan un círculo, el cual se circunscribe por los cuatro lados del cuadrado. Así, los tres tamaños del círculo se presentan en su mayoría, con el más pesado en la parte inferior, el mediano en la parte central y el chico en la parte media y superior aligerando su volumen.



CARTEL	<u>Fiestas Decembrinas.</u>
FORMATO	Vertical.
MEDIDAS	65.7 x 29.9 cmts.
No. de TINTAS	Cinco.
COLORES	Verde-amarillo - Pantone 372. Amarillo - Pantone Yellow. Rosa - Pantone 205. Rojo - Warm Red. Azul - Reflex Blue.
TIPOGRAFIA	Helios Bold, 36 pt., Bajas. Helios, 10 pt., A/B y Helios Light, 10 pt., A/B.
PAPEL Y GRAMAJE	Papel Couché una Cara Blanco. 100 gr.
No. de TIRAJE	150 Ejemplares.
IMPRESION	Offset.
FIRMA REPRESENTANTE	Gobierno del Estado de Hidalgo a través del Centro Cultural de Hidalgo.
FECHA	Diciembre de 1987.

Fiestas Decembrinas.

En diciembre de 1987, el Centro Cultural de Hidalgo del Gobierno del Estado, organizó una serie de festejos que abarcaban un período de diez días. Para su promoción se hizo oportuna la presencia del cartel.

Fue necesario entonces formular gráfica y compositivamente la información escrita, la cual era muy extensa ya que reunía un total de 29 eventos, cada uno con la fecha, horario y lugar de presentación.

A fin de posibilitar que cada evento fuese explícito, la información se dividió en dos columnas, colocando en una y en otra la programación de cinco días. Se utilizó tipografía "Helios" en altas, para el día y la fecha y se acentuó con una pleca inferior, misma que sirvió también para dividir los bloques textuales. La hora inició visualmente el evento. Este último marcó una pequeña diferencia al volver a representarse a través de la tipografía "Helios", en contraste con el resto de la información en "Helios Light"; todas ellas en altas y bajas en 10 puntos. Igual familia tipográfica se utilizó para el texto titular, pero ahora en Bold, en 36 pt. bajas.

La información anterior fue determinante para la composición. El cartel muestra un formato vertical alargado, donde el mensaje visual y el escrito se presentan de manera central, manteniendo el total de la obra equilibrada.

Por lo que respecta a la imagen visual, ésta se representó a través de la tradicional flor de nochebuena, de la cual se cancelaron tallos y hojas, para rescatar únicamente sus rasgos distintivos y naturales. Su diseño tuvo como intención hacer de ella un estímulo visual, para lo cual se sintetizaron sus formas por medio de la línea como elemento principal.

Sobre el sistema de composición de la red de cuadrados (Véase pág. 121), se estructuraron líneas horizontales de igual grosor y distancia, que derivaron a su vez, proporciones simétricas del modelo, donde la línea vertical fue contundente para definir su contorno.

Aunque las formas de la flor sean contornos rectangulares, éstas poseen ciertas características similares del contorno básico del cuadrado, ya que ambos tienen cuatro lados,

ángulos rectos de 90 grados en sus aristas y su significado se asocia con la honestidad, la rectitud y el esmero.⁽¹⁵⁾

Su composición resulta estática y carente de movimiento, sin embargo, tiene cualidades visuales como la textura, el equilibrio, la unidad, la armonía, la proporción, la dirección, el contorno, la simetría y el color.

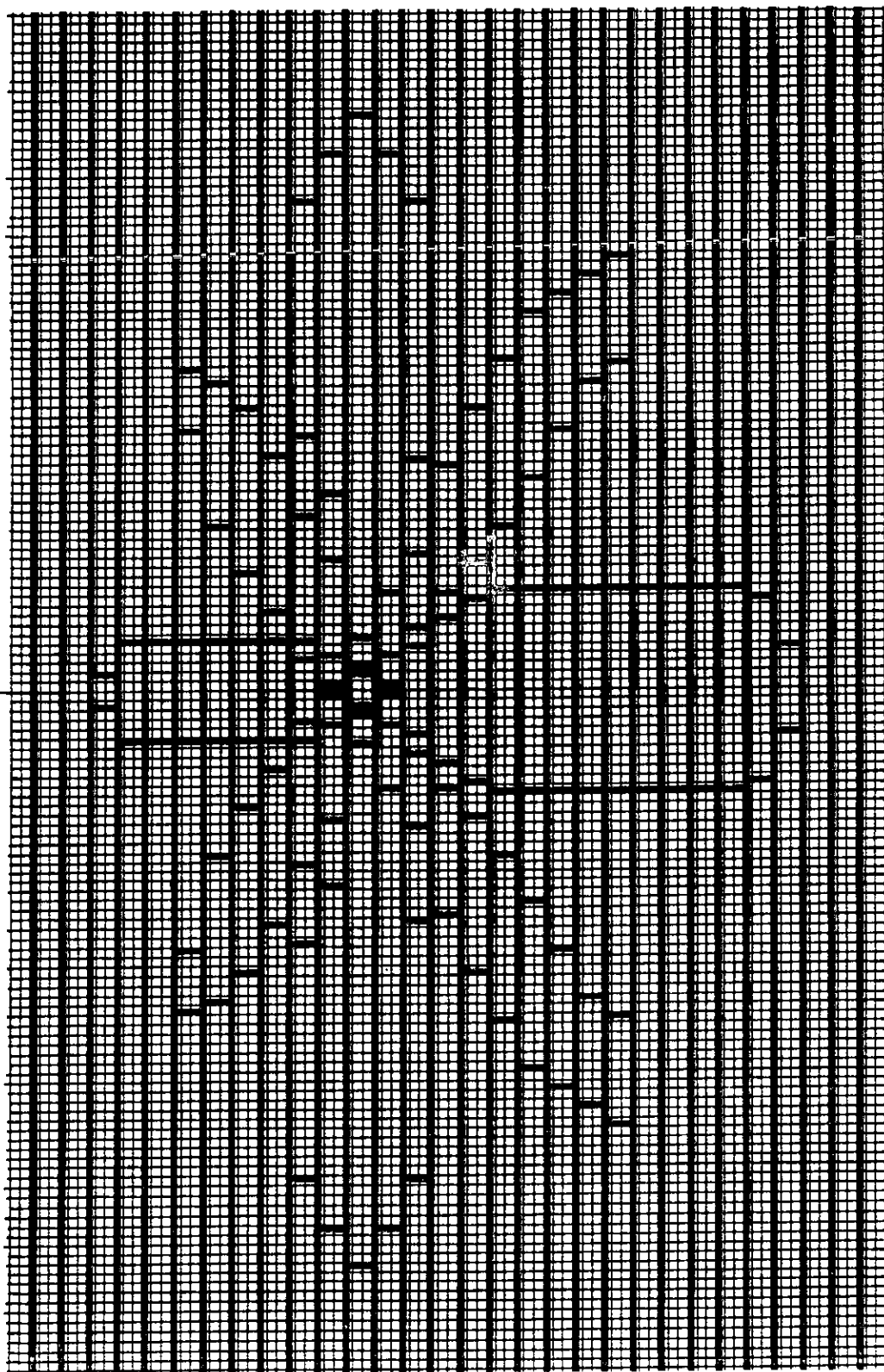
El contorno de esta figura expresa una dirección básica y significativa: la referencia horizontal y vertical. Dicha referencia se relaciona con la estabilidad visual ya que facilita el balance en el diseño.

El balance se presenta simétricamente, donde las formas se repiten en la misma posición sobre el otro lado; ambos con referencia a una línea central vertical (no visible en este caso). De esta manera, el lado izquierdo refleja la imagen exacta del lado derecho.

La imagen visual se colocó en la región superior del cartel, sobre una superficie en color azul oscuro (reflex blue). Las formas de la flor se pudieron identificar más al conservar sus tonalidades rojas, las cuales contrastan sobre el fondo de color verde-amarillo. Por su parte, la integración del color amarillo es mínima y marca una pequeña diferencia en el centro de la flor y se apoya asimismo, por cuatro líneas verticales de mayor grosor que las restantes.

Los colores rojos y verdes connotan la estación decembrina. El azul, por su parte, al ser un color "frío", ayuda a que esta idea se refuerce, además de que ofrece buen contraste con la imagen y con los textos respectivos en blanco.

(15) Donis A. Dondis, La Sintaxis de la Imagen, Col. Comunicación Visual, Ed. Gustavo Gili, S:A., Barcelona, 1980, p.58.



Fiestas Decembrinas.

La flor tradicional de nochebuena se simplificó sobre el espacio cuadrangular de una forma simétrica. Ocho pétalos la conforman, los cuales se unen en el centro de la flor marcando una pequeña diferencia en contraste con la línea recta en un mismo grosor que regula el total de la forma. La posición y el grosor de la línea se obtuvo de acuerdo a las premisas que marca la red de cuadrados.



CARTEL	<u>Primavera Cultural Hidalgo 88.</u>
FORMATO	Vertical.
MEDIDAS	58.9 x 39.3 cmts.
No. de TINTAS	Cinco.
COLORES	Crema - Pantone 127. Café - Pantone 167. Naranja - Pantone 137. Verde - Pantone 378. Negro - Pantone 419.
TIPOGRAFIA	Helvética Bold Condensed en 52, 40 y 32 pt., A/B. Organda Bold en 74 y en 110 pt., Altas. Helios Light en 8 pt., A/B.
PAPEL Y GRAMAJE	Papel Couché una Cara Blanco. 100 gr.
No. de TIRAJE	1,000 Ejemplares.
IMPRESION	Offset.
FIRMA REPRESENTANTE	Gobierno del Estado de Hidalgo.
FECHA	Junio de 1988.

Primavera Cultural Hidalgo 88.

De la misma manera que "El Cervantino en la Universidad" tuvo el propósito de reunir parte del programa del "Festival Internacional Cervantino" en los meses de octubre y/o noviembre, "Primavera Cultural Hidalgo 88" comprendía eventos culturales y artísticos relevantes, tanto nacionales como internacionales, organizados para los meses de mayo y/o junio.

La programación general de "Primavera Cultural Hidalgo 88" presentó una serie de actividades que enmarcaron el "III Festival de Títeres, Muñecos y Objetos Teatrales". Considerando como temas a los anteriores títulos, se procedió a resolver el diseño del cartel. Tratando de definir estas dos conexiones, fue seleccionada la figura de un títere por un lado, y por otro, la frase titular fue expresada literalmente, con un tratamiento especial para destacar su apariencia.

La combinación de estos factores se conjugó con más datos que completaban la información, tales como la fecha, las actividades, el lugar y los organismos patrocinadores. Esta información fue distribuida dentro de seis bloques, presentada en el formato de manera planificada. El primer bloque de arriba hacia abajo, contiene la información subtítular. El texto titular conforma un segundo bloque. Los tres textos siguientes dan lugar a la fecha, las actividades y los lugares asignados. El sexto bloque se destinó para los patrocinadores, organizadores y colaboradores.

Para proporcionar énfasis y contraste entre ellos se utilizaron tres tipos diferentes de letra: "Organda Bold" en 74 y 110 pt., para el titular; "Helvética Bold Condensed" en 52 pt., a/b, para el texto subtítular, así como en 40 pt., a/b, para la fecha y las actividades y en 32 pt., a/b, para el lugar; y finalmente "Helios Light" en 8 pt., para el patrocinio. Este mensaje textual ofrece propiedades visuales como la forma, el tamaño, la posición y el color, los cuales se intercalan dentro de una composición singular para conjugarse con el fondo y con la imagen visual del cartel.

Dicha imagen se refiere a un títere en movimiento. Sus formas fueron fragmentadas en secciones, indicando a través de colores planos, cada parte del mismo. La imagen del títere se auxilia visualmente con las líneas rectas que simulan los hilos que manejan su acción, así como con la mano en tono neutro que apunta hacia el interior del cartel. La totalidad de esta forma fue colocada sobre la parte vertical derecha del formato, dejando la parte vertical izquierda libre para

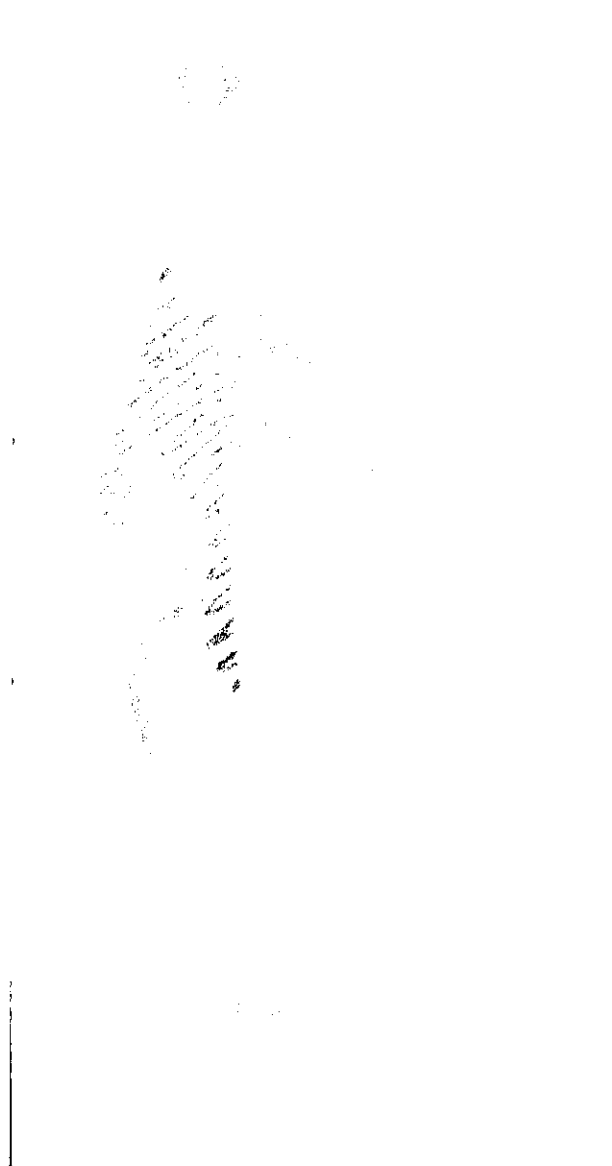
colocar los textos correspondientes, y de esta manera, equilibrar un peso con otro.

Las anteriores propiedades muestran un balance asimétrico, cuyo uso resulta más complejo que el simétrico, ya que involucra equilibrar formas disímiles dentro de una composición ingeniosa y casual. Asimismo, el color proporciona balance a la obra, al unificar sus partes constituyentes y establecer prioridades visuales.

El color crema abarca la totalidad de la superficie. Sobre ella se colocó un mosaico cuadrangular que funje como plano secundario, sirviendo para que los elementos del primer plano (imagen y textos) se interrelacionaran.

El color café del mosaico se presentó tonalmente en tres partes: la más pesada sobre la parte inferior, la media en la central y la ligera en la superior. Esta última tiene la función de dejar libre el espacio para destacar el texto titular y el subtítular. El resto de la información escrita se colocó sobre ciertos espacios ausentes de cuadrados, planeados estratégicamente para tal propósito.

Los colores verde, negro y naranja en menor proporción, complementaron a los anteriores colores tratando de que existiera armonía entre ellos. El blanco del papel por su parte, tuvo la intención de definir algunas formas del títere.



CARTEL	<u>Talleres para Niños.</u>
FORMATO	Vertical.
MEDIDAS	52.4 x 28 cmts.
No. de TINTAS	Tres.
COLORES	Verde - Pantone 354. Rojo - Pantone 192. Azul - Pantone 299.
TIPOGRAFIA	Helios, 80 y 52 pt., Altas. Helios Light, 16 pt., A/B.
PAPEL Y GRAMAJE	Papel Couché una Cara Blanco. 100 gr.
No. de TIRAJE	100 Ejemplares.
IMPRESION	Offset.
FIRMA REPRESENTANTE	Gobierno del Estado de Hidalgo a traves del Instituto Hidalgense de la Cultura.
FECHA	Noviembre de 1988.

Talleres para niños.

De acuerdo a políticas institucionales, "El Cervantino en la Universidad" se fusionó con "Otono Cultural Hidalgo 88" para coadyuvar el trabajo artístico y cultural presentado a la ciudadanía hidalguense en los meses de octubre y noviembre.

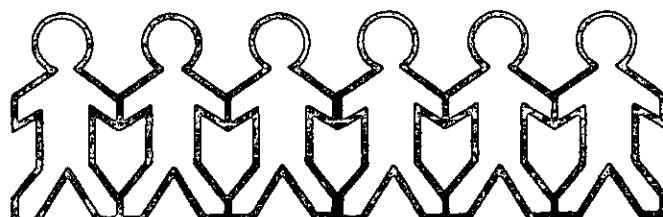
Este evento tuvo una programación muy amplia donde intervinieron grupos de teatro, ballets, orquestas musicales, exposiciones, conferencias y muchas otras actividades dentro de un período de treinta días.

"Talleres para niños" título de éste cartel, tuvo la finalidad de informar sobre cuatro cursos a nivel infantil dentro de las disciplinas artísticas de artes plásticas, música, danza y teatro. En cada una se incluyeron sus datos respectivos, tales como, el nombre del coordinador, el lugar y la duración del curso.

El formato vertical alargado permitió disponer los elementos visuales y textuales dentro de una organización tanto formal como informal. En el aspecto formal se encuentran los siguientes elementos: la imagen de identidad del evento sobre la parte superior izquierda; los textos complementarios que informan los cuatro diferentes talleres se ubican en la región media derecha hacia abajo; tres organismos patrocinadores en la parte inferior central y abajo de éstos, cinco "logotipos". Todos los anteriores colocados horizontalmente. Por su parte, el aspecto informal comprende el texto secundario: "Ellos participaron", el texto titular y la imagen del niño con el sol, los cuales rompen a conveniencia la rigidez de la precisión horizontal.

El texto titular y la imagen son los elementos que más se destacaron. Aparte de sus cualidades visuales, la colocación de ambos sobre el formato posibilitó una estructura de la cual deriva la ubicación de los restantes componentes del cartel.

Para realizar la imagen visual se retomó el juego del papel recortado que origina formas múltiples de niños:



Con este antecedente se seleccionó una sola figura. Para configurarla se utilizó la línea en zig-zag. Ciertamente, la línea tiene infinitas variantes de expresión capaces de transmitir pensamientos, sentimientos y estados de ánimo. En este caso, el manejo de la línea tuvo la finalidad de expresar alegría y libertad.

Dentro de un contorno no visible, la línea en zig-zag resolvió la forma que describe a un niño. Sus trazos rápidos adquirieron un seguimiento de arriba hacia abajo. Su longitud inferior fue prolongada como plano terrestre para colocar sobre ella el sol y después terminar su curso de manera espontánea. ⁽¹⁶⁾

En esta figura la línea adquiere movimiento siempre y cuando el ojo continúe su dirección. De cualquier manera, la posición diagonal de la imagen, junto con los caracteres no alineados horizontalmente de la tipografía del titular, sirvieron para proporcionar dinámica visual al cartel.

El dibujo se realizó con crayón sobre papel Ingres con el objeto de obtener textura; esto posibilitó que la línea adquiriera ciertas gradaciones tonales. Otro elemento visual empleado fue el color. Sobre el fondo blanco del papel fueron impresas tres tintas: el verde, el azul y el rojo. Los colores verde y azul se dispusieron alternadamente tanto en la imagen como en todos los componentes, exceptuando el texto titular. Tonalmente estos colores son más claros que el rojo, por lo que éste último fue empleado para que la imagen y el texto titular adquirieran fuerza visual.

(16) Es de recordar que la línea en sus diversas manifestaciones como la curva, la recta, la vertical, la horizontal, en zig-zag y la diagonal, es utilizada por el niño en sus primeros trazos; siendo que de todos los elementos visuales, la línea es la más familiar para todos nosotros ya que con ella aprendimos a escribir.



EL XANTOLO

TRADICION DEL DIA DE MUERTOS
EN LA HUASTECA HIDALGUENSE

CARTEL	<u>El Xantolo</u> . Tradición del día de muertos en la Huasteca Hidalguense.
FORMATO	Vertical.
MEDIDAS	54.2 x 29.9 cmts.
No. de TINTAS	Cuatro.
COLORES	Gris - Pantone 434. Gris - Pantone 439. Naranja - Pantone 151. Morado - Pantone 261.
TIPOGRAFIA	Helios Light 11 pts., A/B., 72 y 36 pts. Altas.
PAPEL Y GRAMAJE	Papel Couché una Cara Blanco. 100 gr.
No. de TIRAJE	100 Ejemplares.
IMPRESION	Offset.
FIRMA REPRESENTANTE	Gobierno del estado de Hidalgo a través del Instituto Hidalguense de la Cultura.
FECHA	Noviembre de 1988.

El Xantolo.

El día de muertos, llamado "Xantolo" en la zona de la huasteca hidalguense es una de las costumbres más arraigadas entre la población nahuatl. En Huautla, por ejemplo, se elaboran altares con ofrendas con una variedad de platillos típicos, frutas, dulces y bebidas; se realizan también misas, danzas y se queman cohetes, entre otras actividades. Todo ello con el propósito de expresar un culto a los muertos y poder establecer contacto con ellos.⁽¹⁷⁾ Esta tradición se lleva a cabo los días 30 y 31 de octubre y 1 y 2 de noviembre, comenzando los preparativos en el mes de junio con la siembra de la flor de cempoalxochitl, conocida como cempasuchil.⁽¹⁸⁾

En la ceremonia del Xantolo toda la familia participa y constituye un importante factor de unidad social donde los miembros de la comunidad se integran en dos sentidos: implícitamente representan de manera concreta un conjunto de aspiraciones e ideas comunes de todo el grupo; y por otra parte, explícitamente el Xantolo, al marcar ese respeto y veneración a las nuevas generaciones, establece un vínculo entre el pasado y el presente y con ello fortalece la identidad grupal, dándole a su propia vida un sentido de continuidad y permanencia en el futuro.⁽¹⁹⁾

Tratando de captar el realismo de una mujer indígena llevando flores de cempasuchil a la tumba de un familiar fallecido, el mensaje visual de este cartel se manifiesta ante la actitud solemne y expresiva del rostro de la mujer cuya vestimenta, junto con sus características étnicas, tratan de remitir la situación contextual.

De tal manera, la formulación del mensaje y el significado de este cartel tiene dos niveles de representación visual: realismo (a través de la mujer indígena) y simbolismo (las flores de cempasuchil).

Esta imagen se dibujó al grafito para proporcionarle textura y perfilar los claroscuros. Su

(17) El Xantolo es una singular concepción para honrar a los muertos, más no a la muerte. El conjunto de ritos que integran al Xantolo gira en torno a lo familiar, a la veneración de sus propios muertos. Aquí no se encuentran simbolismos que representen a la muerte como las calaveras de dulce, las máscaras de la muerte en las danzas o las calaveras escritas en verso. Consúltese Nydia Ramos, Darío L. Pantaleón, Ernesto Ramos. "El Xantolo en Huautla: rituales de vida y muerte en la Huasteca Hidalguense", Colección: Lo Nuestro..., Gobierno del estado de Hidalgo, México, 1992, p.50.

(18) En México, la flor de cempasuchil es identificada como símbolo de la celebración de los muertos debido a su difundida aplicación en ofrendas florales.

(19) N.Ramos, D.L.Pantaleón, E.Ramos, ob.cit., p.51.

colocación sobre el formato es de manera central sobre la parte superior, misma que por su tamaño comprende también la parte media del cartel.

La composición de la información restante precede a la imagen visual y se configuró dentro del siguiente orden: el texto complementario, el titular y el subtítular; el patrocinio y los "logotipos". Sin embargo, el nombre del evento a manera de "logotipo" se ubicó asimétricamente en la parte superior derecha sobre un pequeño espacio libre que dejó la imagen visual.

En lo que respecta al texto complementario, éste es un poema en nahuatl con su correspondiente traducción al español que reflexiona acerca de la muerte. Sus líneas textuales (en 11 pts., a/b y en dos columnas) fueron justificadas hacia la izquierda, aunque cada línea termina a la derecha con diferente longitud (líneas perdidas). Le siguen el texto titular compuesto por dos palabras (en 72 pts., altas) y el texto subtítular de nueve palabras (en 36 pts., altas). Esta información se realizó en tipografía "Helios Light".

A través de su forma, tamaño, ordenamiento, posición y color se hicieron destacar tanto la imagen visual como el texto titular.

Las tintas seleccionadas fueron el color gris, el morado y el naranja que actuaron sobre el total de la superficie en gris claro. Se utilizaron dichos colores para asegurar que la información fuese coherente con el significado. El gris es un color neutro que permite que los demás colores definan sus características propias sin influir en ellos; psicológicamente puede expresar desconsuelo, vejez, ausencia de vida y desánimo. Por su parte, el color morado o violeta indica ausencia de tensión y puede significar calma, autocontrol y dignidad. El color naranja sugiere regocijo, fiesta o presencia del sol. ⁽²⁰⁾

El color gris se encuentra en la imagen visual, en el poema o texto complementario y en los "logotipos". El morado en el texto titular, en el subtítular y en el "logotipo" del evento. El color naranja se utilizó en las flores de cempasuchil respetando su tono natural y se empleó también en los textos de los organizadores del evento.

La información de este cartel trata de carecer de ambigüedades haciendo que el mensaje visual y el textual resulten claros. La interacción que existe entre el propósito de la comunicación, los elementos gráficos, la composición, la estructura sintáctica y el contenido, se planearon para fortalecerse mutuamente y configurar al mensaje global.

(20) Fabris-Germany, ob.cit., p.p.103 y 104.



CARTEL	<u>10 Aniversario Oyohualli. Compañía de Danza Folklórica.</u>
FORMATO	Vertical.
MEDIDAS	49.1 x 29.2 cmts.
No. de TINTAS	Tres.
COLORES	Oro - Pantone 872. Rojo - Pantone 185. Verde - Pantone 553.
TIPOGRAFIA	Helios Bold en 54, 128, 36, 30 y 24 pts., Altas.
PAPEL Y GRAMAJE	Papel Bond Blanco. 72 gr.
No. de TIRAJE	150 Ejemplares.
IMPRESION	Offset.
FIRMA REPRESENTANTE	Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo y el Gobierno del estado de Hidalgo a través del Instituto Hidalguense de la Cultura.
FECHA	Noviembre de 1988.

10 Aniversario Oyohualli. Compañía de Danza Folklórica.

En el mes de noviembre de 1988, la Compañía de Danza Folklórica "Oyohualli" de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, celebró su décimo aniversario. Conjuntamente la Universidad y el Gobierno del estado de Hidalgo apoyaron la difusión de este acto conmemorativo.

Para el diseño del cartel se realizaron diversos bocetos sobre danzas y bailables, sin embargo, se optó por el "logotipo" que identifica a dicha Compañía de Danza. Este representa un motivo de características prehispánicas de forma abstracta.

A manera de positivo y negativo el motivo o "logotipo" fue multiplicado nueve veces sobre tres directrices lineales. El "logotipo" número diez desciende de la parte central para representar simbólicamente el significado del décimo aniversario.

La posición de los "logotipos" siguen la dirección que marca la línea quebrada, más no el "logotipo" número diez, el cuál se colocó verticalmente dentro de un cuadrado.

Esta forma cuadrada con el "logotipo" en su interior tuvo otros propósitos: a) tener una ubicación preferencial del resto, aunque unificada a ellos, b) ser el punto focal que guiara la atención del observador hacia el contenido del mensaje, y c) ser el elemento de enlace entre la imagen visual con la imagen tipográfica.

En lo que se refiere al texto se utilizó tipografía "Helios Bold" en mayúsculas para un total de seis líneas. La primera línea: "10 aniversario" se colocó en ambos lados del "logotipo" número 10, y su justificación hacia la derecha marcó el seguimiento vertical para ubicar las tres siguientes líneas: 1) "Oyohualli", 2) "Compañía de Danza Folklórica" y 3) "De la Universidad Autónoma de Hidalgo". Las dos últimas líneas se centraron con base a las directrices izquierda y derecha de las tres líneas anteriores.

Cada una de las seis líneas son disímiles en cuanto al puntaje, interlínea y color. Esto posibilitó diferenciar visualmente el mensaje escrito y proporcionarle jerarquías.

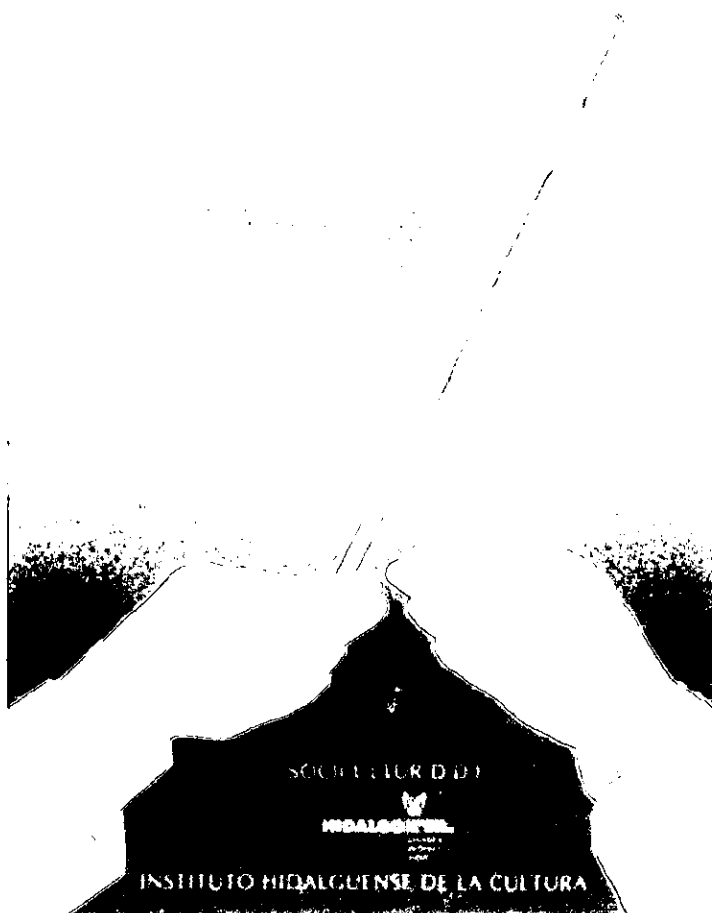
Como estrategia compositiva, dentro del formato se utilizó el equilibrio asimétrico, el cual se presenta sobre la imagen visual -que está más cargada hacia la izquierda-, y sobre el total de líneas textuales que sirvieron para contrarrestar la fuerza del peso anterior.

El color fue un elemento importante que ayudó a definir las cualidades morfológicas del "logotipo" de la Cía. de Danza, así como también proporcionó orden y claridad a la imagen global.

El color verde, el rojo, el oro, junto con el blanco del papel fueron seleccionados para que unificadamente logaran una interdependencia con la forma. De esta manera, la cantidad (extensión) y la cualidad (tonalidad) de cada color se suman a los elementos que estructuran al mensaje. Uno de estos elementos es el color oro, que trata de remitir el significado de una celebración, en este caso de un aniversario.

La imagen visual de este cartel es abstracta. Sus formas lineales circunscriben a un motivo reconocible para muy pocos. Sin embargo, cumple la función de informar el décimo aniversario de la Compañía de Danza Folklórica Oyohualli, misma que se hace representar gráficamente a través del citado motivo a manera de "logotipo".

ORQUESTA TIPICA DE LA CIUDAD DE MEXICO



CARTEL	<u>Orquesta Típica de la Ciudad de México.</u>
FORMATO	Vertical.
MEDIDAS	49.2 x 29 cmts.
No. de TINTAS	Tres.
COLORES	Gris - Pantone 421. Rojo - Pantone 179. Azul - Pantone 287.
TIPOGRAFIA	Oracle Bold en 63 y 32 pts., Altas. Oracle en 16 y 27 pts., Altas.
PAPEL Y GRAMAJE	Papel Couché una Cara Blanco. 100 gr.
No. de TIRAJE	150 Ejemplares.
IMPRESION	Offset.
FIRMA REPRESENTANTE	Gobierno del estado de Hidalgo a través del Instituto Hidalguense de la Cultura.
FECHA	Marzo de 1989.

Orquesta Típica de la Ciudad de México.

El nombre mismo de la "Orquesta Típica de la Ciudad de México" proporciona muchas ideas acerca de su significado que pueden materializarse a través de una imagen visual, tales ideas como, por ejemplo, para la palabra "Orquesta": instrumentos musicales, partituras, notas, atriles, escenarios teatrales, iluminaciones, escenografías; para la palabra "Típica": artesanías en general, como sarapes, sombreros, cerámica, jarriería, atuendos charros y por último para las palabras "Ciudad de México": el Ángel de la Independencia, el símbolo tricolor, el monumento a la Revolución, etcétera.

La imagen visual de este cartel se derivó de la palabra "Orquesta" representándola por medio de las manos del Director manejando la batuta.

La colocación diagonal de la batuta otorgó al cartel dirección y movimiento. Es de notar que tal disposición diagonal trató de conducir al ojo del espectador a tomar un seguimiento visual, esto es: desde la parte inferior del cartel, la batuta sube señalando hacia arriba, justo donde se encuentra el texto titular, por otra parte, su forma, tamaño y ubicación fueron factores determinantes que sirvieron de guía compositiva para el total de los textos.

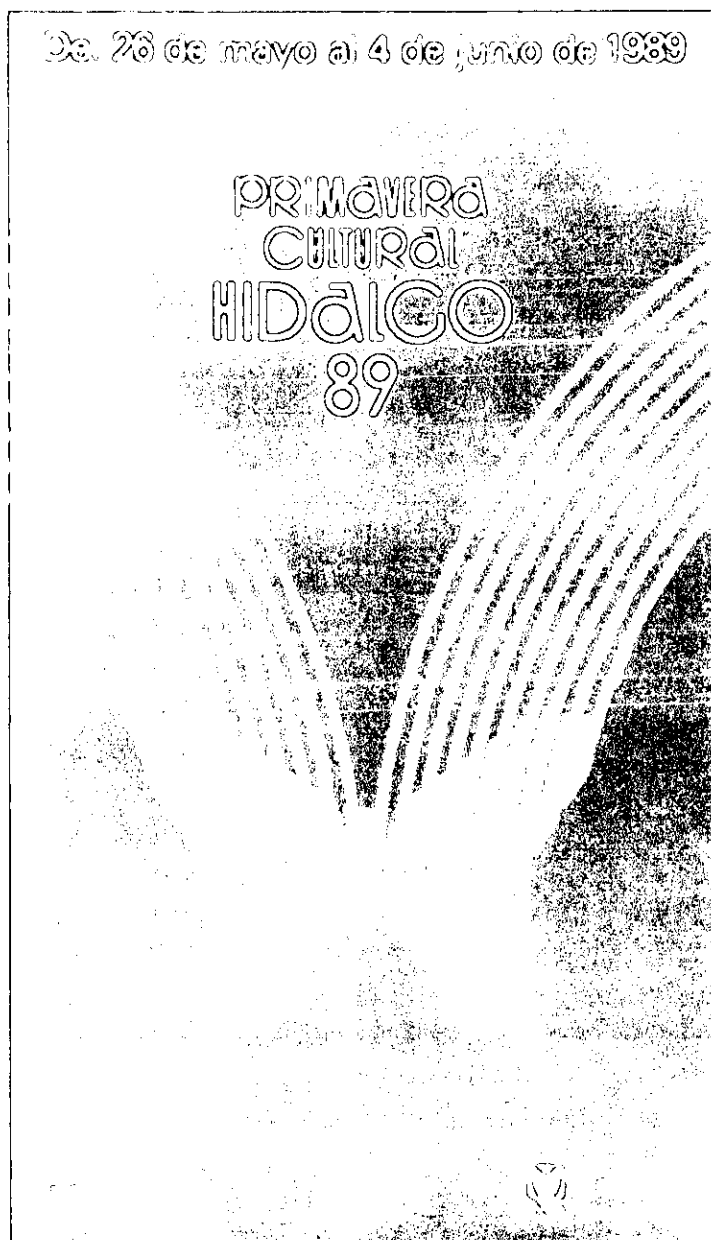
El texto titular y el siguiente se colocaron centralmente sobre la parte superior. El texto subtítular y los complementarios fueron ajustados al perfil lineal que la batuta planteó. Asimismo, el contenido de las palabras se dispusieron agrupadamente en unidades, donde fueron considerados los espacios entre cada bloque de palabras, el tamaño de las letras y sus colores como aspectos importantes para obtener legibilidad y leibilidad.⁽²¹⁾

La imagen visual del cartel es un dibujo a mano libre cuya forma fue configurada a través del punto como elemento gráfico. Dicha imagen en blanco sobresale del fondo oscuro, posibilitando que quedase en un primer plano y además, equilibrara el peso de la región inferior. El fondo oscuro de la región inferior concentró una gran cantidad de puntos que gradualmente desaparecen sobre la parte superior del formato. Esto permitió asegurar un buen contraste al sobreponer, por un lado, los elementos correspondientes en tono claro sobre el fondo oscuro y

(21) La palabra "legibilidad" se refiere a las características concretas de las letras en su forma individual, como el ojo de la letra, el ancho de sus fustes, por ejemplo. La palabra "leibilidad" es la cualidad de las letras en su conjunto, es decir, cuando juntas forman frases, palabras, bloques de texto. La "legibilidad" y la "leibilidad" son aspectos a considerar para que los textos en general sean fácilmente comprensibles en su lectura.

por otro, los elementos en tono oscuro sobre el fondo claro.

Por lo que respecta al color, se utilizaron colores austeros, neutrales, que trataron de significar la solemnidad en el momento de la ejecución musical. El rojo añadió un toque de vivacidad y más que nada, fue resuelto como punto focal de atención.



CARTEL	<u>Primavera Cultural Hidalgo 89.</u>
FORMATO	Vertical.
MEDIDAS	62.6 x 34.5 cmts.
No. de TINTAS	Dos.
COLORES	Verde - Pantone 347. Naranja - Pantone 171.
TIPOGRAFIA	Helios 54 pts., A/B. Organda Bold en 72 y 108 pts., Altas.
PAPEL Y GRAMAJE	Cartulina Couché una Cara Blanco. 180 gr.
No. de TIRAJE	500 Ejemplares.
IMPRESION	Offset.
FIRMA REPRESENTANTE	Gobierno del estado de Hidalgo. a través del Instituto Hidalguense de la Cultura.
FECHA	Mayo de 1989.

Primavera Cultural Hidalgo 89.

El empleo gráfico del simbolismo forma parte del lenguaje del cartel, que es entre otros, un recurso clave para expresar una idea con alguna significación convencional.

En este cartel, el concepto de la "Primavera Cultural Hidalgo 89" se representó simbólicamente a través de una mariposa de formas geométricas semiabstractas.

Dicha imagen visual se obtuvo con base al papel milimétrico, que vendría siendo una red de cuadrados minúsculos de un milímetro cada uno. Este soporte permitió configurar formas simétricas tanto del lado izquierdo como del derecho. El elemento gráfico correspondiente fue la línea, cuya secuencia se acentúa al engrosarse para dar forma a la mariposa.

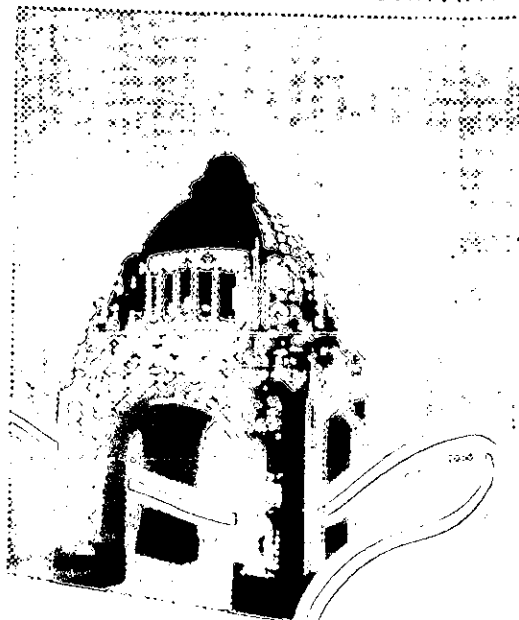
Por su parte, la información textual fue muy concreta, conformada únicamente por el texto titular y la fecha que comprendía el evento. De aquí que fue posible disponer los elementos de una manera holgada, es decir, con amplios espacios entre ellos, sin sobreponerse unos con otros.

El eje compositivo total se ubicó en la parte central vertical, que imaginariamente ejerce un poder de equilibrio y de vigor. Sobre un formato vertical ligeramente alargado se organizaron la imagen visual, la textual y las logotípicas. Esto trajo en consecuencia que la imagen de la mariposa (auxiliada por sus características tanto lineales, de forma, de tamaño y color), fuera el punto focal de la composición. Sin embargo, su color anaranjado fue contrarrestado por la luminosidad del blanco en el texto titular⁽²²⁾, mismo que además se colocó entre la abertura de la secuencia lineal de las alas de la mariposa y en uno de los lugares que puede atraer más la atención en un cartel: la parte media superior.

Puesto que las mariposas diurnas son de colores diversos, fue seleccionado el color anaranjado con el objeto de que tuviera buena visibilidad con el fondo verde, tratando de significar en conjunto, el advenimiento de la primavera: verde para la flora, anaranjado para la mariposa.

(22) El texto titular se retomó del anterior evento: "Primavera Cultural Hidalgo 88", con el mismo tipo de letra y conformación, aunque de puntaje ligeramente más pequeño y diferente color.

Del 13 al 19 de Noviembre



**80
aniversario
de la
Revolución
Mexicana**

CARTEL	<u>80 Aniversario de la Revolución Mexicana.</u>
FORMATO	Vertical.
MEDIDAS	67.6 x 27.3 cmts.
No. de TINTAS	Tres.
COLORES	Verde - Pantone 354. Rojo - Pantone 186. Negro - Pantone Black.
TIPOGRAFIA	Avant Garde Med.Cond. 77 pts., A/B. Helvética Medium 135 pts., Altas, 112 pts., Bajas y 91 pts., A/B.
PAPEL Y GRAMAJE	Papel Couché dos Caras Blanco. 100 gr.
No. de TIRAJE	200 Ejemplares.
IMPRESION	Offset.
FIRMA REPRESENTANTE	Gobierno del estado de Hidalgo a través del Instituto Hidalguense de la Cultura.
FECHA	Noviembre de 1990.

80 Aniversario de la Revolución Mexicana.

El carácter utilitario de este cartel fue informar una serie de eventos que, con motivo del 80 Aniversario de la Revolución Mexicana, fueron programados dentro de un lapso de siete días.

El formato se diseñó en forma alargada en función de que sus elementos principales -imagen y textos-, pudieran ser conjugados dentro de un amplio espacio.

En este caso, la imagen representa al monumento a la Revolución. Su forma en alto contraste y en color negro tiene el mayor peso visual y su colocación se ubicó sobre la parte media y superior del cartel. Una pantalla de puntos interactúa con el fondo, así como dentro de la imagen dando efectos de transparencia en ésta última; a la vez que funge como el soporte que asienta y delimita el peso del monumento. La región de puntos sobre el fondo, deja el "aire" suficiente para no aminorar el volumen arquitectónico de la imagen en cuestión.

Simbólicamente se utilizó un listón tricolor, mismo que, con su movimiento, se introduce entre los arcos del monumento y desciende en forma ondulante para unificarse con el texto titular. Dicho texto se conformó por cinco líneas textuales, donde las dos primeras son de mayor tamaño que las restantes. Por su parte, el número 80, la tercera y la quinta líneas textuales, se justificaron hacia la izquierda sobre una misma línea de inicio; la segunda y la cuarta se justificaron en otra línea que sobresale. Asimismo, el número 80 junto con las letras "R" y "M" en altas, tienen un carácter itálico a diferencia de las demás. Este bloque textual se colocó en forma diagonal con el objeto de que adquirieran ritmo y dinámica en la dirección.

El efecto cromático perceptual es de cinco tintas: negro, rojo, blanco y dos tonalidades de verde, aunque en realidad sólo son tres impresiones a color: negro, rojo y verde. Con el blanco del papel se obtuvo un color más; el verde del listón tricolor se rebajó al 50% de su intensidad, utilizándolo como fondo sobre la región media inferior.

El texto complementario que incluye la fecha se ubicó en la parte superior, al tiempo que se dispuso en color rojo y en letras condensadas. Los "logotipos" fueron colocados sobre la región inferior y en un contraste visualmente tenue sobre el fondo de color verde.

CONCLUSIONES

Este trabajo fue integrado por veinte carteles impresos, producidos por y para el contexto socio-cultural de la ciudad de Pachuca, Hidalgo. A través del periodo 1980-1990, cuatro instituciones y organismos hidalguenses se dieron, entre una de sus tareas, la de establecer un vínculo con la población por medio de diversos canales de comunicación, donde las cualidades del cartel se utilizaron para generar una información gráfica, oportuna y veraz.

La solución de cada uno de los carteles fue posible, por un lado, al presupuesto disponible, a los recursos técnicos y materiales y al factor tiempo. Por otro lado, como diseñadores tratamos de encontrar nuevas propuestas en cuanto al concepto y forma de cada cartel.

Para esto último, fue indispensable tomar en consideración lo que aprendimos en el aula, es decir, aquellos aspectos del diseño que, conjuntamente con otras áreas del conocimiento tanto teóricas como prácticas, fueron encausadas para el desarrollo general de las formulaciones gráficas.

Los conocimientos que nos transmitió la Escuela Nacional de Artes Plásticas han sido insustituibles. Nuestro plan de estudios fue cimentado sobre bases sólidas. A través del tiempo dicho plan tuvo que ser renovado con el objeto de estar a la vanguardia de la ciencia, la tecnología y el arte.

De la misma manera, los estilos, las ideas vigentes y las circunstancias se transforman durante el transcurso de los años. Nuestros carteles se realizaron tiempo atrás sin el recurso que hoy en día ofrece la computación. Trabajamos entonces con las escuadras, el compás, la tinta china, el estilógrafo, el pincel, las letras y pantallas adheribles, entre otros.

Como quiera que fuesen los materiales y las técnicas que se utilizaron, el ejercicio de cada cartel nos resultó significativo. El conjunto de carteles que exponemos forman parte del fragmento de algunas de las actividades sociales y culturales promovidas en el estado de Hidalgo, lo cual constituye un testimonio originado por esa realidad y materializado a través de cartel.

Ahora bien, parte del título y del contenido de esta tesis se refiere a las soluciones gráficas del cartel de acuerdo a nuestra experiencia práctica. Cada ejemplar fue organizado por orden de aparición y con sus datos completos; así como el análisis respectivo acerca de su gestación,

proceso gráfico y manifestación.

Sin embargo, como propuesta principal subrayamos el estudio realizado sobre aquellos aspectos intrínsecos al cartel que fundamentan su razón de ser. Fue entonces que propusimos a la expresión, la estructura y la composición como puntos claves; en función de describirlos, vincularlos y exponer su implicación semántica, semiótica, comunicativa y perceptiva.

Sin eludir los orígenes e historia del cartel como antecedentes sustanciales que integraron al primer capítulo, turnamos este trabajo sobre los tres aspectos anteriormente citados. Cada uno de ellos originó subtemas cuya perspectiva fue motivo de nuevas reflexiones.

Partiendo de la expresión, la estructura y la composición como los postulados más relevantes, pudimos observar aquellos puntos a tratar a manera de entender la construcción de un cartel. Estos son: el significado, la forma y el contenido, la implicación social y cultural, la percepción, el mensaje, los códigos visuales, la denotación y la connotación, los principios básicos de composición y el sistema de composición.

Al observar un cartel, cualquier persona puede ver en él únicamente la ordenación bidimensional de sus partes, pasando por alto la función del objeto "cartel". El resultado de su diseño no es sólo la configuración de un grafismo, sino que es la construcción en sí de su totalidad.

Aunque se puede elaborar un cartel con un poco de intuición, de imaginación, de sentido común y/o buen gusto; su práctica requiere comprender, por una parte, aquellos valores del hombre dentro de una civilización material. Por otra parte, poner de manifiesto los fundamentos de la comunicación y del diseño gráfico con el objeto de ofrecer la solución más pertinente.

El diseñador lleva a cabo su labor analizando la estructura formal del mensaje. De aquí se da inicio al proceso creativo, el cual constituye una preparación para construir y dar forma a la obra.

Uno de los componentes básicos en el cartel lo es el contenido. Para lograr su objetivo -expresar, transmitir, informar, comunicar-, se requiere de un contenido significativo para quien lo contemple.

La contemplación del contenido permite aprehender el sentido del cartel. Lo que la persona comprenda dependerá de la afinidad con el significado de la obra. No se intenta instruir al contemplador, se intenta conducirlo a entender el significado que se le presenta.

El contenido se encarga de albergar al símbolo, cuya esencia es siempre sencilla para permitir su comprensión. Para ello es necesario una visión especial por parte del diseñador, misma que posibilite materializar determinadas imágenes encausadas a corresponder al nivel perceptivo del observador.

El hombre ha creado arbitrariamente los símbolos a los cuales adscribe un significado. El diseñador codifica dichos símbolos simplificando y reduciendo sus detalles de modo que sea factible registrarlos y comunicarlos. De tal manera, para manifestar el contenido se requiere de un código, de un lenguaje que nos permita expresarnos. Un lenguaje no tanto de palabras sino de símbolos.

Conjuntamente, el contenido se expresa a través de la forma -la forma en el cartel, en el diseño y en la composición-. Ambos, contenido y forma interactúan como la fuerza única que transmite información de la misma manera.

Dentro de la acción mutua entre el contenido y la forma, la composición es un factor importante en la formulación del problema visual. Sea cual fuere la solución configurativa, ésta siempre será encausada para servir a determinado propósito. Al respecto, Donis A. Dondis se refiere a la composición como "el medio interpretativo destinado a controlar la reinterpretación del mensaje visual por los receptores".

Así pues, aquellos aspectos que posibilitan, en buena medida, la construcción de un cartel fueron tomados en consideración para formar la parte vital de este trabajo. La expresión, la estructura y la composición nos han ofrecido la posibilidad de indagar en las entrañas de cartel y encontrar con ello mucho sentido sobre este medio de comunicación.

Claro está que aún falta mucho por realizar. Sin embargo, este estudio dentro de sus límites, hace evidente que existen muchos aspectos que abordar con respecto al cartel y que por algún camino pueden ser explorados.

Y es de notar que, a más de cien años de su aparición, el cartel sigue vigente, reafirmando en nuestros días sus cualidades y características.

Damos por hecho que la práctica del cartel en particular y la del diseño gráfico en general no pueden realizarse de manera especulativa. Ambos deben ejecutarse con oficio, conocimiento y la capacidad necesarias con el propósito de brindar nuevas soluciones, cambiar perspectivas y renovar la percepción de las cosas.

BIBLIOGRAFIA

Alanís, Judith.

Gabriel Fernández Ledezma.

Coordinación de Difusión Cultural, Escuela Nacional de Artes Plásticas, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1985.

Arnheim, Rudolf.

Arte y Percepción Visual. Psicología del Ojo Creador.

Alianza Editorial, S.A., Madrid, 1980.

Arnheim, Rudolf.

El Poder del Centro. Estudio sobre la Composición de las Artes Visuales.

Alianza Editorial, S.A., Madrid, 1984.

Barnicoat, John.

Los Carteles, su Historia y su Lenguaje.

Colección Comunicación Visual.

Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1972.

Balmori, Santos.

Aurea Mesura. La Composición en las Artes Plásticas.

Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1978.

Berlo, David K.

El Proceso de la Comunicación. Introducción a la Teoría y a la Práctica.

Editorial "El Ateneo", Buenos Aires, 1980.

Biblioteca Salvat de Grandes Temas.

Teoría de la Imagen.

Salvat Editores, S.A., Barcelona, 1973.

Bohmann, Karin.

Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México.

Colección Los Noventas. Alianza Editorial Mexicana, México, 1989.

Brown, Thomas A.

La Academia de San Carlos en la Nueva España.

SepSetentas, No.299, México, 1976.

Comunicación Visual.

Revista de Arte y Diseño, No.4, Año I, Julio-Agosto 1987, México, 1987.

Comunicación Visual.

Revista de Arte y Diseño, No.6, Año I, Noviembre-Diciembre 1987, México, 1987.

De Cara al Siglo XXI.

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México, 1993.

Diccionario Enciclopédico Bruguera.

Bruguera Mexicana de Ediciones, S.A., Barcelona-México, 1979.

Diccionario Enciclopédico Quillet.

Editorial Argentina Aristides Quillet, S.A., Buenos Aires, Edición 1974.

Dondis, Donis A.**La Sintaxis de la Imagen. Introducción al Alfabeto Visual.**

Colección Comunicación Visual.

Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1980.

Forgus, Ronald H.**Percepción. Proceso Básico en el Desarrollo Cognoscitivo.**

Editorial Trillas, S.A., México, 1979.

Guiraud, Pierre.**La Semiología.**

Siglo Veintiuno Editores, S.A., México, 1991.

Hartmann, Nicolai.**Estética.**

Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1977.

La Historieta Mexicana.

Artes de México, Revista Mensual, No.158, Año XIX. México.

Lazzoti Fontana, Lucía.**Comunicación Visual y Escuela.**

Colección Comunicación Visual.

Editorial Gustavo Gili, S.A., 1983.

Moles, Abraham.**La Comunicación y los Mass Media.**

Diccionarios del Saber Moderno. Ediciones Mensajero, Bilbao, 1975.

Moles, Abraham.**El Affiche en la Sociedad Urbana.**

Editorial Paidós, Buenos Aires, 1976.

Munari, Bruno.

Diseño y Comunicación Visual.

Colección Comunicación Visual.

Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1979.

Prieto Castillo, Daniel.

Retórica y Manipulación Masiva.

Colección Comunicación.

Editorial Edicol, México, 1979.

Prieto, Daniel.

Diseño y Comunicación.

Universidad Autónoma Metropolitana. Xochimilco, México, 1987.

Prieto, Luis J.

Pertinencia y Práctica. Ensayos de Semiología.

Colección Comunicación Visual.

Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1977.

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

Trama Visual, México, 1992.

Puig, Arnau.

Sociología de las Formas.

Colección Comunicación Visual.

Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1979.

Ramos Nydia, Pantaleón Darío, Ramos Ernesto.

El Xantolo de Huautla: Rituales de Vida y Muerte en la Huasteca Hidalguense.

Colección "Lo Nuestro".

Gobierno del Estado de Hidalgo, México, 1992.

S.Fabris - R.Germany.

Color. Proyecto y Estética en las Artes Gráficas.

Ediciones Don Bosco, Barcelona, 1979.

Santos Torrella, Rafael.

El Cartel.

Librería Editorial Argos, S.A., Barcelona-Buenos Aires, 1949.

Valle Chavarría, Lorena.

Generalidades del Cartel.

Tesis. Escuela Nacional de Artes Plásticas. Universidad Nacional Autónoma de México. México, 1989.

Vicente Rojo - 40 Años de Diseño Gráfico.
Trama Visual.
Ediciones Era, México, 1990.

Westheim, Paul - Ruz, Alberto.
40 Siglos de Plástica Mexicana (Arte Prehispánico, Tomo I).
Editorial Herrero, S.A., México, 1969.

Williams, Raymond.
Cultura. Sociología de la Comunicación.
Paidós Comunicación.
Barcelona, Buenos Aires, 1981.

Wong, Wucius.
Fundamentos del Diseño Bi y Tri-dimensional.
GG Diseño.
Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1981.