



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

292697

EL CARTEL COMO MEDIO DE COMUNICACION
en el Colegio de Ciencias y Humanidades

Tesis que para obtener el título de:
Licenciada en Diseño Gráfico

Presenta:

Susana Noemi Alvarez Rodríguez

Director de Tesis: Lic. Adrián Flores Montiel



DEPTO. DE ASESORIA
PARA LA TITULACION
ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLASTICAS
XOCHIMILCO D.F.

México, D.F. 2001



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.

A mi familia por darme siempre el apoyo, la confianza y entusiasmo necesario para conseguir mis sueños.

A la gente que ha estado cerca de mi en los momentos buenos y en los más difíciles.

Ros va por tí, de todo corazón.

A todos ellos gracias, el esfuerzo a valido la pena.

I N D I C E

5 INTRODUCCION

I CAPITULO

- 9 Infraestructura del CCH
13 Educación y Actividades Artísticas como
complemento de la educación
15 Talleres Artísticos

II CAPITULO

- 25 Comunicación
30 Difusión
32 Información
34 Antecedentes del Cartel

III CAPITULO

- 46 La ilustración y la fotografía como técnicas
53 Metodología
61 1er. cartel Muestra de danza del CCH
67 2do. cartel Muestra coral del CCH
71 3er. cartel Magno concierto coral del CCH
75 Conclusiones

-
- 77 Bibliografía
-

INTRODUCCION

El Colegio de Ciencias y Humanidades es una institución que desde sus inicios se ha preocupado por brindar a sus alumnos una preparación completa no solo en el plano científico o técnico, sino que se preocupa por invitarlos a participar en actividades culturales mediante su intervención en los diferentes talleres artísticos como: teatro, coro y danza entre otros, implementando así la formación integral de los alumnos.

La presente investigación pretende apoyar con un elemento gráfico las actividades artísticas y culturales realizadas en el Colegio de Ciencias y Humanidades.

Mi propósito es el diseño del apoyo gráfico para reforzar el complemento educativo del bachillerato, específicamente el cartel, que es un medio de información de uso continuo para promover los diferentes eventos artísticos, los cuales no cumplen con sus características de informar, exhortar y motivar la asistencia y participación a las actividades culturales del CCH empleando en los carteles impacto visual el cual va a ser dirigido a una población joven, entre los 15 y 20 años de edad.

La elaboración de tres carteles para difundir los eventos que realizan los talleres de coro y danza, es sin lugar a duda, es el punto fundamental sobre el que se sustenta este trabajo; las propuestas que presento se apoyan en el estudio y análisis de la imagen para reforzar el mensaje y obtener un mejor resultado. Sus objetivos son:

- Realizar carteles que promuevan las actividades culturales del Colegio enfocado al nivel socio - económico y cultural de la población estudiantil.
- Lograr una mayor participación en los talleres por parte de los alumnos del Colegio.
- Incrementar el número de asistentes a los eventos organizados por dichos talleres.

Básicamente los carteles estarán formados por dos tipos de soluciones: la imagen gráfica y la letra, de manera que funcione como titular y como apoyo del mensaje, y el texto informativo.

El cartel es un medio de información idóneo para comunidades pequeñas como la de Ciudad Universitaria y los diferentes planteles estudiantiles.

A través del cartel, los estudiantes reciben información, pero también un mensaje atractivo y agradable que les motive para asistir a los eventos.

El presente trabajo comienza con una breve investigación sobre los antecedentes del CCH, y continúa con el departamento de Educación y Actividades Artísticas que tiene a su cargo la planeación y difusión de los talleres artísticos. Para finalizar el primer capítulo expone aspectos básicos de los talleres para tener una mayor noción de los eventos y así poder crear un mensaje visual que responda a las necesidades existentes.

En el segundo capítulo presento una descripción de los elementos constitutivos de la comunicación, tales como la información y difusión como parte integral del cartel, para concluir con la historia del cartel.

El cartel, como sabemos, es un medio de comunicación eficaz, un soporte gráfico que ha logrado una trascendencia histórico - social, que se aplica en este caso a la difusión de eventos como: Muestra de Danza, Muestra Coral y Magno Concierto Coral del CCH.

Para ello se utilizó como alternativa para la imagen la ilustración en busca de funcionalidad e identificación con la comunidad estudiantil.

En el último capítulo se expone la realización de tres carteles en los que se difunden los eventos antes mencionados junto con la metodología utilizada para su realización. Dicha metodología está segmentada en:

- Una investigación sobre el lenguaje visual de la imagen.
- El análisis de carteles utilizados anteriormente.
- Encuestas sobre los eventos.
- Bocetaje.

Posteriormente, se ofrece información para obtener el concepto que debe de aportar el cartel mediante un estudio sobre la imagen que representa al evento, así como el diseño total del cartel y por último la aplicación del color según las características de cada cartel.

EN menos de veinte años el diseño gráfico dentro de la Difusión Cultural se ha convertido en una disciplina admirable y productiva con la realización de diversos trabajos tales como diplomas, programas de mano, invitaciones y carteles promoviendo los múltiples eventos que se organizan cotidianamente.

En Difusión Cultural el cartel, dentro de todas las actividades propias de dicho departamento, es el signo Informativo más eficaz gracias a su amplio radio de acción demográfica y su consecuente popularidad.

Elaborar diseños para carteles dirigidos a una población adolescente es riesgoso y a veces difícil pues uno debe de valerse de muchos elementos para lograr una identificación con ellos, independientemente de la información que se obtenga acerca del evento.

Los mensajes que se comunican a través de los carteles no solo van dirigidos a la comunidad estudiantil sino que abarca también la población docente a la cuál se le inculca una educación artística y cultural como complemento de una superación académica.

Los carteles diseñados en el departamento de Educación y Actividades Artísticas del CCH se realizan con el interés de estimular e informar sobre las actividades artísticas y culturales del sistema educativo en los jóvenes estudiantes y en la comunidad en general.

Dichos carteles están orientados a una población de setenta y tres mil seiscientos noventa y tres alumnos aproximadamente, integrantes de la comunidad de alumnos, profesores y trabajadores del Colegio de Ciencias y Humanidades a través de los cincoplantales que conforman el Colegio: Azcapotzalco, Naucalpan, Vallejo, Oriente y Sur todos ellos ubicados en diferentes zonas del Distrito Federal y área metropolitana.

La población escolar del ciclo 94-95 fué de sesenta y nueve mil quinientos cincuenta y un alumnos.

Cada año ingresan aproximadamente cinco mil alumnos por plantel, que provienen de escuelas públicas y privadas.

Del total el 51.5% pertenecen al sexo femenino y el 48.5% al masculino.

En el Colegio de Ciencias y Humanidades el 65% de la población son menores de diecisiete años y el 3.6% del total tiene veinte años o más.

Como actividad complementaria fuera de horas clase sólo el 15.7% se dedica a actividades culturales.

En cuanto a lectura de publicaciones periódicas especializadas de información general el 69.9% lee por obligación escolar mientras que el 12.0% lo hace por voluntad propia.

Personal Académico.

El personal académico es de dos mil cuatrocientos doce empleados que por su tipo de nombramiento son profesores interinos, definitivos, profesores de asignatura, de carrera, asociados y profesores titulares.

Tienen un promedio de edad de 36 a 45 años y una antigüedad laboral de diecisiete años en promedio.

El 22.0% ejerce su carrera fuera del trabajo académico, como actividad cultural sólo un 17.5% la realizan.

En cuanto a lectura el 46% lo hace por interés laboral y el 1.8% por gusto.

Como actividad fuera de horas clase sólo el 15.7% se dedica a actividades culturales.

Personal de Base y de Confianza.

El total del personal de base y de confianza es de mil setecientos trabajadores con promedio de edad de 35 a 45 años aproximadamente.

Cuentan con una antigüedad laboral de trece años, su nivel de estudios es de secundaria el 42% y el 10% con superior y posgrado.

Su principal actividad fuera del trabajo corresponde a 2.0% cultural, y el 37.0% familiar; el 26.5% lee por curiosidad y el 1.5% no lee.

Dentro del departamento de Educación y Actividades Artísticas del Colegio de Ciencias y Humanidades se ha comenzado a trabajar un nuevo cartel, más comprometido y que responde a la necesidad de difundir eventos y actividades artísticas propias del Colegio, con un diseño más libre, juvenil y alegre; utilizando colores llamativos y armónicos con ilustraciones menos formales que los estudiantes ignoran.

Siendo el objetivo principal del cartel promover y despertar el interés de los eventos del Colegio de Ciencias y Humanidades, en mi caso por la Muestra de Danza, Muestra Coral y Magno Concierto Coral del CCH; eventos que se realizan de manera interna y externa.

Dentro del Colegio el cartel es funcional y efectivo para dar a conocer prontamente la realización de eventos artísticos; el hecho de que el receptor entre en contacto con un cartel, depende de los sitios públicos donde este se encuentre ubicado, de la densidad de población en relación con el número de carteles distribuidos y colocados así como el tiempo que permanezcan en dichos sitios.

La meta es:

- Difundir una imagen real y positiva de los talleres entre los alumnos de la comunidad y que con su participación adquieran el hábito de asistir a eventos artísticos y culturales.
- Intensificar la promoción para que los foros donde se realicen las funciones de los talleres cuenten con gran asistencia.
- Contribuir a un mayor reconocimiento de la Difusión Cultural.

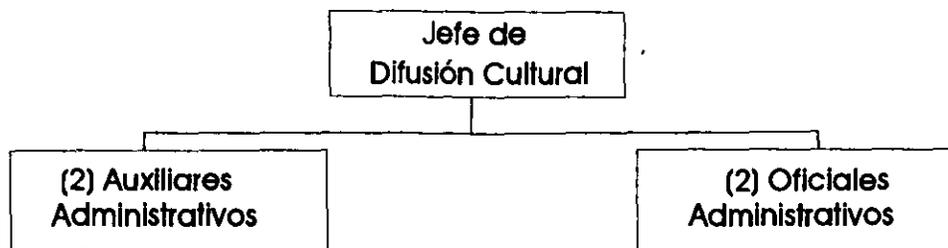
DIFUSION CULTURAL

La creación del departamento de Difusión Cultural en cada plantel del Colegio de Ciencias y Humanidades es una necesidad evidente desde hace varios años debido, en primer lugar al incremento de las actividades relacionadas con la tarea sustantiva de extender y difundir la cultura de la manera más amplia posible pues ésta ha jugado un papel imprescindible en la formación integral de los estudiantes.

Por medio de este departamento se consiguen espacios, apoyo con materiales didácticos e instrumentos de trabajo; supervisa el funcionamiento de las actividades y los talleres que se imparten, y estimula a los estudiantes que participen .

La Difusión Cultural en el Colegio se ha venido desarrollando en dos grandes líneas: creación de un arte estudiantil en los talleres de danza, teatro y coro así como la difusión de los muchos acontecimientos artísticos y culturales.

ORGANIGRAMA



MEDIOS INFORMATIVOS

Los medios informativos que se utilizan en el Colegio de Ciencias y Humanidades básicamente están constituidos por publicaciones, gacetas informativas, boletines, folletos y carteles que informan y difunden las diversas actividades que se realizan en el Colegio.

Existen otros que son propios del departamento de Difusión Cultural de cada plantel. Incluyen artículos sobre sucesos específicos del plantel; El nombre de la publicación es La Hoja, su circulación varía en cada plantel de acuerdo a las posibilidades de que éste cuente:

En el plantel Naucalpan y Sur - Semanal.
Vallejo y Oriente - Quincenal.
Azcapotzalco - no tiene una periodicidad determinada.

Quincenalmente La Hoja publica un suplemento cuyo nombre varía de acuerdo a cada plantel;

En Naucalpan - Cultura

Sur - Hoja

Vallejo - Expresión Comunitaria

Oriente - Informa

Azcapotzalco - Suma y es una publicación sólo para profesores.

Anualmente el Colegio imprime en cada plantel antologías, folletos, programas, guías, exámenes y material didáctico.

Existen otras publicaciones universitarias que dedican un espacio a la difusión de actividades culturales y a reportajes acerca del Colegio.

Entre éstas pueden mencionarse:

Gaceta CCH, cuyo contenido está compuesto por reportajes, entrevistas, información sobre conferencias y eventos culturales y cursos.

Está a cargo de la Secretaría de Divulgación del Colegio de Ciencias y Humanidades, su tiraje es de 1000 ejemplares distribuidos semanal y también quincenalmente en los cinco planteles del CCH, así como en la Dirección de la Unidad Académica del Ciclo de Bachillerato (UACB).

Gaceta de la UNAM, es la publicación periódica de mayor circulación y tiraje que edita la Universidad, 3000 ejemplares dos veces a la semana contiene: entrevistas, conferencias, reportajes, información sobre convocatorias, talleres, becas, cartelera teatral, cine, danza y demás actividades que se realizan en la UNAM.

Otros medios informativos son:

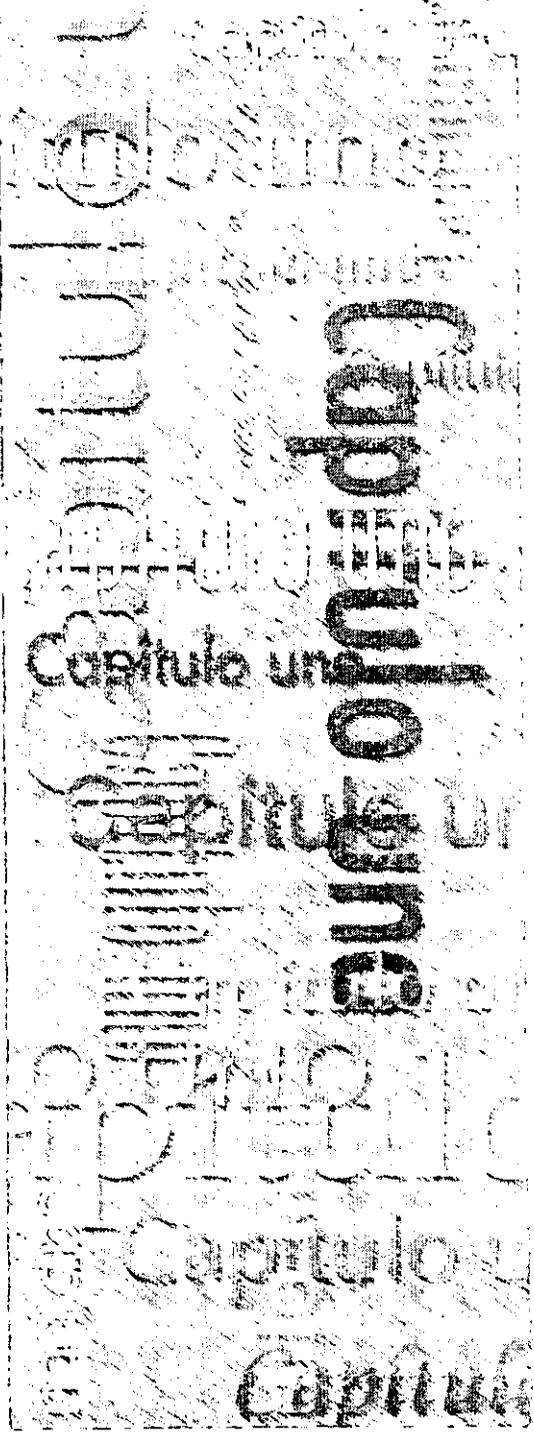
Presencia, su publicación es mensual, está a cargo de la Secretaría General de la Dirección de la Unidad Académica del Ciclo de Bachillerato.

Informativo, publicación quincenal, el responsable de su emisión es el departamento de Difusión y Servicios Académicos de la Unidad Académica de los ciclos Profesional y de Posgrado y el ECI, sale quincenalmente.

Su realización se lleva a cabo en la Secretaría de Divulgación del Colegio de Ciencias y Humanidades.

El Colegio cuenta con los medios necesarios para la difusión de sus actividades académicas, artísticas y culturales a través del más eficaz medio de comunicación: el cartel.

**COLEGIO DE CIENCIAS
Y HUMANIDADES**

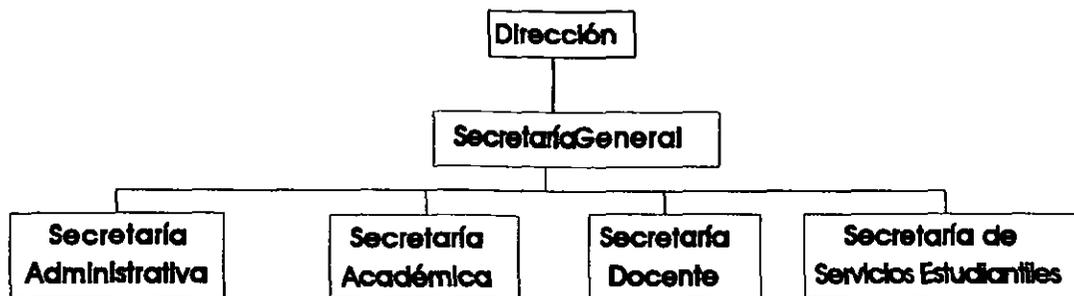


Infraestructura del Colegio de Ciencias y Humanidades

Antecedentes.

El Colegio de Ciencias y Humanidades es una Institución de enseñanza media superior perteneciente a la UNAM; creada con un sistema educativo innovador y cuya finalidad es la de impulsar la enseñanza y la investigación científica.

El 26 de enero de 1971 este nuevo sistema queda aprobado por el Consejo Universitario y el 12 de abril del mismo año se abren las puertas de tres planteles: Azcapotzalco, Naucalpan y Vallejo y un año más tarde Oriente y Sur; con cuatro turnos en cada plantel. Con un ciclo escolar de seis períodos semestrales.



PLAN DE ESTUDIOS

Agrupa un total de setenta y cuatro asignaturas, distribuidas en cuatro áreas de aprendizaje: Talleres de lenguaje, Matemáticas, Métodos experimentales y Métodos de análisis Histórico - Social.

En cada uno de los primeros cuatro semestres se cursan cinco asignaturas obligatorias, empleando para ello diecisiete horas clase semanales.

Adicionalmente se debe acreditar un idioma extranjero que puede ser inglés o francés.

Las actividades físicas, recreativas y culturales son un complemento que se brinda para un mejor desarrollo; dentro de las actividades culturales se encuentran los talleres de danza, teatro, poesía y música; conferencias, ciclos de cine etc.

Al finalizar el bachillerato el alumno puede continuar con los estudios profesionales en cualquiera de las carreras profesionales que ofrece actualmente la U.N.A.M.

Objetivos

Los objetivos del Colegio de Ciencias y Humanidades son:

- Preparar al alumno con estudios que vinculen las humanidades, las ciencias y las técnicas tanto a nivel bachillerato como a nivel licenciatura, maestría y doctorado.
- Intensificar la cooperación entre escuelas, facultades e institutos de la Universidad.
- Promover el mejor aprovechamiento de los recursos humanos y técnicos de la Universidad¹.

Metas

Las metas del Colegio de Ciencias y Humanidades son el hacer énfasis en:

- El aprendizaje más que en la enseñanza.
- La formación más que en la información.
- El ejercicio y la práctica de conocimientos teóricos.
- La comunicación maestro-alumno para la adquisición de conciencia crítica.
- La evaluación con doble perspectiva, lo que se aprende y lo que se enseña².

1.- El Bachillerato del CCH
Información para profesores
DUACB 1988.

2.- IBIDEM.
p. 33

La difusión y la extensión de la cultura como función sustantiva dentro de la UNAM tiene una importancia capital pues relaciona la investigación con la docencia y difunde entre la comunidad universitaria y hacia la sociedad el quehacer y los valores de la cultura de la máxima Casa de Estudios.

La Coordinación de Apoyo y Servicio de la Dirección de la Unidad Académica del Ciclo de Bachillerato es la instancia encargada de organizar conjuntamente con los departamentos de Difusión de las Ciencias, Difusión de las Humanidades y Educación y Actividades Artísticas, la implementación y evaluación de los programas de extensión y difusión cultural.

El Colegio de Ciencias y Humanidades cuenta con un departamento de Difusión Cultural que tiene como objetivo proporcionar a la comunidad valores culturales de las artes, las humanidades y la tecnología a través de los talleres que comprenden actividades artísticas y culturales, sus objetivos fundamentales son el difundir, formar y recrear en los estudiantes la cultura, entendiendo por cultura el cúmulo de conocimientos y valores que un grupo humano se da a sí mismo para asumir una actitud ante la realidad; por difundir la cultura, la organización y la divulgación de actividades artísticas, científicas y humanísticas; por formación se entiende el conjunto de actividades que de forma permanente, activa y sistemática se lleva a cabo en los talleres y grupos de trabajo diverso.

E DUCACION Y ACTIVIDADES ARTISTICAS

Objetivos:

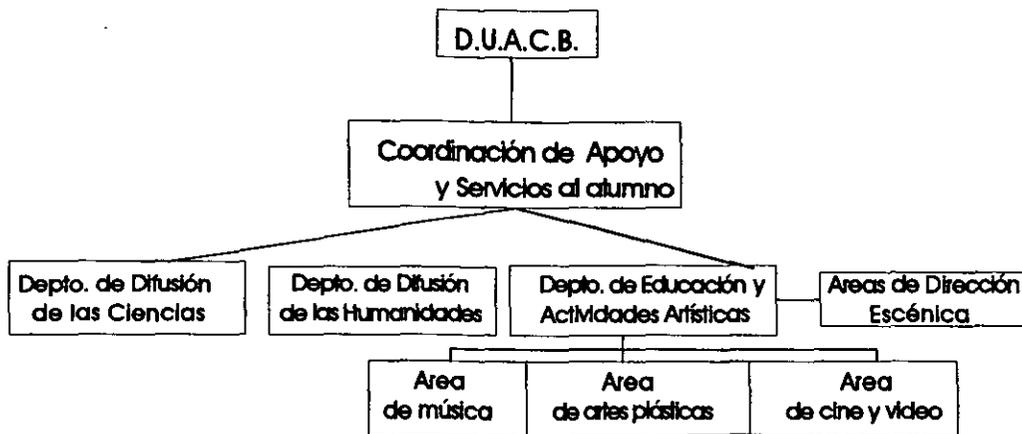
Educación y Actividades Artísticas es el departamento a través del cual se promueve la realización de los diversos eventos artísticos, presentandolos en foros universitarios así como extraordinarios.

Uno de sus objetivos más importantes es alcanzar la cultura artística, a través de los talleres y eventos que contribuyen a que los alumnos desarrollen su sensibilidad, gusto por el arte y capacidad de apreciación.

Se encarga de reforzar la orientación, coordinación y apoyo a los departamentos de difusión cultural de cada plantel.

- Dotar al alumno de los instrumentos para mejorar su gusto y capacidad de apreciación por el arte.
- Porporcionar elementos y herramientas básicas para conocer y experimentar un lenguaje artístico.
- Apoyar con diversos materiales de publicidad, a fin de que los talleres tengan una mejor difusión para la realización de los eventos que se llevan a cabo.

ORGANIGRAMA



El departamento de Educación y Actividades Artísticas del Colegio de Ciencias y Humanidades tiene a su cargo más de quinientas actividades anuales que incluyen:

Muestra de Danza, Festival de Música Popular, Muestra de Teatro, Muestra Coral, Proyecciones Cinematográficas, Visitas Guiadas, Poesía, Conferencias, Magno Concierto Coral, Exposiciones, Conciertos y Jornadas Ecológicas entre otras.

A lo largo de todos los eventos se elaboraron cuarenta y un materiales de publicidad para información, difusión y reconocimiento los cuales comprenden: programas de mano, volantes, diplomas, credenciales, tarjetas, Invitaciones, boletos, abonos, carteles, con un tiraje de treinta y ocho mil ejemplares.

El diseño de dichos materiales está a cargo de pasantes de las carreras de Diseño Gráfico y Comunicación Gráfica que prestan su Servicio Social en dicho departamento, ya que no existe departamento de diseño dentro de la UACB.

La elaboración de los materiales para la difusión de los eventos y actividades son realizadas con suficiente anticipación; una vez aprobados se envían los originales a la imprenta del Colegio.

El trabajo ya impreso es devuelto al departamento que se encarga de distribuirlo a los diferentes planteles, instituciones y dependencias aproximadamente quince días antes del evento.

TALLERES ARTÍSTICOS

Los talleres artísticos del Colegio de Ciencias y Humanidades surgen para dar una preparación artística básica para los alumnos.

En el año de 1973 comienzan las actividades culturales creándose talleres artísticos como complemento de la formación del estudiante y con el afán de crear arte estudiantil perteneciente al Colegio.

El primer taller que se introduce es el de teatro y posteriormente coro y danza, paulatinamente se fué incrementando contando en la actualidad con diecisiete talleres, cinco de coro, cinco de danza, cinco de teatro, uno de guitarra y uno de conjuntos instrumentales siendo el más reciente el taller de danza, creado en el plantel Sur en septiembre de 1992.

Los talleres son atendidos por profesores con una formación en una disciplina artística, los jóvenes que asisten cuentan con una edad entre los quince y los veinte años, asisten a los talleres por gusto y en su tiempo libre, en los talleres se despierta el gusto por la cultura y se crea arte con la participación tanto de profesores como de alumnos.

En el arte el hombre se expresa de una manera más completa y más libre en relación a otras actividades como la ciencia y los oficios, por ello los talleres son una opción de vocación profesional y una experiencia enriquecedora que ayuda al alumno al desenvolvimiento posterior tanto académico como profesional.

La actividad artística en el Colegio se caracteriza por ser un arte joven, lleno de frescura y vitalidad además de entusiasmo y espontaneidad cuya base es un técnica, disciplina y conocimientos básicos de la rama artística correspondiente acompañados de imaginación y creatividad con la que logran tener un buena comunicación con el público asistente ya sea en los planteles de la UNAM o en diversos foros externos en los cuales se presentan.

La calidad del trabajo que desarrollan los talleres empiezan a tener un considerable aumento al participar en conjuntos de coro, festivales de teatro, las tradicionales muestras del Colegio y en las presentaciones externas contando con una buena aceptación del público

En dichas presentaciones participan aproximadamente un promedio de quinientos alumnos. La asistencia a estos eventos es copiosa.

La participación en festivales, muestras y cursos organizados al exterior del Colegio se debe principalmente al trabajo consistente en que ellos se realiza proyectando una imagen positiva de éste ante la sociedad.

Algunos ejemplos son los festivales de Música Popular del CCH, Universitario de Teatro y Metropolitano de Teatro de Bachillerato.

Las muestras que se realizan de los talleres son el resultado de los trabajos realizados, estos son presentados en los cinco planteles y en foros exteriores, en éstos participan exclusivamente alumnos regulares del Colegio.

Dichos espectáculos comprenden ciento un presentaciones a las que asisten trece mil quinientos cincuenta personas entre estudiantes y público en general. Para la presentación de los talleres se establecen relaciones con las siguientes instituciones:

Centro Nacional para la Cultura y las Artes, ISSSTE, el Metro, Fundación Cultural Pascual; con dependencias Universitarias como Coordinación de Difusión Cultural, Facultad de Filosofía y Letras, Facultad de Arquitectura, Escuela Nacional de Artes Plásticas, ENEP Acatlán, así como los principales espacios culturales del Distrito Federal:

Centro Cultural Universitario, Anfiteatro Simón Bolívar, Sala Nezahualcóyotl, Museo de la Escuela Nacional de Música, Teatro Ciudadela y Teatro Julio Jiménez Rueda.

Estas instancias apoyan a través de espacios de representación, orquestas, áreas de promoción y publicidad, credenciales de descuento, cortesías para eventos de teatro y danza, publicaciones y prestadores de Servicio Social.

Las presentaciones de los talleres son de varios tipos:

Promoción.- Las que realiza cada taller al inicio del ciclo escolar con la finalidad de incorporar un mayor número de alumnos.

Didácticas.- Son aquellas que cada taller realiza en el interior del plantel, de manera particular o como parte de los festivales artísticos, son enriquecidos con ambientación y contexto a través de material escrito y audiovisual, conductor artístico y diálogo con el público acompañado de ilustraciones, exposiciones fotográficas.

Gala.- Las que cada taller realiza anualmente en espacios externos entre éstos están la Muestra de Danza, Muestra Coral, su principal característica es la calidad.

Apoyo.- Son participaciones en ceremonias institucionales y las que se efectúan en foros externos, en las dependencias universitarias o en instituciones externas a la UNAM.

EN menos de veinte años el diseño gráfico dentro de la Difusión Cultural se ha convertido en una disciplina admirable y productiva con la realización de diversos trabajos tales como diplomas, programas de mano, invitaciones y carteles promoviendo los múltiples eventos que se organizan cotidianamente.

En Difusión Cultural el cartel, dentro de todas las actividades propias de dicho departamento, es el signo informativo más eficaz gracias a su amplio radio de acción demográfica y su consecuente popularidad.

Elaborar diseños para carteles dirigidos a una población adolescente es riesgoso y a veces difícil pues uno debe de valerse de muchos elementos para lograr una identificación con ellos, independientemente de la información que se obtenga acerca del evento.

Los mensajes que se comunican a través de los carteles no solo van dirigidos a la comunidad estudiantil sino que abarca también la población docente a la cuál se le inculca una educación artística y cultural como complemento de una superación académica.

Los carteles diseñados en el departamento de Educación y Actividades Artísticas del CCH se realizan con el interés de estimular e informar sobre las actividades artísticas y culturales del sistema educativo en los jóvenes estudiantes y en la comunidad en general.

Dichos carteles están orientados a una población de setenta y tres mil seiscientos noventa y tres alumnos aproximadamente, integrantes de la comunidad de alumnos, profesores y trabajadores del Colegio de Ciencias y Humanidades a través de los cinco planteles que conforman el Colegio: Azcapotzalco, Naucalpan, Vallejo, Oriente y Sur todos ellos ubicados en diferentes zonas del Distrito Federal y área metropolitana.

La población escolar del ciclo 94-95 fué de sesenta y nueve mil quinientos cincuenta y un alumnos.

Cada año ingresan aproximadamente cinco mil alumnos por plantel, que provienen de escuelas públicas y privadas.

Del total el 51.5% pertenecen al sexo femenino y el 48.5% al masculino.

En el Colegio de Ciencias y Humanidades el 65% de la población son menores de diecisiete años y el 3.6% del total tiene veinte años o más.

Como actividad complementaria fuera de horas clase sólo el 15.7% se dedica a actividades culturales.

En cuanto a lectura de publicaciones periódicas especializadas de información general el 69.9% lee por obligación escolar mientras que el 12.0% lo hace por voluntad propia.

Personal Académico.

El personal académico es de dos mil cuatrocientos doce empleados que por su tipo de nombramiento son profesores interinos, definitivos, profesores de asignatura, de carrera, asociados y profesores titulares.

Tienen un promedio de edad de 36 a 45 años y una antigüedad laboral de diecisiete años en promedio.

El 22.0% ejerce su carrera fuera del trabajo académico, como actividad cultural sólo un 17.5% la realizan.

En cuanto a lectura el 46% lo hace por interés laboral y el 1.8% por gusto.

Como actividad fuera de horas clase sólo el 15.7% se dedica a actividades culturales.

Personal de Base y de Confianza.

El total del personal de base y de confianza es de mil setecientos trabajadores con promedio de edad de 35 a 45 años aproximadamente.

Cuentan con una antigüedad laboral de trece años, su nivel de estudios es de secundaria el 42% y el 10% con superior y posgrado.

Su principal actividad fuera del trabajo corresponde a 2.0% cultural, y el 37.0% familiar; el 26.5% lee por curiosidad y el 1.5% no lee.

Dentro del departamento de Educación y Actividades Artísticas del Colegio de Ciencias y Humanidades se ha comenzado a trabajar un nuevo cartel, más comprometido y que responde a la necesidad de difundir eventos y actividades artísticas propias del Colegio, con un diseño más libre, juvenil y alegre; utilizando colores llamativos y armónicos con ilustraciones menos formales que los estudiantes ignoran.

Siendo el objetivo principal del cartel promover y despertar el interés de los eventos del Colegio de Ciencias y Humanidades, en mi caso por la Muestra de Danza, Muestra Coral y Magno Concierto Coral del CCH; eventos que se realizan de manera interna y externa.

Dentro del Colegio el cartel es funcional y efectivo para dar a conocer prontamente la realización de eventos artísticos; el hecho de que el receptor entre en contacto con un cartel, depende de los sitios públicos donde este se encuentre ubicado, de la densidad de población en relación con el número de carteles distribuidos y colocados así como el tiempo que permanezcan en dichos sitios.

La meta es:

- Difundir una imagen real y positiva de los talleres entre los alumnos de la comunidad y que con su participación adquirieran el hábito de asistir a eventos artísticos y culturales.
- Intensificar la promoción para que los foros donde se realicen las funciones de los talleres cuenten con gran asistencia.
- Contribuir a un mayor reconocimiento de la Difusión Cultural.

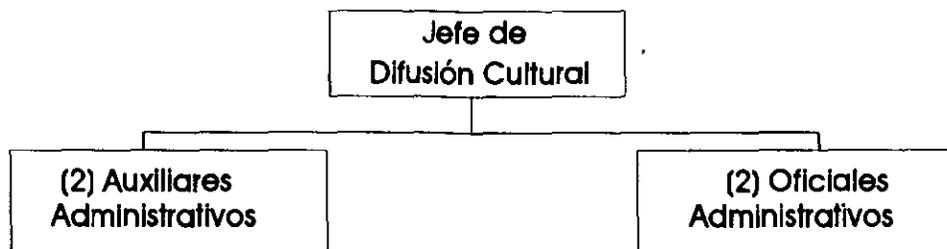
DIFUSION CULTURAL

La creación del departamento de Difusión Cultural en cada plantel del Colegio de Ciencias y Humanidades es una necesidad evidente desde hace varios años debido, en primer lugar al incremento de las actividades relacionadas con la tarea sustantiva de extender y difundir la cultura de la manera más amplia posible pues ésta ha jugado un papel imprescindible en la formación integral de los estudiantes.

Por medio de este departamento se consiguen espacios, apoyo con materiales didácticos e instrumentos de trabajo; supervisa el funcionamiento de las actividades y los talleres que se imparten, y estimula a los estudiantes que participen .

La Difusión Cultural en el Colegio se ha venido desarrollando en dos grandes líneas: creación de un arte estudiantil en los talleres de danza, teatro y coro así como la difusión de los muchos acontecimientos artísticos y culturales.

ORGANIGRAMA



MEDIOS INFORMATIVOS

Los medios informativos que se utilizan en el Colegio de Ciencias y Humanidades básicamente están constituidos por publicaciones, gacetas informativas, boletines, folletos y carteles que informan y difunden las diversas actividades que se realizan en el Colegio.

Existen otros que son propios del departamento de Difusión Cultural de cada plantel incluyen artículos sobre sucesos específicos del plantel; El nombre de la publicación es La Hoja, su circulación varía en cada plantel de acuerdo a las posibilidades de que éste cuente:

En el plantel Naucalpan y Sur - Semanal.
Vallejo y Oriente - Quincenal.
Azcapotzalco - no tiene una periodicidad determinada.

Quincenalmente La Hoja publica un suplemento cuyo nombre varía de acuerdo a cada plantel;

En Naucalpan - Cultura

Sur - Hoja

Vallejo - Expresión Comunitaria

Oriente - Informa

Azcapotzalco - Suma y es una publicación sólo para profesores.

Anualmente el Colegio imprime en cada plantel antologías, folletos, programas, guías, exámenes y material didáctico.

Existen otras publicaciones universitarias que dedican un espacio a la difusión de actividades culturales y a reportajes acerca del Colegio.

Entre éstas pueden mencionarse:

Gaceta CCH, cuyo contenido está compuesto por reportajes, entrevistas, información sobre conferencias y eventos culturales y cursos.

Está a cargo de la Secretaría de Divulgación del Colegio de Ciencias y Humanidades, su tiraje es de 1000 ejemplares distribuidos semanal y también quincenalmente en los cinco planteles del CCH, así como en la Dirección de la Unidad Académica del Ciclo de Bachillerato (UACB).

Gaceta de la UNAM, es la publicación periódica de mayor circulación y tiraje que edita la Universidad, 3000 ejemplares dos veces a la semana contiene: entrevistas, conferencias, reportajes, información sobre convocatorias, talleres, becas, cartelera teatral, cine, danza y demás actividades que se realizan en la UNAM.

Otros medios informativos son:

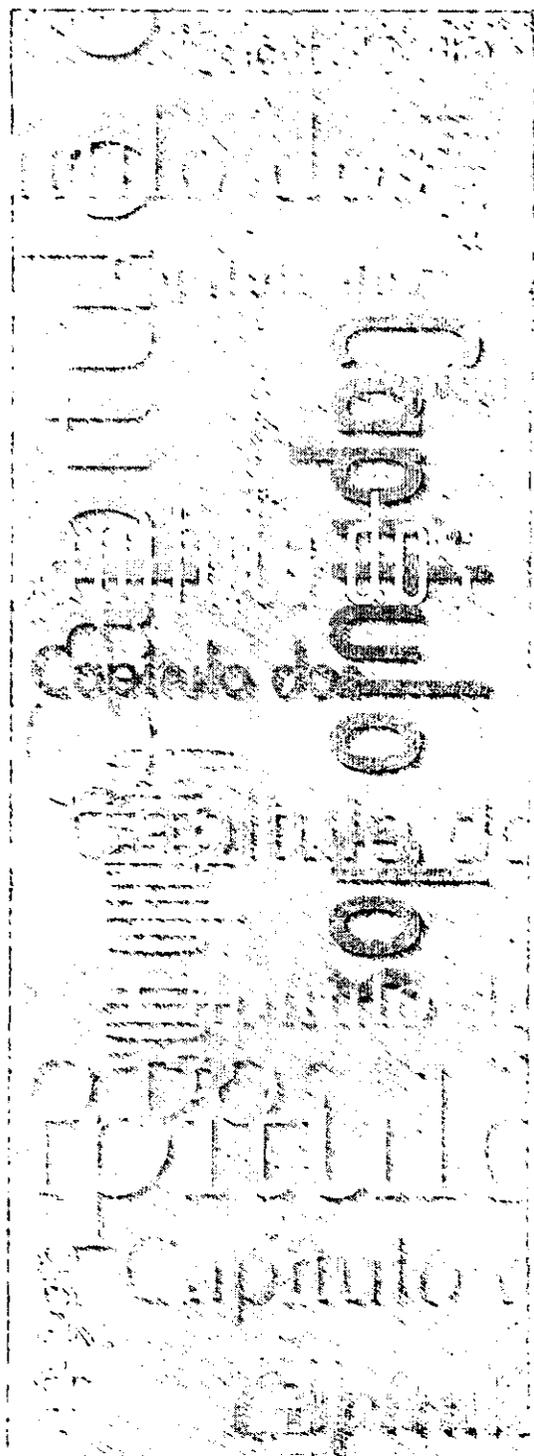
Presencia, su publicación es mensual, está a cargo de la Secretaría General de la Dirección de la Unidad Académica del Ciclo de Bachillerato.

Informativo, publicación quincenal, el responsable de su emisión es el departamento de Difusión y Servicios Académicos de la Unidad Académica de los ciclos Profesional y de Posgrado y el ECI, sale quincenalmente.

Su realización se lleva a cabo en la Secretaría de Divulgación del Colegio de Ciencias y Humanidades.

El Colegio cuenta con los medios necesarios para la difusión de sus actividades académicas, artísticas y culturales a través del más eficaz medio de comunicación: el cartel.

EL CARTEL



COMUNICACION

La gente puede comunicarse en muchos niveles, por muy diversos motivos, con gran número de personas y en múltiples formas.

La palabra COMUNICACION proviene del latín *Communicatio* - *Ōnis* que significa acción y efecto de comunicar o comunicarse.

La comunicación surge en la prehistoria cuando el hombre tras la necesidad de emitir mensajes, idea formas de expresión mediante sonidos y señales como medio de defensa ante el mundo que lo rodeaba.

La comunicación es un proceso complejo dado por la relación entre un emisor y un receptor junto con la participación de otros elementos fundamentales: código, mensaje, referente, marco de referencia y formación social.

Código.- Su función es metalingüística. Se entiende como el conjunto de reglas de elaboración y de una combinación de los elementos de un mensaje.

Estas deben de ser conocidas tanto por el emisor como por el receptor.



El mensaje.- Es lo que se nos aparece a los sentidos, su organización responde a un código y a una intencionalidad.

El referente.- Es el tema del mensaje, aquello de lo que se alude.

Marco de referencia.- Se trata del contexto social e ideológico que se encuentran o ubican los elementos que intervienen en el proceso de comunicación.

El receptor.- Tiene una función poética, se define como el grupo, individuo o institución que interpreta a un determinado mensaje desde su respectivo marco de referencia y mediante el conocimiento del código utilizado.

El proceso surge cuando el emisor tiene la necesidad de transmitir algo a alguien por lo tanto tiene que diseñar y elaborar la temática del mensaje; para lograr sus objetivos debe de buscar el aprovechamiento óptimo de los recursos puestos a su disposición, consiguiendo utilidad y eficacia en su necesidad de comunicación, transmitiendo significados o mensajes, informaciones o conocimientos de acuerdo a las características y necesidades del receptor,

con el fin de recurrir a los medios y recursos como a los mensajes y códigos más apropiados realizando para ello encuestas, sondeos y censos.

El mensaje es un elemento que forma parte y da origen al proceso de comunicación su función es transmitir información por medio de la cultura y el conocimiento acerca de algo que puede ser el medio ambiente, los servicios y las ideas.

El mensaje al ser transmitido al receptor entra en un proceso que comienza con la percepción, eventualmente la comprensión y la integración psicológica de su contenido, la función de este no termina al ser transmitido, sino que contribuye a un acto de consumo siempre y cuando su contenido forme parte de los intereses del usuario.

Para lograr sus objetivos informativos y educativos la comunicación debe de ser entendida y llevada a cabo como un proceso en el cual la retroalimentación es pilar imprescindible para ello es importante el nivel intelectual no sólo del receptor sino también del emisor pues este debe de saber expresarse bien para que el mensaje que transmita no desvaríe y quede comprendido desarrollándose también una dinámica, de lo contrario se pierde la esencia del mensaje y con ello el desarrollo individual y colectivo.

Los medios constituyen sistemas de transmisión de códigos y mensajes muchos de ellos a través de imágenes que se han hecho a raíz de las innovaciones tecnológicas, de modo que los medios empleados en la actualidad se caracterizan por tener cobertura amplia, los relacionados con el diseño gráfico son cada día más sofisticados y perfectas como lo es una página digital a través de una red, pre prensa, digitalización de imágenes multimedia, que permiten difundir rápida y oportunamente gran cantidad de mensajes.

Dependiendo del medio empleado, la comunicación puede ser oral, auditiva o visual pudiendo ser esta última verbal o icónica.

Entre los medios de comunicación verbal o icónica prevalecen la enciclopedia, el diccionario, los libros, revistas, folletos y carteles; por su parte los medios audiovisuales son el cine, la televisión y principalmente video cintas, ellos han sido creados para poner en conexión una fuente emisora de información y a un receptor por medio de la transferencia de un mensaje.

El cartel es un medio primordial de la comunicación gráfica su objetivo es difundir informando de una manera rápida, directa y eficaz, con vivacidad, impacto visual y economía, se puede decir que el cartel se ha convertido en uno de los mas importantes medios de comunicación no solo por despertar el interés y curiosidad del transeunte al poder ser colocado en cualquier lugar pudiendo dar vida hasta el último rincón, sino por la carga histórica que éste lleva manifestandolo en diversas corrientes artísticas al paso de los años.

El contenido de un cartel nos comunica de una manera directa, es decir el emisor manda un mensaje ya sea informativo, para difundir o incitar al receptor, "comunicar es plasmar la información con una idea".³

En este sentido surge la necesidad de comunicar la realización de eventos artísticos y culturales del Colegio de Ciencias y Humanidades tales como:
IX Muestra de Danza, IX Magno Concierto Coral y X Muestra Coral a toda la comunidad del Colegio así como a un público exterior.

Estos requieren de un plan de difusión y se lleva a cabo en medios como: Gaceta UNAM, Gaceta del CCH y en una serie de materiales impresos en los que destaca el cartel, que permite en un momento satisfacer esa necesidad de comunicarse con la comunidad del CCH que requiere.

Y es precisamente de esta necesidad de comunicación que se desprende otra, la de diseñar carteles para cada evento antes mencionado por lo que de alguna manera el siguiente trabajo pretenda recuperar, organizar y sintetizar, en la medida posible, la experiencia que se ha logrado obtener en un período de elaboración de soportes gráficos para la difusión de eventos artísticos y culturales del CCH.

Dentro del proceso de comunicación, el emisor tiene a su cargo el diseño y elaboración del mensaje ya sea a un individuo o a una colectividad, así como la responsabilidad de la temática del mensaje y simultáneamente define el objetivo del proceso de comunicación informativo y persuasivo así como la respuesta que espera provocar en el receptor.

El papel del emisor dentro del proceso de comunicación cumple la función de intencionalidad. Para lograr sus objetivos

debe de buscar el aprovechamiento óptimo de los diversos recursos puestos a su disposición, consiguiendo utilidad y eficiencia en su necesidad de comunicación, transmitiendo significados o mensajes, informaciones o conocimientos a los receptores.

El mensaje es un elemento del proceso de comunicación cuya función es transmitir información acerca de algo que puede ser del medio ambiente, los objetos, los productos, los servicios y las ideas.

La relación que tiene el receptor con los mensajes es un proceso de percepción y eventualmente la comprensión y la integración psicológica del contenido del mensaje, contribuyendo así a un acto de consumo si el contenido de este forma parte de los intereses del usuario.

El origen de la comunicación se debe en parte importante a los mensajes, estos transmiten el contenido de la comunicación por medio de la cultura y el conocimiento.

Los mensajes se pueden interpretar de muchas maneras por lo que dentro del proceso de comunicación es importante el nivel intelectual no solo del receptor sino también del emisor pues éste debe de saber expresarse bien para desarrollar así una dinámica y una retroalimentación entre el emisor y el receptor.



El emisor puede utilizar para comunicarse alguno de los medios de comunicación que están a su disposición y determinar tras un estudio las características y necesidades del receptor, con el fin de recurrir tanto a los medios y recursos como a los mensajes y códigos más apropiados.

La comunicación del receptor se logra a través de sondeos, encuestas, censos, estudios regionales y métodos estadísticos que dan a conocer sus características y necesidades.

Para lograr sus objetivos informativos y educativos la comunicación debe de ser entendida y llevada a cabo como un proceso en el cual la retroalimentación es pilar imprescindible ya que de lo contrario se limita la expresión de sus cualidades y con ello el desarrollo individual y colectivo.



Difusión

El término DIFUSION proviene del latín *Diffusio-Ōnis*, se define como la acción de esparcir en todas direcciones.

La difusión se caracteriza por desarrollarse dentro de un gran radio de acción y logra tener gran alcance siendo esta la diferencia que existe respecto a la comunicación, va unida orgánicamente a la información.

Este proceso está compuesto por el emisor, el contenido del mensaje, el receptor, el canal de trasmisión y efectos del mensaje; según la fórmula de Harold D. Laswell estos fundamentos constituyen el siguiente esquema: "¿Quién dice qué?, ¿A quién?, ¿Por que medios? y ¿Con que efectos?".⁴

Cada uno corresponde a los elementos que conforman la difusión, contribuyendo a que los mensajes sean emitidos de acuerdo a los nuevos modos de trasmisión a un público difuso.

La difusión se origina en el centro de una colectividad a la cuál se le emitirá el mensaje que pasará a través de canales de trasmisión y distribución, entendiendo por este último "la división de una cosa entre varios, designando lo que a cada uno corresponde de acuerdo a su voluntad, conveniencia, regla o derecho".⁵

4.- Alegri, Luigj.
Cultura Comunicación de Masas
Ed. Nueva Imágen.

5.- Diccionario Enciclopédico Espasa
p.264

La trasmisión de la difusión ha sido común a través de los medios de comunicación más importantes como lo son la radio y la televisión; a pesar de la competitividad que entabla con otros medios de gran importancia, el cartel es un canal de distribución que además de tener la posibilidad de llegar a un buen número de receptores ofrece rapidez y eficacia siendo uno de los medios más accesibles dentro del mercado, el cartel es un recurso que permite que los mensajes escritos, ideográficos o alfabéticos, sean de una manera precisa y directa, evitando confusiones o riesgos de deformación logrando que a la población a la cual se le trasmite el mensaje lo capte tal y como es.

Sin embargo uno de los problemas a los que se enfrenta este proceso es seleccionar al grupo receptor creando elites en el momento de comunicar la información y el mensaje cualquiera que este sea, es decir se origina una discriminación desde la elaboración y tratamiento de los temas y mensajes en donde la selección de un grupo es determinante, pues es clasificado en grupos según su clase social y éstos pueden ser superiores o inferiores al grupo difusor notándose así una gran diferencia en lo difundido pues para un grupo superior, entendiéndose por este un público conformado por personas con un buen nivel económico-cultural, por lo tanto su difusión es considerada una elite y esto se nota

en la presentación de los temas, en los aspectos formales aún tratándose de temas comunes.

En cambio para los grupos con un nivel económico-cultural un tanto más bajo, el diseño que se utiliza tiende a ser mediocre, en los temas se exageran situaciones, se aprecia contradicción en los personajes y redundancia, afirmándose con esto que la difusión está estrictamente diferenciada por sectores sociales.

Esto constituye también a una discriminación económica, surgiendo así el poder adquisitivo, cada quién accede a los productos y eventos que puede y ello queda expresado en dinero.

"Al cartel puede verse desde luego como un convenio del privilegio; como un signo del buen gusto burgués o demostración del status social y cultural de quién lo colecciona o lo requiere publicitariamente".⁶

Como ya antes mencioné la difusión es la trasmisión de información que unida conjuntamente con el cartel se convierte en una característica fundamental del cartel cultural orientado a actividades intelectuales o artísticas propias del Colegio de Ciencias y Humanidades, en el siguiente punto mencionaré el proceso de información como una característica imprescindible en cualquier medio de comunicación y de manera especial del cartel.

INFORMACION

La información se adquiere por medio de mensajes que existen en todo proceso de comunicación y difusión, por medio de esta se adquiere un mejor entendimiento o bien se precisa o incrementa el nivel de conocimiento sobre una materia determinada

Se puede manifestar por medio de ideas, emociones, habilidades, símbolos, palabras, imágenes, figuras y gráficos que actúan por medio de circuitos muy diversos como las tarjetas de invitación, opiniones intermitentes, por los circuitos radiofónicos como entrevistas, mesas redondas, foros y debates, por los circuitos televisivos, flashes, reportajes, coloquios, etc, y por último el circuito editorial compuesto por catálogos, libros, monografías entre otros.

La información puede ser expresada de diversas maneras según el canal al que vaya dirigida, para prensa se utiliza la lengua escrita, sonido para la radio, e imagen y sonido para la televisión así como para el cine. en tanto que para el cartel se utiliza imagen y texto.

"La velocidad de ésta varía dado que en cada medio informativo dispone de una organización, de unos recursos y de una actividad que le son propias".

En el diseño gráfico la información es vertida en diversos materiales impresos que van desde tarjetas de presentación, tripticos, dípticos, volantes, catálogos y por supuesto el cartel, por esta razón la información es agrupada de acuerdo al área que se orienta, y a la cual está constituida por los siguientes grupos:

- **Diseño de información:** es aquel que trasmite mensajes de manera novedosa utilizando para ello la información lingüística que comprende la letra y texto así como imágenes e ilustraciones que son los elementos que componen la información icónica creando a su vez la comunicación bi-media.
- **Información funcional:** se realiza para beneficio de un público, facilitando las informaciones que a éste le sean útiles sobre todo vinculadas a la movilidad social, algunos ejemplos son los planos y mapas, la señalética y los sistemas de signos codificados.

- **Información didáctica:** este tipo de información debe de contener conocimientos del tema que se va a exponer ya sea cultural, científico, técnico o profesional para poder transmitir el contenido de éste en diferentes materiales tales como libros, monografías, esquemas, diagramas, etc; Los cuáles forman parte del material de archivos públicos o privados, ficheros, bibliotecas, fototecas y filmotecas entre otros.
- **Información persuasiva:** se emplea principalmente para la propaganda y la publicidad comercial, los mensajes por lo tanto, deben de contener imágenes que impacten y un discurso verbal con el fin de que al público le quede grabado psicológicamente dicho mensaje.

En la práctica, un mensaje puede tener semejanza con cualquier otro de los ya mencionados, pues a veces no se distinguen estas tres formas de comunicación debido a que su intencionalidad no está bien definida.

El utilizar uno u otro recurso no significa que el diseño sea mejor, lo importante es que al aplicarlos sea cubriendo las exigencias que requiera el trabajo en el momento con creatividad como se muestra en las proximas imágenes

El presente trabajo se desenvuelve basicamente en la ilustración y la tipografía.





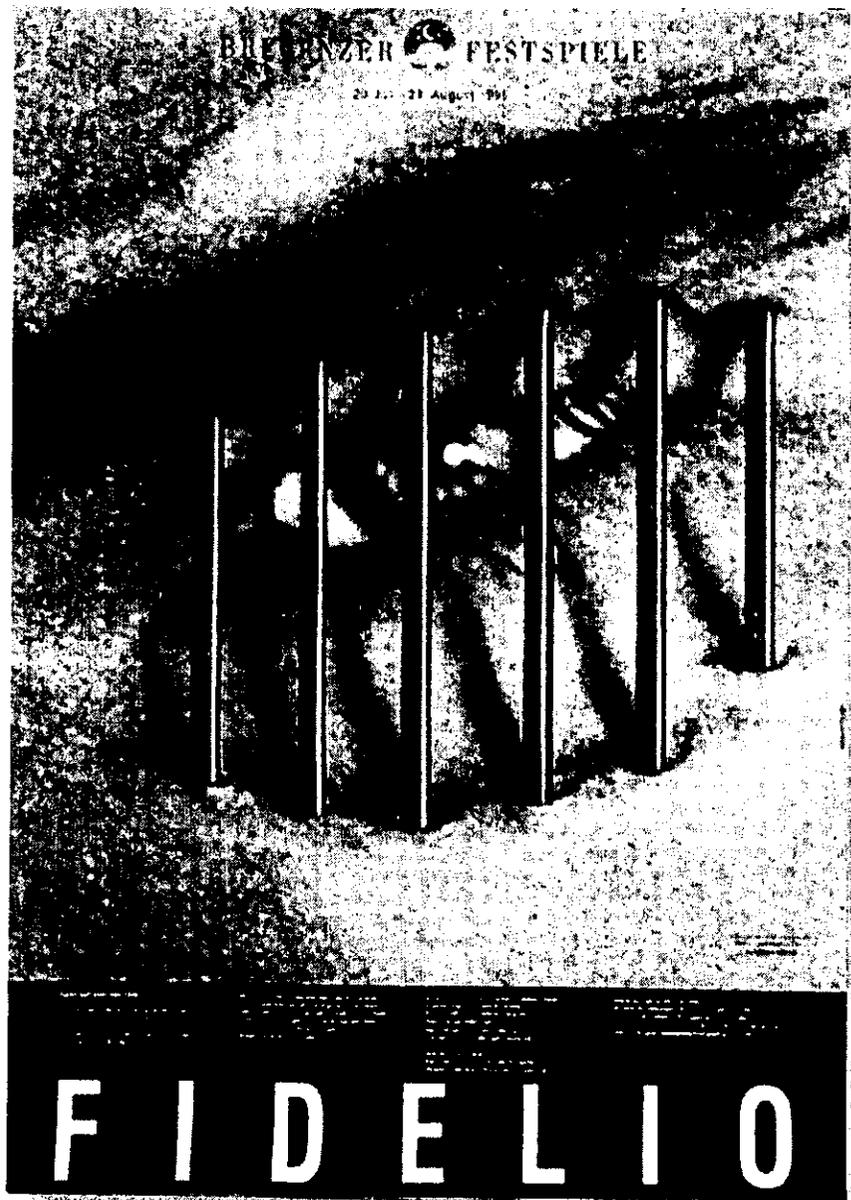
50 años de exilio español en la UNAM 1989
Carlos Hoces



Mujeres Insubmisas 1995 Germán Montalvo



Sobrenatural 1996 Giovanni Tracani



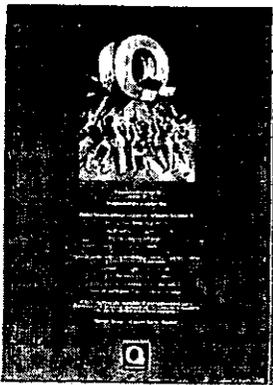
Lugar Reinhold 1996 Fichlio



Salón México 1995 Dante Escalante



O Ibinski-Katal 1995 Falstaff



Bancomer Q 1997 Rafael Treviño



Unase 1995 Danis Paul

La elaboración de los carteles para eventos artísticos del Colegio de Ciencias y Humanidades surgen a partir de la necesidad que existe en el Colegio por difundir los talleres artísticos así como la realización de eventos organizados por los mismos principalmente a los alumnos para alentarlos a que participen en ellos, a la comunidad del Colegio, y al público exterior para que asistan a las presentaciones que se realizan.

El medio elegido es el cartel pues se consideró que a través de este se puede entablar una comunicación con los jóvenes de una manera rápida y eficaz sin que estos sientan una imposición.

En los carteles se utiliza como imagen describiendo la actividad que se desarrolla de una manera sencilla en el trazo y en el concepto de cada taller en donde sobresale lo más importante de cada actividad sin saturar de elementos y sin caer en la redundancia.

En la imagen se proyecta de manera diferente a las presentaciones no se trata de una fotografía o una ilustración a través de la cual se muestre la realidad sin aportar nada o de una imagen aburrida y pesada.

La imagen que representa a los eventos es ligera, diferente; ofrece versatilidad pues permite que el espectador despierte su imaginación al

dar diferentes sentidos y significados a la imagen sin perder de vista el concepto real del evento identificándose con las necesidades del espectador adolescente.

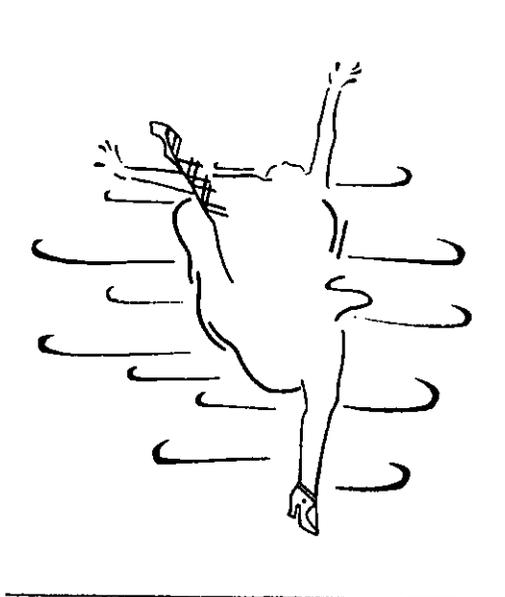
Semánticamente en estos carteles se utiliza como ilustración una imagen relativa describiendo la actividad con todo y el ambiente que se desarrolla en los talleres empleando un arreglo tipográfico que representa a los mismos con una buena legibilidad, los colores son relacionados por el receptor como una actividad juvenil, alegre y ligera; en cuanto a la visibilidad debo mencionar que existen pocos lugares estratégicos para su exhibición sin embargo estos son saturados para pegar recados, anuncios y otros carteles que no pertenecen a actividades propias del Colegio.

Una sugerencia para la solución de este problema es el instalar más pizarras en lugares de afluencia en una zona con una buena iluminación, colocar los carteles con pegamento y solo permitir que sean expuestos aquellos que estén sellados por el departamento de Difusión Cultural.

Sintácticamente la imagen es manejada desde un plano icónico cada uno tomando en cuenta los gustos y necesidades de la población adolescente que acude al CCH, el concepto puede ser percibido por el receptor de diferentes maneras como movimiento o alusión entre otros dependiendo de la experiencia que este tenga.

A continuación tomaré como ejemplo el cartel de danza para complementar el análisis de los carteles con los valores ya empleados:

Se presenta una imagen de cada uno de los carteles al receptor este observa una ilustración consistente en una bailarina de manera estilizada, la aplicación de los colores es relacionado por el receptor con una academia o taller donde son impartidas clases de manera juvenil, por lo tanto alegres y dinámicas esto genera en el espectador la sensación de que se adquiere conocimiento acerca de esta disciplina en este caso de una actividad artística.



METODOLOGIA

LOS carteles que se presentan tienen como objetivo difundir los eventos artísticos y culturales que se presentan en el Colegio de Ciencias y Humanidades, tanto a la comunidad del Colegio como al público exterior con el fin de lograr una mayor asistencia a las presentaciones así como para reforzar la participación de los alumnos como integrantes de un taller.

El mensaje está dirigido principalmente a toda la comunidad del CCH, alumnos, profesores y docentes en un cartel formativo-cultural ya que educa promoviendo la existencia de eventos artísticos y espectáculos culturales dando ideas y sensaciones para que el público use la imaginación.

Los eventos que se debían difundir fueron los siguientes:

IX Muestra de Danza, IX Magno Concierto Coral y X Muestra Coral del CCH; en los tres casos se conocían de antemano dichos eventos pues tuve oportunidad de asistir a estos cuando presenté mi Servicio Social en dicha Institución, también pude observar los carteles de presentaciones pasadas y hacer un análisis de ellos.



Para obtener carteles de presentaciones pasadas tuve que acudir al archivo del Departamento de Educación y Actividades Artísticas en donde se encuentran registrados, estos tienen diferentes temas relacionados con las presentaciones de los talleres artísticos que se realizan en el Colegio.

Sobre estos puedo mencionar que el formato varía de un cartel a otro, los tamaños son 43x56 cms. ó 38x53cms; la posición puede ser vertical u horizontal siendo como estos últimos la mayoría.

La tipografía no va de acuerdo con el diseño y las características del evento, para cada cartel emplean por lo menos dos familias tipográficas diferentes, para el título la utilizan con mayor grosor en un puntaje más alto que el resto de la tipografía y en Sans Serif en altas.

Para el texto informativo utilizan tipografía avalorada esta es abundante y apretada en un puntaje muy pequeño en altas con bajas por lo que distrae la atención del receptor; la elección de color es baja en impacto los colores dan una sensación fría y pesada a todo el conjunto visual.

Como imagen utilizan fotografías de presentaciones pasadas e ilustraciones estas últimas no representan lo que realmente son las

presentaciones de los talleres, su tamaño abarca 1/3 de la totalidad del plano.

Los logotipos se localizan en la parte inferior media del cartel; como medio de impresión y reproducción utilizan el offset manejado a tres tintas sobre papel bond de 80 grms.



Marcela Villalobos. 1992.

Debido a los puntos antes mencionados es importante mencionar que los carteles tuvieron poca repercusión además de que su difusión fue muy limitada.

Como parte de una investigación se emplearon encuestas a los estudiantes de los cinco planteles del Colegio con el fin de conocer cuales eran las necesidades e inquietudes de comunicación que estos tuvieran y saber cuál medio de difusión funciona mejor.

Se obtuvieron datos muy interesantes respecto a la difusión de los eventos por parte del Departamento de Educación y Actividades Artísticas; los resultados que esta aportó se grafican en los datos citados a continuación:

Todos los alumnos están enterados de que existen talleres artísticos en su plantel sin embargo la opinión de los alumnos varía en cuanto a la calidad de éstos.



Su opinión acerca de los talleres:



50%
40%
10%

- son de mediana calidad
- les gustan los talleres
- no les gustan

Asisten a eventos:



60%
40%

- nunca a asistido
- asiste cuando menos a uno

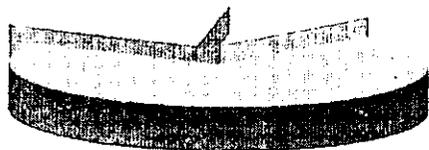
Por que medio se enteran de los eventos:



50%
30%
20%

- por medio de terceros
- por medio de carteles
- no se entera

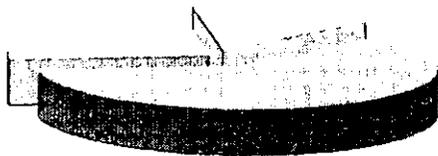
Que opinan acerca de la difusión que existe para los eventos:



70%
20%
10%

- se les debe de dar mayor difusión
- estuvo de acuerdo
- no opinó

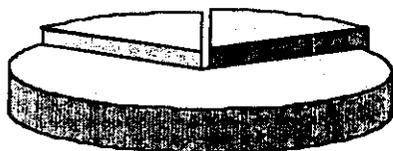
Respecto al conocimiento de los carteles:



60%
25%
15%

- respondió no conocerlos
- conocía mas de uno
- sólo conocían uno de los tres presentados

Como les parecieron los carteles:



65%
25%
10%

- Les parecieron atractivos y llamativos
- No les agradaron
- No respondió

Que imagen identifican en un cartel:



80%
20%

- Identificó al cartel con ilustración
- lo hizo con fotografía

Los carteles que motivación te provocan:



40%
30%
20%

- los carteles los motivan a asistir o a inscribirse
- no lo hacen por la calidad de estos
- no respondió

Si alguna vez te haz llevado un cartel por que lo haces:



■ 45%
□ 35%
□ 15%
□ 10%

- se llevó un cartel por gusto
- como recuerdo del CCH
- como medio de información
- no los vieron

Con base a lo anterior se pudo concluir que el medio más adecuado para transmitir información sobre los eventos es el cartel, debido a su mayor incidencia entre los estudiantes y en el cuál se debe de realizar un diseño en donde se permita visualizar el ambiente de manera original y llamativa dentro de las presentaciones propias de cada taller complementado por los conceptos propios de cada uno: modernidad, dinamismo, unidad e integración así como la personalidad de jóvenes de 16 a 19 años, sin tener que saturar de información, con esto se despierta el interés del lector y lo invita a solicitar más información de cada evento, logrando así mantener la atención del público el mayor tiempo posible.

Para el desarrollo del proyecto es necesario tratar por separado cada uno de los casos, iniciando con las consideraciones de su producción: un breve concepto de cada taller, la imagen, la elección de color y el diseño total del cartel.

En cuanto al formato para la realización de los carteles se estableció que las medidas serían de 45.5cm x 62cm la impresión en offset, fotolito con formación a 5 tintas sobre papel couché brillante de 135 grms. con acabado refinado al tamaño.

Al cambiar las dimensiones del cartel se obtuvo una buena visualización y optimización del material al ser una medida standar.

El offset como medio de impresión resulta la mejor elección al abatir costos en el tiraje de 3000 unidades a 5 tintas.

El fotolito nos conlleva a la formación de 5 tintas en línea pudiendo optimizarlo en 4 negativos, lo cuál nos arroja un incremento presupuestal tanto en fotolito como en tiraje, limitando así el alcance creativo al no poder utilizar medios tonos, degradados, gota de agua, etc. dando como resultado el empobrecimiento visual.

En cuanto al papel lo optimo es utilizar papel couché mate ya que en este las tintas sobresalen más que en el papel brillante y los carteles son estéticamente más llamativos.

Para el diseño de los tres carteles se optó por imágenes en ilustración debido a la versatilidad que ofrece y como resultado en las encuestas aplicadas, además de tener una función artística es comunicativa de tal manera que desarrolla un mensaje sugestivo dando lugar a que el receptor lo capte ya sea en forma impactante, de atractivo visual o como comunicación .

El objetivo primordial del cartel es informar, vender o convencer según requiera la imagen en este caso es un cartel informativo cultural.



IX MUESTRA DE DANZA

Es una presentación anual que se lleva a cabo al final del curso.

En ella participan los alumnos de los talleres de los cinco planteles del Colegio exhibiéndose dos tipos diferentes de danza: Folklórica y Contemporánea.

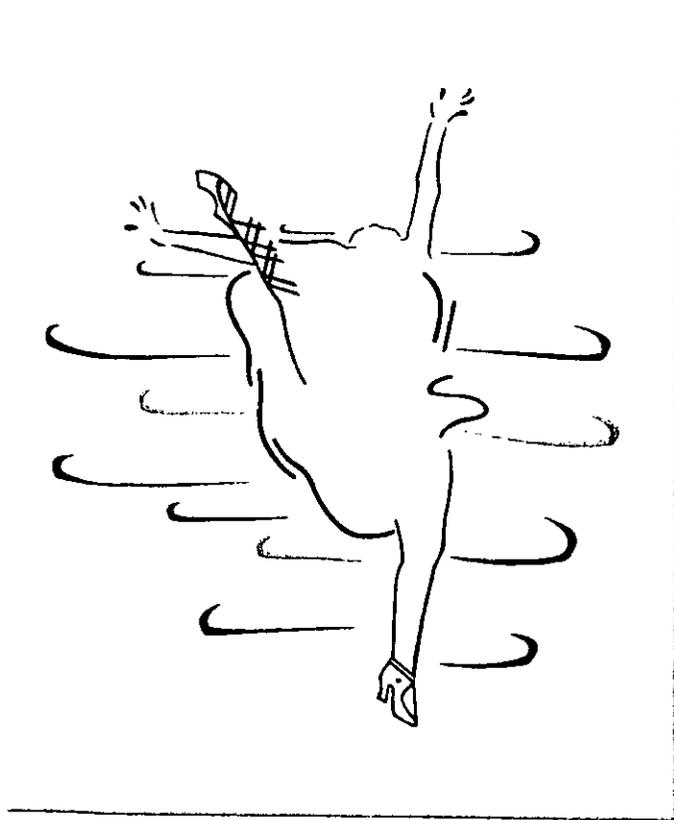
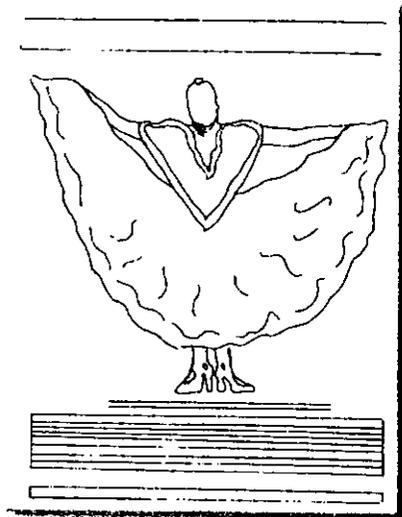
Los eventos tienen una duración de siete días y se presentan en tres foros diferentes: plantel Azcapotzalco, Museo del Chopo y Teatro Ciudadela.

El diseño del cartel IX Muestra de Danza del CCH está constituido sobre una estructura de cuadros de 1x1 cm., cada uno de los elementos es justificable sobre esta estructura. Para llegar a la imagen que representaría a la Muestra hubo un proceso de bocetaje en donde se presentan bailarines con diferente atuendo representativo de los dos tipos de danza que se presentan.

En pláticas con los profesores y organizadores se estableció que la imagen debería expresar la esencia del concepto: el movimiento, sin perder de vista las dos clases de danza que se presentan.



Las siguientes gráficas muestran el proceso antes mencionado hasta llegar a la imagen concreta.



Esta última es la imagen que se decidió para representar el concepto además de plasmar en ella dos ideas diferentes en una imagen directa.

El proceso se dirigió a representar las piernas de una persona siendo esta una de las partes del cuerpo en donde se observa mejor la ejecución del movimiento y todas sus posibilidades: extender, flexionar, girar, saltar y deslizar.

Una de las piernas es caracterizada de danza folklórica y la otra de danza contemporánea, se decidió que el bailarín fuera representado por una mujer por ser más fácil de percibir las diferencias en el atuendo de esta que en las de un hombre. La imagen está realizada trazando solo el contorno de una bailarina destacando los detalles más importantes en las piernas para poder distinguir el tipo de danza que representa en cada una de ellas.

Tras un breve estudio sobre algunas posiciones de danza se acordó que la posición ideal es en la que la bailarina gira sobre su propio eje pues en este se simboliza el movimiento como característica de todas las danzas expresándolo con destellos de giro, y al mismo tiempo se resaltan las piernas figurando de una manera sencilla, libre y elegante los adjetivos que se quieren reflejar dentro del cartel: dinamismo, modernidad e integración, centrando la atención en el motivo gráfico.

La tipografía del título es Unicom en altas, fué seleccionada porque es una familia tipográfica fina y al mismo tiempo juvenil, en altas porque es percibida de manera mas fácil que las bajas y da un sentido de formalidad, los patines de esta proporcionan sobriedad y elegancia actuando como fortalecedor semántico del motivo gráfico. La disposición tipográfica para el nombre del evento fué colocada en la esquina superior izquierda en forma de escuadra por lo que la lectura izquierda-derecha dirige la atención del título a la imagen equilibrándose con el brazo y la pierna levantada logrando una postura armoniosa entre los elementos texto-imagen

Para los carteles de los tres eventos se decidió poner sólo los datos pertinentes con el fin de que la información fuera sencilla y directa para mantener la atención del espectador el mayor tiempo posible; el texto que indica los lugares de presentación se centro para no desequilibrar el diseño y con la fuente tipográfica Avant Garde en altas para resaltar los foros.

El texto de datos que indica el lugar encabeza los tres bloques según el foro en el que se presenten, este está en la misma fuente y arreglo tipográfico que el nombre del evento para lograr un equilibrio armónico. La información de los bloques está en tipografía Avant Garde en altas con bajas y alineadas en bandera izquierda, centrado, bandera derecha para crear un balance dentro del diseño del cartel.

Por último se encuentran alineados en la parte inferior del cartel los logotipos.



COLOR

El color es un fenómeno fisiológico, su finalidad consiste en reforzar la imagen con el mensaje que se desea transmitir percibiéndolo por medio de una sensación visual.

El color ha sido analizado desde lo físico, lo químico y psicológico y es por medio de este último que se les ha dado un significado que califica y modifica lo representado.

Así mismo mencionaré los colores que fueron elegidos para los carteles propuestos, estableciendo el significado de cada color, a partir de este se les dió un sentido de acuerdo a las características de los tres eventos además de la proyección similar que existe entre ellos, no sin antes mencionar que los colores sugeridos para cada cartel a partir de este se les dió un sentido de acuerdo a las características de los tres eventos además de la proyección similar que existe entre ellos, no sin antes mencionar que los colores sugeridos para cada cartel procuran por otra parte, mantener una relación armónica con los expuestos en los otros, así el azul del primer cartel se encuentra en los otros dos, el rojo del segundo aparece en el primer y tercer cartel y así sucesivamente.

Los colores que se utilizaron en los carteles son los primarios además de negro, violeta, rosa y blanco y es en este último Graves señala que "el color blanco no es un color en el sentido estricto pero es de gran importancia en el significado de los colores"¹⁵, mientras que Harnheim dice "que el blanco tiene una doble cualidad: por un lado representa el absoluto, la integración de toda riqueza obtenida mediante la suma de todos los colores y por otro lado, es también ausencia de color, de vida"¹⁶

Rojos.- Es un color positivo, agresivo, dinámico.

Amarillo.- Estimulante, alegre, activo y afectivo.

Rosa.- Dulce y agradable.

Azul.- Simboliza la verdad, confianza y unidad, de acuerdo con Lüscher "el azul representa satisfacción y logro".¹⁷

Violeta.- Es un color asociado con la magia, Graves opina que este color significa "serenidad tranquilidad, es signo de creatividad".¹⁸

Negro.- Utilizado con el blanco es serenidad, profundidad y prudencia.

15.- Graves,

El Significado de los colores
p.101

16.- IBIDEM

HARNEHEIM
p.103

17.- IBIDEM

Lüscher,
p.97

18.- IBIDEM

Graves,
p.85



Justificación.

Para la impresión de este cartel se utilizaron cuatro tintas; el blanco como tono base para dar un sentido de agilidad, el negro se utilizó para el contorno de la imagen y la información creando un contraste con el blanco, el color rosa se usó en la tipografía del título y en algunos giros para representar la elegancia y sensualidad que existe en toda expresión de danza, los destellos de giro están representados en color azul para reforzar la idea de espectáculo ligero y divertido por último el color morado fué elegido para exaltar el carácter de éxtasis que existe en cada ejecución de movimiento.



X MUESTRA CORAL DEL CCH

SON presentaciones que se llevan a cabo al finalizar el curso en un plantel y en un foro exterior como el Antiguo Colegio de San Ildefonso, en ellos participan los alumnos de los talleres de coro de los cinco planteles del Colegio con su respectivo director vocal, en donde interpretan cada uno su propio repertorio musical acompañados solo de un órgano instrumental.



Desarrollan los aspectos de técnica vocal, expresión, solfeo y entrenamiento auditivo, este evento dura cuatro días con tres funciones diarias.



El diseño para el cartel de la Muestra Coral del CCH está constituido sobre una estructura de cuadros de 1x1cm.

Para elegir la imagen de este cartel hubo un proceso de bocetaje. La idea era transmitir por medio de una propuesta gráfica diferente el concepto del evento artístico que se desea proyectar: un evento moderno y juvenil, en el que se busca exaltar y acercar a los alumnos a este tipo de presentaciones por medio del taller artístico.

En seguida se muestra el proceso de bocetaje que se dirigió para llegar a la imagen designada a partir de una idea concreta.



Este último fué el motivo gráfico que se escogió para representar al evento, fué elegido por la integración del título y la imagen representando de una manera figurativa, versátil y original las presentaciones, y en la cuál se obtiene una composición en la que se visualizan los conceptos de equilibrio, armonía y unificación.

El diseño del motivo gráfico de este cartel contiene una imagen abstracta personificando a un director vocal, su cabeza la constituye el icono del lenguaje manejado de manera vertical, la coleta de este fue alargada para simular el movimiento del cabello, su tamaño va disminuyendo de acuerdo a los tonos que se manejan dentro de un coro: altos, medios y bajos.

Este simbolo fué utilizado porque el cartel alude a un evento en el que se expresan por medio oral.

El cuerpo es alusivo a una media luna y simboliza a una persona con brazos abiertos dirigiendo en este caso al coro.



En este cartel se utilizaron dos fuentes tipográficas, la primera fuente es Prose Antique en altas, se empleó para el nombre del evento porque esta familia tipográfica permite por su sencillez que el texto pueda ser leído fácilmente, además de darle un significado juvenil y dinámico por no ser una tipografía pesada ni extremadamente sobria.

Fué colocada en la parte superior de la imagen en forma de curva para sustituir a los integrantes del coro y así actuar como forta-lecedor semántico de la imagen.

La segunda fuente tipográfica Pinguin fué utilizada para la información que indica lugar, fecha, hora y plantel participante, se utilizó por ser una familia tipográfica juvenil, formal y legible, esta fuente sólo maneja altas.

Los lugares de presentación y temporada se enfatizan colocándolos en cuatro hileras centradas con un puntaje mas alto que el resto del texto de datos; enseguida se encuentra la información que especifica fecha, hora y plantel colocado en tres bloques dos de ellos centrados, uno en bandera izquierda y otro en bandera derecha de tal modo que se logra un equilibrio en todo el conjunto visual.

En la parte inferior del cartel están colocados de manera alineada los logotipos.

COLOR

Para la impresión de este cartel se utilizaron las siguientes tintas:

Como base es el blanco para dar el sentido de un espectáculo ligero, el icono tiene los colores primarios, cada color simboliza un tono: rojo para el alto, azul para el tono medio y para el tono bajo el amarillo.

Estos colores dan un significado juvenil, de alegría y dinamismo.

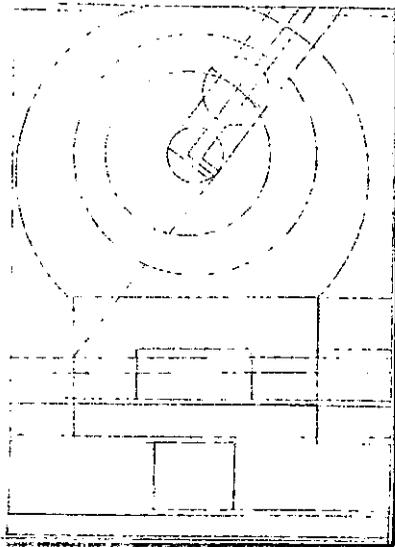
Para el cuerpo del director así como para el texto informativo se utilizó el color negro como simbolo de sobriedad y elegancia.



**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**

X MUESTRA CORAL DEL CCH

Composición del Cartel



ANTIGUO COLEGIO DE SAN ILDEFONSO
ANFITEATRO SIMON BOLIVAR
JUSTO SIERRA 16 CENTRO
FEBRERO 17- MARZO 3, 1995.

ANFITEATRO SIMON BOLIVAR

curso 17 de febrero 17:00 hrs. Píxel No. 404
Nagayacu Ciudad del Sur, C. de la Guadalupe, México

curso 21 de febrero 17:00 hrs. Píxel No.

Edificio Municipal del Centro, Ciudad del Sur

curso 23 de febrero 17:00 hrs. Píxel No. 404

Centro del Píxel No. 404, Ciudad del Sur

curso 3 de marzo 17:00 hrs. Píxel No. 404

Centro de la Guadalupe, Ciudad del Sur

curso 7 de marzo 17:00 hrs. Píxel No. 404

Centro del Píxel No. 404, Ciudad del Sur

Píxel Valljo

17 de febrero 17:00 hrs. Píxel No. 404

18 de febrero 17:00 hrs. Píxel No. 404

19 de febrero 17:00 hrs. Píxel No. 404

20 de febrero 17:00 hrs. Píxel No. 404

21 de febrero 17:00 hrs. Píxel No. 404

22 de febrero 17:00 hrs. Píxel No. 404

23 de febrero 17:00 hrs. Píxel No. 404



IX MAGNO CONCIERTO CORAL DEL CCH

Es una presentación anual de gala en la que participan los coros de los cinco planteles del Colegio acompañados de la Orquesta Sinfónica Juvenil de la Escuela Nacional de Música y el Ensamble de Percusiones de la misma, dirigidos por su propio maestro; se presentan en foros externos de gran nivel como la Sala Nezahual-cóyotl, Sala Xochipilli de la Escuela Nacional de Música y Anfiteatro Simón Bolívar, es un evento en el cuál el repertorio musical es interpretado por los coros de los cinco planteles con obras de gran belleza como Carmina Burana.

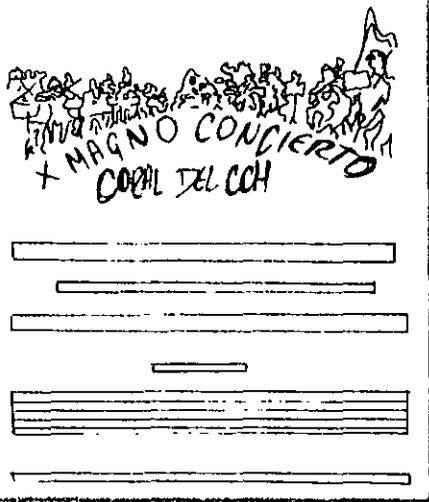
Es un espectáculo que además de ser interesante y ligero se conjugan diversas emociones, ideas ó recuerdos.

Su característica principal es la calidad.

El cartel del Magno Concierto Coral del CCH está constituido sobre una estructura de cuadros de 1x1cm.

Después de varias imágenes que se aproximan al concepto la última imagen fué la que se eligió pues describe al evento de una manera sencilla, directa y atractiva.





Esta imagen fue elegida por tener un significado propio hacia todos los estilos y géneros que a música se refiere.

Las notas se encuentran agrupadas para proyectar unidad e integración de todos los participantes de este evento.

El título está constituido por tipografía Times New Roman en altas la cuál va de acuerdo al concepto del concierto, los patines proporcionan formalidad, sencillez y elegancia, se centró para conceder un lugar importante.

Su arreglo tipográfico consiste en destacar con mayor puntaje los datos mas importantes.

Dicho cartel se compone de las siguientes características:

La imagen es una clave sol repetida cinco veces la cuál personifica a cada plantel del Colegio de Ciencias y Humanidades, son justificadas al centro del formato.



Así pues se colocó Magno en mayor puntaje alargando su primera y última letra, en el centro de esta se acomodó concierto coral estirada para dar el sentido de evento fino y grande, el número del concierto se sitúa en la parte de arriba del título para no desequilibrar el diseño, por último abajo de concierto coral se alinea del CCH 1995 fortaleciendo con esta ubicación el sentido de dirección.

El texto de datos se encuentra justificado al centro en tipografía Toronto en altas para dar un sentido de formalidad además de poder visualizarlas mejor.

En el texto informativo se destacan las salas en donde se realizan las presentaciones seguidas por la dirección, fecha y hora manejadas en menor puntaje en altas con bajas en la tipografía Palm Springs.

Para los participantes se utilizó la familia tipográfica Erie Black en altas con bajas dividido en tres bloques justificados en bandera izquierda, bandera derecha y centrado para crear un balance en el diseño, por último se centró Entrada Libre subrayado para que sobresalga.

Los logotipos están ubicados en la parte inferior del cartel, así se permite visualizar fácilmente sin distraer la atención.

Color

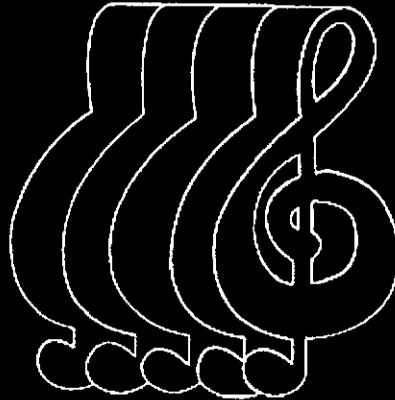
Este cartel cuenta con cuatro tintas, estas fueron elegidas en función al diseño, el negro es la base estableciendo la elegancia y sobriedad que caracteriza este evento, la tipografía en blanco para contrastar y crear un impacto visual, los colores de las cinco notas son el rojo con el que se exalta la pasión, energía y fuerza; azul como armonía, ligereza y vivacidad del espectáculo, el color morado para representar el misticismo.

Estos colores fueron elegidos para personalizar no solo el evento sino el carácter interpretativo de las obras presentadas.



1X MAGNO

CONCIERTO CORAL
del CCH 1995



SALA NEZAHUALCÓYOTL

del Centro Cultural Universitario inaugurado por 2000 1 de junio 19-00 horas

SALA XOCHIMILLI

de la Universidad Nacional de México

Reconstrucción 1 de Copacabana

6 de junio 19-00 horas

ANFITEATRO SIMÓN BOLÍVAR

del Antiguo Colegio de San Ildefonso

Justo Sierra 16 - Ciudad

19 de junio 19-00 horas

El programa incluye a los coros
de 8 y 12 años, los coros de México y
Toluca, y los coros de San Ildefonso

Entradas

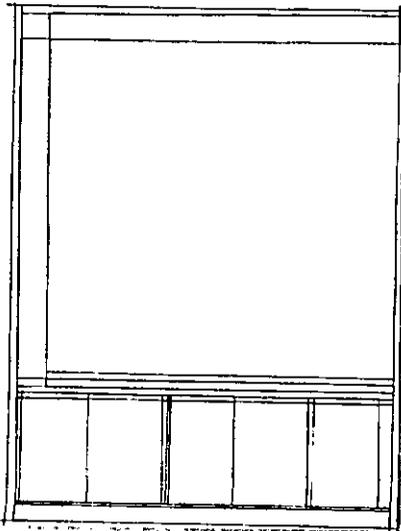
El programa de este concierto es el 1.º de
los coros de México y
Toluca, y los coros de San Ildefonso

El programa de este concierto es el 1.º de
los coros de México y Toluca, y los coros
de San Ildefonso

Unidad Lira



Composición del Cartel



METODOLOGIA

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

HISTORIA DEL CARTEL

Cartel.- Papel, pieza de tela o lamina de otro material en que hay inscripciones y se exhibe con diversos fines en la vía pública, se inicia en el siglo XVIII y adquiere calidad artística a fines del siglo XIX.

-Papel con letras, sílabas o palabras que sirve en las escuelas para enseñar a leer.

-Escrito que se hacía público para un desafío.

Existen diversos terminos sobre un cartel, sin embargo en todos se cumple el mismo objetivo: comunicar, "trasmitiendo mensajes sobre el sentimiento, el gusto, la imaginación e ideas de la cultura de su tiempo".

El cartel surge como una necesidad de comunicación por medio de la imágen, primero como anuncio público el cual sufre una modificación a partir del siglo XIX permitiendo un gran desarrollo y evolución que junto con el perfeccionamiento de los sistemas de impresión y reproducción en la invención de la litografía, es reconocido como cartel formando parte del desarrollo comercial de la Revolución Industrial convirtiendolo en un medio de promoción lucrativa.

El cartel es un soporte gráfico del que se vale el diseñador gráfico para informar de manera directa, impactante y persuasiva al público.

Uno de los principales artistas que inician el movimiento cartelístico y lo introducen a todo el mundo fue Jules Chéret siendo el primero en utilizar como medio de impresión la litografía a color.

Expresa con fidelidad el espíritu de la época llamada fin de siglo, pero elevandolo a un mundo de ilusiones mediante un estilo casi alegórico en el trazo del dibujo; son célebres sus figuras de mujeres alegres, luciendo grandes escotes.



AMBASSADEURS



la jolie Pagette

Chéret manifiesta que "los carteles eran excelentes murales"⁹, y esto puede ser una justificación en el diseño de estos pues se basa en las composiciones de la pintura mural europea: Alargadas, verticales, y rectangulares incorporando al lenguaje popular de su época como ferias y circos de Inglaterra, marcando un estilo basado en la suavidad de expresión, fuerte trazo negro marcando los contornos. y tonos vivos, son un comentario decorativo de la vida que se desarrollaba en las calles en donde aparecieran los carteles.

9.- Barnicoat, John
Los Carteles su historia y su lenguaje
p. 2

Chéret es reconocido como el primer y mejor cartelista pues con sus obras crea de cierto modo un estilo seguido por otros jóvenes artistas, da los primeros pasos para el reconocimiento del cartel desde entonces mantienen una estrecha relación con los movimientos artísticos de vanguardia que han enriquecido su función comunicadora en la sociedad.

Una de las principales vanguardias que formaron parte de este movimiento artístico es el Art Nouveau, sus primeras manifestaciones surgen a fines del siglo XIX iniciado por el entusiasmo de un grupo de diseñadores y escritores con la idea de crear algo nuevo, de ahí viene la interpretación de este movimiento que se convierte en un estilo con un criterio de sobria funcionalidad.

El diseño de carteles formó parte de este movimiento artístico. con un valor decorativo y ornamental a las configuraciones lineales que derivan de formas orgánicas inspiradas en la naturaleza.

Un ejemplo de estos carteles es Alphonse Mucha que por su asombrosa labor cartelística es una muestra típica del Art Nouveau por ello es etiquetado como el hombre L' Art Nouveau, Mucha se opuso a esta designación, afirmando que "el arte era eterno y nunca podría ser nuevo"¹⁰, su trabajo está ligado a este movimiento y debe ser considerado como parte de su auge.

La impresión y colocación del diseño en los carteles produjeron conmoción de la noche a la mañana por su figura de tamaño natural, modelo de mosaico y figura alargada.

Sus carteles mas conocidos son los relacionados con Sara Bernhardt quien fue la responsable de encargar el primer cartel que le traeria el éxito a Mucha: Gismonda.

Otros carteles que fueron reconocidos en este movimiento son las obras de Lautrec quien establece al cartel como caracter social para publicitar lugares nocturnos.



Lautrec fue un artista joven que comenzó a realizar carteles bajo una fuerte influencia de Chéret y con los adelantos de la Revolución Industrial. Lautrec aportó al cartel un elemento caricaturesco, irónico y satírico que representa la vida nocturna de París, lo estableció como carácter social para publicitar lugares nocturnos como tabernas y bares por mencionar algunos.

En su diseño se basa en la sensibilidad de la línea, sutil, movida, ágil y expresiva. Con dibujo analítico y descriptivo, libre de expresión no solo con fines ornamentales sino didácticos y publicitarios o de comunicación, por la gran importancia que desempeña la imagen.

Sus obras contribuyeron a que el cartel fuera considerado como forma artística del arte del siglo XX.



Las obras de arte gráfico de gran calidad ya no solo se verían en los museos y en los lujosos salones de París. Su presencia en las calles demostrarían que eran arte para el pueblo.

Los carteles al paso del tiempo "han tenido una asimilación de antecedentes históricos de las vanguardias estéticas que han enriquecido su función comunicadora en la sociedad".¹¹

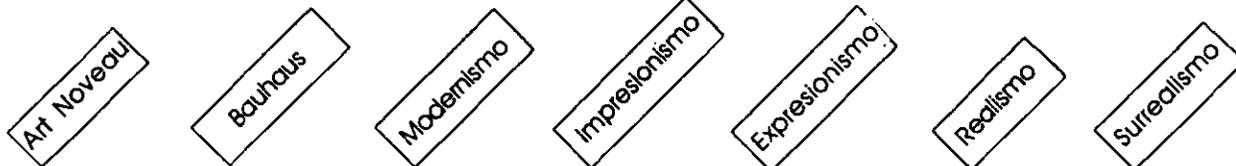
El Art Noveau no solo fue la primera corriente artística que marco la vanguardia en los carteles, definiendo estilos y tendencias muy importantes en los movimientos artísticos tanto del siglo XIX como del XX, influyendo en la creación de nuevos estilos artísticos como el hippy en el que la forma de decoración de este cartel debe mucho al

movimiento Noveau; su diseño se caracteriza por ser mas brillante, mas elaborado y accesible a su predecesor es un cartel con un sentido mas crítico y comprometido con las causas populares.

Se inspira en varias tácticas: las fluidas curvas sinuosas del Art Noveau, la intensa vibración visual del color asociada con el breve movimiento del arte óptico popularizado entre otras cosas por el reciclaje de imágenes de la cultura popular.

Por medio del Art Noveau se establece una corriente vanguardista con el uso de signos y símbolos dejando a un lado la antigua visión naturalista que transformó a la pintura, al diseño publicitario y al cartel.

Estos se convirtieron en un signo, en el cuál el desarrollo de diferentes aspectos de una sola idea estaban representados en una misma obra, dandole una carácter multifacético que ha sido conservado por el cartel moderno.



11. René Azcoy
1 Bienal del Cartel en México
p.19

A partir de este estilo se desprenden otras tendencias que trascienden como lo es el modernismo que abarca desde el Art Nouveau hasta el Bauhaus, el modernismo representó un trabajo individual, convirtió a la pintura y al cartel en un producto de intelecto del artista, que buscó tener una nueva organización y alcanzó los denominados movimientos artísticos finales, la abstracción se convierte en un hecho nuevo, lo mas importante no es que decir, sino como decirlo.

En esta corriente el lenguaje que se maneja en los carteles está basado en la forma y el color, en donde el talento creativo no es una cualidad del diseñador gráfico que debe de crear anuncios para un público en general.

La Bauhaus era una escuela superior de Bellas Artes que buscaba la integración de las necesidades de una sociedad en el arte, se caracteriza por tener un carácter teórico y una tendencia hacia los aspectos prácticos, y con niveles artísticos que teorizaban al arte; de tal manera que se reunieron aspectos científicos y estéticos con una tendencia idealista.

Posteriormente el cartel sufre un cambio estilístico debido a los movimientos artísticos en la pintura que surgieron en la época en los que surgen otros estilos como el impresionismo, expresionismo, realismo y surrealismo.

El expresionismo toma impulso a finales del siglo XIX se caracteriza por tener colores brillantes, pincelada gruesa, gestos distorsionados, formas emocionales y el empaste proponiendo con esto

una alternativa al naturalismo, en 1919 el cartel es realizado por medio de la ilustración mostrando los productos como son, debido al surgimiento del realismo, para anunciar se mostraban productos de grán calidad utilizando recursos nuevos que traería el siglo XX como la fotografía combinado con los restantes componentes del mismo sin superar en un principio la calidad de la ilustración.

A partir de los años 20 surge el surrealismo como una revelación de una nueva dimensión, se distorciona por la yuxtaposición ilógica de los elementos realistas, se adaptaron elementos de la pintura surrealista como la imagen teatral y sombras alargadas, como las de Dalí, a consecuencia del recurso de la fotografía comienza la utilización de los montajes fotográficos, dentro del surrealismo se puede presentar una misma idea de varios modos.

Esta corriente se divide en dos fases desde su surgimiento en los años veinte hasta la segunda guerra mundial; la segunda comienza en los cincuentas y aún no termina.

Las corrientes artísticas han ido marcando época y carácter, los carteles aumentan en calles y avenidas de las ciudades dando continuidad a esta tradición gráfica centenaria logrando que el cartel tenga una aportación en la cultura de los pueblos.



Mas tarde surge el cartel decorativo asociado al desarrollo industrial y comercial con un diseño aplicado a la publicidad con el fin de dominar el mercado estableciendolo con miras a las ventas de sus productos en las mejores condiciones posibles, el diseño de este cartel se basa con la aplicación extensa de imágenes tanto fotográficas como plásticas y de frases atractivas para englobar el objetivo del cartel de resaltar las cualidades del producto informando y vendiendo.

El cartel es ahora común como medio de comunicación, se utiliza para anunciar eventos, educar, informar, motivar o atraer en relación al contenido del mensaje que trasmite, manifiesta un reclamo político, la invitación a escuchar un concierto o a una mesa redonda, el anuncio de un ciclo de películas, prevenciones contra enfermedades, etc.

"El cartel trasmite el mensaje y procura la acción"¹², un cartel imaginativo y bien realizado puede sorprendemos y provocarnos a actuar.

Su propuesta es llamar la atención primero atraer y segundo informar transmitiendo mensajes breves por medio de diversos elementos.

Un cartel puede ser realizado en diversas proporciones dando espacio a la creatividad utilizando imagen y texto para ello o bien estos elementos individualmente en el formato establecido y así poder transmitir a través de estos un mensaje que además de ser perceptible pueda ser legible desde la distancia.

Los elementos letra-imágen pueden ser compuestos de maneras muy variadas van desde la fotografía, dibujos, estampas, recortes o tipografía; a partir de lo común se pueden lograr efectos interesantes valiéndonos de diferentes técnicas como el gouche, recorte, tinta china, lápices de colores acuarelas o recurrir a la evolución tecnológica de una computadora para ilustrar utilizando paquetes como Corel Draw, Adobe Illustrator, Mac Point o Photoshop.

El color forma parte importante del diseño, puede existir un grán despliegue cromático, esto no implica que se deben de usar los 40 o 50 colores que se puedan encontrar en tintas sino que se utilicen colores complementarios o armónicos, contrastantes, llamativos y luminosos.

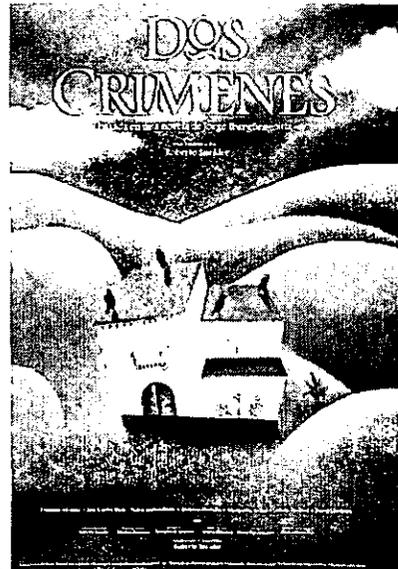
"La lucha de estas opciones es la gracia del cartel".¹³

Su proceso de fabricación a veces casi artesanal le da una atracción interesante, finalmente se lleva a reproducir por medio de la técnica de impresión offset, el cuál permite obtener grandes tirajes para la difusión de masas.

Dentro de todas las manifestaciones de comunicación que existen, el cartel es el medio de promoción que ha perdurado a través de los años, ha sido festigo de desarrollos "espejo del momento presente y museo de la calle"¹⁴, porque responde sin duda alguna a las circunstancias sociales y

culturales del momento por ser consubstancial a la actualidad.

Su directa, específica y efectiva permite que diversos status sociales y culturales lo utilicen como medio de comunicación por el hecho de que su producción es poco costosa y obedece a sus intereses: anuncia, informa y otras veces divulga lo conocido de una manera novedosa, permitiendo que el espectador lo perciba al mirar, observar, examinar, descubrir y comprender el mensaje que se le quiere comunicar, logrando así un impacto visual inmediato estimulando poco a poco el sentido estético del espectador además de una educación artístico cultural.



12.-1. Bienal del Cartel en México 1990

Mostafá K. Tolba

p. 24

14.-2. Bienal Internacional del Cartel

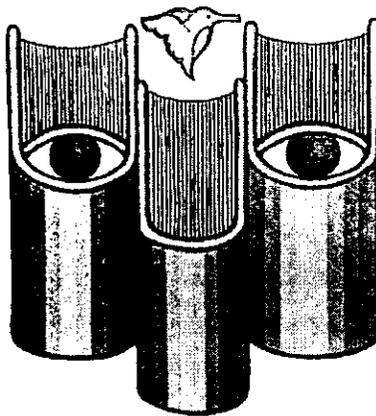
Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

Depto. del D.F. Trama Visual A.C. p. 11

Categorías del cartel

Los carteles han sido clasificados de acuerdo a su función dentro del medio social en las siguientes categorías:

Cartel formativo.- Se sitúa en el cartel de propaganda, se habla de éste siempre y cuando exista alguna institución de estado o entidad de carácter político que emita un mensaje a un gran número de individuos, no tiene como propósito vender objetos de consumo sino una ideología o forma de conducta social, educando o exhortando para dar conocer la existencia de eventos, reuniones sociales, espectáculos, etc.



XIII
FERIA INTERNACIONAL
DEL LIBRO INFANTIL Y JUVENIL
del 4 al 19 de octubre de 1972
MEXICO 1972

Cartel Informativo.- Asume una función referencial sin unirse a ninguna posición ideológico política, se utiliza para expandir los hábitos de seguridad, limpieza, higiene, altruismo, orden o bien salud.



"SIDA" 1994
Patricia Ordóñez



Imaginación...
Programa de Promoción de la lectura.

Cartel formativo-Informativo.- Es aquel que contiene de manera conjunta los dos aspectos recién mencionados

Cartel político social.- Tiene una intención social para la comunidad en general, se relaciona con un hecho público de actualidad representado generalmente por una imagen que se honra o se repudia.



MÉXICO RECHAZA LA VIOLENCIA

México rechaza la violencia 1994
Eduardo Telles

Cartel de reflexión y denuncia.- Anuncia con mayor diversidad y libertad, utiliza el buen humor y la ira; incluye carteles de grupos étnicos minoritarios, carteles psicodélicos, feministas, de la organización nacional de gay's, etc.



Zapata Vive 1995
Eric Olivares



VI Festival de Sinaloa 1992
Martha León



Studio H 1995
Rio de Janeiro

Cartel Cultural.- No tiene fines lucrativos, su principal objetivo es promover actividades culturales, intelectuales, artísticas, turísticas, científicas y educativas.

Este cartel se aproxima a la pintura con la diferencia de que el cartel utiliza texto es más actual y efímero. Son parte de la sensibilidad humana.

La imagen que se maneja en este tipo de carteles es predominante, debe de mostrarse la realidad compleja de la actividad que esta impulsando dando ideas y sensaciones de un evento cultural para que el público use la imaginación, además, este cartel suele ser coleccionable teniendo a veces la oportunidad de ser expuesto en galerías y museos.

Un aspecto positivo de el cartel cultural es que pone al público en contacto con nuevas formas artísticas y los sensibiliza.

Cartel Publicitario.- Tiene la función primordial de acelerar el proceso económico de una sociedad mediante la promoción de bienes y servicios incitando al observador a comprar.

Este cartel utiliza la belleza y erotismo del cuerpo y los ideales de la clase social alta representados por algunos personajes de cine, teatro y televisión, por lo tanto es común encontrar imágenes realistas y fotográficas, entrando en juego la persuasión por medio del logotipo, nombre del producto y el slogan.

El cartel tiene como objetivo fomentar una participación, incrementar un interés, persuadir un deseo y originar una acción de consumo, es decir vender informando por ello su contenido debe de ser llamativo, comprensible y persuasivo.

Un cartel está compuesto por imágenes o textos a través de ellas logra atraer y retener la atención de los espectadores utilizando un lenguaje visual propio consistente en la ilustración o en la fotografía las cuales ayudan a que el trabajo del comunicador sea claro.

Cada recurso es empleado de acuerdo a un estudio que se realiza para comprobar que técnica es la mas apropiada de acuerdo a las necesidades y características que requiera el mensaje que se va a difundir; sin embargo cada método puede ser sujeto a valores pragmáticos, sintácticos y semánticos.

Pragmático.- Corresponde a una existencia real del objeto practicado a través de los signos.

Sintáctico.- Corresponde a la estructura, al ordenamiento de los elementos signicos.

Semántico.- Es la conceptualización, el significado.

El cartel puede ser solucionado por medio de la fotografía o la ilustración de acuerdo a las necesidades que requiera el mensaje.

Cada una de estas dos técnicas tiene aportaciones diferentes que te permiten escoger el recurso que sea de mayor conveniencia ya que cada una corresponda a las exigencias del momento.

Un factor importante que interviene es el económico; es por ello que la fotografía en algunas ocasiones es desplazada por la ilustración pues sus costos de edición e impresión son menos elevados.

El tiempo es otro factor que interviene en el proceso de elaboración de un cartel, sin lugar a dudas la ilustración permite mas rapidez y en muchos casos una ilustración de detalle estriba la credibilidad del espectador al confundirla con una fotografía.

La fotografía visualmente goza de mayor credibilidad tiene un poder de influencia en el público que se acrecenta gracias a la tecnología digital ofreciendo grandes posibilidades.

El medio de la fotografía tiene un lenguaje que se puede incluir y disponer de el, al permitir emplearlo en otros soportes gráficos como el cartel, el folleto y el espectacular entre otros.

El estudio del mensaje fotográfico comienza con la pragmática en donde se presenta la información y se comprende a la imagen fotográfica que la representa de una manera objetiva; en la sintaxis la imagen se desplaza desde un plano simbólico, es decir al no ser real lo aceptamos como tal dependiendo de la habilidad del receptor y en la semántica se debe a los diversos significados que se le atribuyen a la imagen.

En el mundo de la ilustración se pueden utilizar elementos figurativos, abstractos por lo que la credibilidad y el nivel de comprensión es un tanto mas bajo que la fotografía no dejando de ser interesante y logrando un fuerte impacto en el espectador.

Para asentar el recuerdo de una idea a través de una imagen es mas efectivo un dibujo o ilustración que una fotografía porque puede huir de la realidad, brindar mayores posibilidades de crear impacto y, en consecuencia quedar en la memoria; así la imagen puede tener fuerza, carácter y estilo.

Por lo tanto la ilustración obedece dentro de la pragmática a diversos valores que la conforman comenzando por la legibilidad que ofrece la imagen en un cartel al colocarla a determinada distancia que debe existir para que el receptor la pueda percibir sin perder detalle de la imagen ni de la tipografía, en la visibilidad, la colocación en lugares estratégicos para que el público lo distinga facilmente sin distraer su atención, la iluminación es importante pues esta no debe de distorsionar la gama que a sido aplicada al cartel de lo contrario se modifica su contexto.

Sintácticamente la imagen se traslada desde un plano icónico en donde la imagen puede ser abstracta, estilizada o referencial, no es real se parece, dependiendo al igual que en la fotografía de la experiencia que tenga el receptor; semánticamente se desarrolla a partir de la noción que tiene el receptor acerca de la ilustración percibiendola de diferentes maneras como movimiento, alusión etc. estableciendo así una retórica de la imagen.



El utilizar uno u otro recurso no significa que el diseño sea mejor, lo importante es que al aplicarlos sea cubriendo las exigencias que requiera el trabajo en el momento con creatividad como se muestra en las proximas imágenes

El presente trabajo se desenvuelve basicamente en la ilustración y la tipografía.





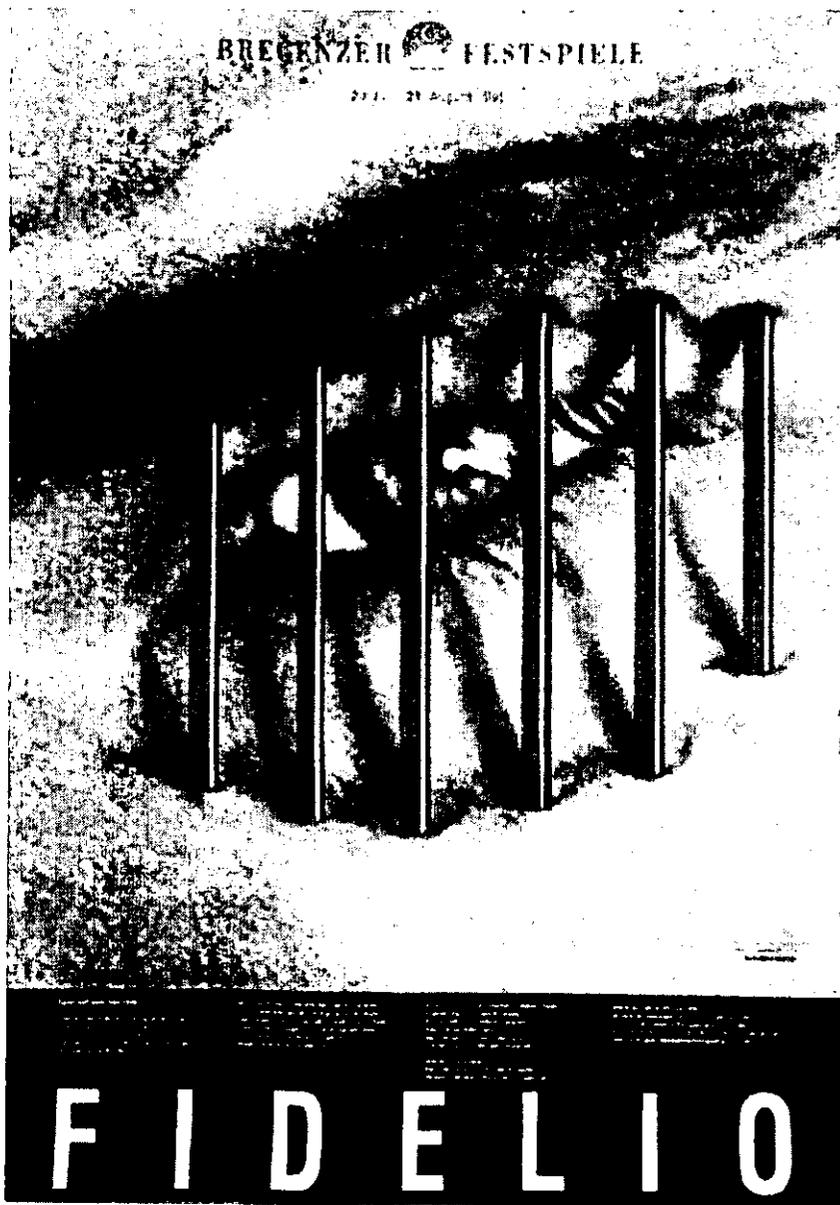
50 años de exilio español en la UNAM 1989
Carlos Haces



Mujeres Insuñis 1995 Germán Montalvo



Sobrenatural 1996 Giovanni Tracani



Lugar Reinhold 1996 Fichlio



Salón México 1995 Dante Escalante



O Ibinski-Katal 1995 Falstaff



Bancomer Q 1997 Rafael Treviño



Unanse 1995 Danis Paul

La elaboración de los carteles para eventos artísticos del Colegio de Ciencias y Humanidades surgen a partir de la necesidad que existe en el Colegio por difundir los talleres artísticos así como la realización de eventos organizados por los mismos principalmente a los alumnos para alentarlos a que participen en ellos, a la comunidad del Colegio, y al público exterior para que asistan a las presentaciones que se realizan.

El medio elegido es el cartel pues se consideró que a través de este se puede entablar una comunicación con los jóvenes de una manera rápida y eficaz sin que estos sientan una imposición.

En los carteles se utiliza como imagen describiendo la actividad que se desarrolla de una manera sencilla en el trazo y en el concepto de cada taller en donde sobresale lo más importante de cada actividad sin saturar de elementos y sin caer en la redundancia.

En la imagen se proyecta de manera diferente a las presentaciones no se trata de una fotografía o una ilustración a través de la cual se muestre la realidad sin aportar nada o de una imagen aburrida y pesada.

La imagen que representa a los eventos es ligera, diferente; ofrece versatilidad pues permite que el espectador despierte su imaginación al

dar diferentes sentidos y significados a la imagen sin perder de vista el concepto real del evento identificándose con las necesidades del espectador adolescente.

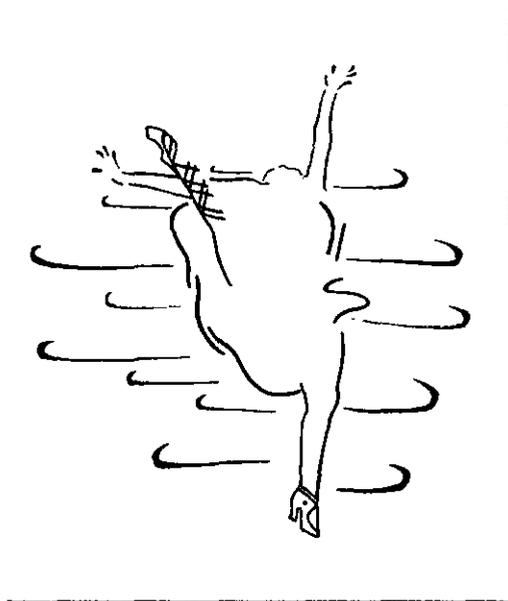
Semánticamente en estos carteles se utiliza como ilustración una imagen relativa describiendo la actividad con todo y el ambiente que se desarrolla en los talleres empleando un arreglo tipográfico que representa a los mismos con una buena legibilidad, los colores son relacionados por el receptor como una actividad juvenil, alegre y ligera; en cuanto a la visibilidad debo mencionar que existen pocos lugares estratégicos para su exhibición sin embargo estos son saturados para pegar recados, anuncios y otros carteles que no pertenecen a actividades propias del Colegio.

Una sugerencia para la solución de este problema es el instalar más pizarras en lugares de afluencia en una zona con una buena iluminación, colocar los carteles con pegamento y solo permitir que sean expuestos aquellos que estén sellados por el departamento de Difusión Cultural.

Sintácticamente la imagen es manejada desde un plano icónico cada uno tomando en cuenta los gustos y necesidades de la población adolescente que acude al CCH, el concepto puede ser percibido por el receptor de diferentes maneras como movimiento o alusión entre otros dependiendo de la experiencia que este tenga.

A continuación tomaré como ejemplo el cartel de danza para complementar el análisis de los carteles con los valores ya empleados:

Se presenta una imagen de cada uno de los carteles al receptor este observa una ilustración consistente en una bailarina de manera estilizada, la aplicación de los colores es relacionado por el receptor con una academia o taller donde son impartidas clases de manera juvenil, por lo tanto alegres y dinámicas esto genera en el espectador la sensación de que se adquiere conocimiento acerca de esta disciplina en este caso de una actividad artística.



METODOLOGIA

LOS carteles que se presentan tienen como objetivo difundir los eventos artísticos y culturales que se presentan en el Colegio de Ciencias y Humanidades, tanto a la comunidad del Colegio como al público exterior con el fin de lograr una mayor asistencia a las presentaciones así como para reforzar la participación de los alumnos como integrantes de un taller.

53

El mensaje está dirigido principalmente a toda la comunidad del CCH, alumnos, profesores y docentes en un cartel formativo-cultural ya que educa promoviendo la existencia de eventos artísticos y espectáculos culturales dando ideas y sensaciones para que el público use la imaginación.

Los eventos que se debían difundir fueron los siguientes:

IX Muestra de Danza, IX Magno Concierto Coral y X Muestra Coral del CCH; en los tres casos se conocían de antemano dichos eventos pues tuve oportunidad de asistir a estos cuando presenté mi Servicio Social en dicha Institución, también pude observar los carteles de presentaciones pasadas y hacer un análisis de ellos.

Para obtener carteles de presentaciones pasadas tuve que acudir al archivo del Departamento de Educación y Actividades Artísticas en donde se encuentran registrados, estos tienen diferentes temas relacionados con las presentaciones de los talleres artísticos que se realizan en el Colegio.

Sobre estos puedo mencionar que el formato varía de un cartel a otro, los tamaños son 43x56 cms. ó 38x53cms; la posición puede ser vertical u horizontal siendo como estos últimos la mayoría.

La tipografía no va de acuerdo con el diseño y las características del evento, para cada cartel emplean por lo menos dos familias tipográficas diferentes, para el título la utilizan con mayor grosor en un puntaje más alto que el resto de la tipografía y en Sans Serif en altas.

Para el texto informativo utilizan tipografía avalon esta es abundante y apretada en un puntaje muy pequeño en altas con bajas por lo que distrae la atención del receptor; la elección de color es baja en impacto los colores dan una sensación fría y pesada a todo el conjunto visual.

Como imagen utilizan fotografías de presentaciones pasadas e ilustraciones estas últimas no representan lo que realmente son las

presentaciones de los talleres, su tamaño abarca 1/3 de la totalidad del plano.

Los logotipos se localizan en la parte inferior media del cartel; como medio de impresión y reproducción utilizan el offset manejado a tres tintas sobre papel bond de 80 grms.



Marcela Villalobos. 1992.

Debido a los puntos antes mencionados es importante mencionar que los carteles tuvieron poca repercusión además de que su difusión fué muy limitada.

Como parte de una investigación se emplearon encuestas a los estudiantes de los cinco planteles del Colegio con el fin de conocer cuales eran las necesidades e inquietudes de comunicación que estos tuvieran y saber cuál medio de difusión funciona mejor.

Se obtuvieron datos muy interesantes respecto a la difusión de los eventos por parte del Departamento de Educación y Actividades Artísticas; los resultados que esta aportó se grafican en los datos citados a continuación:

Todos los alumnos están enterados de que existen talleres artísticos en su plantel sin embargo la opinión de los alumnos varía en cuanto a la calidad de éstos.



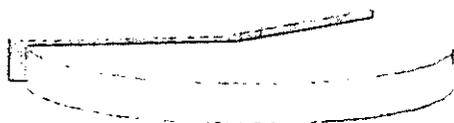
Su opinión acerca de los talleres:



50%
40%
10%

- son de mediana calidad
- les gustan los talleres
- no les gustan

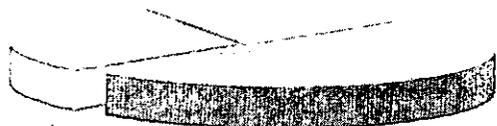
Asisten a eventos:



60%
40%

- nunca a asistido
- asiste cuando menos a uno

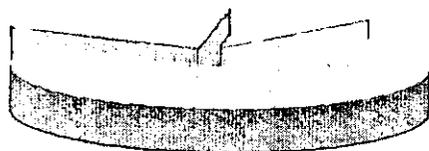
Por que medio se enteran de los eventos:



50%
30%
20%

- por medio de terceros
- por medio de carteles
- no se entera

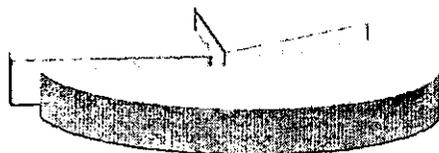
Que opinan acerca de la difusión que existe para los eventos:



70%
20%
10%

- se les debe de dar mayor difusión
- estuvo de acuerdo
- no opinó

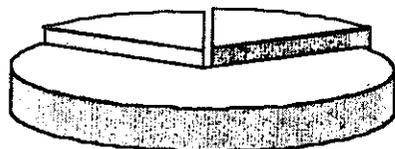
Respecto al conocimiento de los carteles:



60%
25%
15%

- respondió no conocerlos
- conocía mas de uno
- sólo conocían uno de los tres presentados

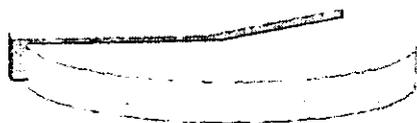
Como les parecieron los carteles:



65%
 25%
 10%

- Les parecieron atractivos y llamativos
- No les agradaron
- No respondió

Que imagen identifican en un cartel:



80%
20%

- identificó al cartel con ilustración
- lo hizo con fotografía

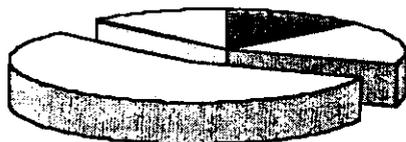
Los carteles que motivación te provocan:



40%
30%
20%

- los carteles los motivan a asistir o a inscribirse
- no lo hacen por la calidad de estos
- no respondió

Si alguna vez te haz llevado un cartel por que lo haces:



45%
35%
15%
10%

- se llevó un cartel por gusto
- como recuerdo del CCH
- como medio de información
- no los vieron

Con base a lo anterior se pudo concluir que el medio más adecuado para transmitir información sobre los eventos es el cartel, debido a su mayor incidencia entre los estudiantes y en el cuál se debe de realizar un diseño en donde se permita visualizar el ambiente de manera original y llamativa dentro de las presentaciones propias de cada taller complementado por los conceptos propios de cada uno: modernidad, dinamismo, unidad e integración así como la personalidad de jóvenes de 16 a 19 años, sin tener que saturar de información, con esto se despierta el interés del lector y lo invita a solicitar más información de cada evento, logrando así mantener la atención del público el mayor tiempo posible.

Para el desarrollo del proyecto es necesario tratar por separado cada uno de los casos, iniciando con las consideraciones de su producción: un breve concepto de cada taller, la imagen, la elección de color y el diseño total del cartel.

En cuanto al formato para la realización de los carteles se estableció que las medidas serían de 45.5cm x 62cm la impresión en offset, fotolito con formación a 5 tintas sobre papel couché brillante de 135 grms. con acabado refinado al tamaño.

Al cambiar las dimensiones del cartel se obtuvo una buena visualización y optimización del material al ser una medida standar.

El offset como medio de impresión resulta la mejor elección al abatir costos en el tiraje de 3000 unidades a 5 tintas.

El fotolito nos conlleva a la formación de 5 tintas en línea pudiendo optimizarlo en 4 negativos, lo cuál nos arroja un incremento presupuestal tanto en fotolito como en tiraje, limitando así el alcance creativo al no poder utilizar medios tonos, degradados, gota de agua, etc. dando como resultado el empobrecimiento visual.

En cuanto al papel lo optimo es utilizar papel couché mate ya que en este las tintas sobresalen más que en el papel brillante y los carteles son estéticamente más llamativos.

Para el diseño de los tres carteles se optó por imágenes en ilustración debido a la versatidad que ofrece y como resultado en las encuestas aplicadas, además de tener una función artística es comunicativa de tal manera que desarrolla un mensaje sugestivo dando lugar a que el receptor lo capte ya sea en forma impactante, de atractivo visual o como comunicación .

El objetivo primordial del cartel es informar, vender o convencer según requiera la imagen en este caso es un cartel informativo cultural.



IX MUESTRA DE DANZA

Es una presentación anual que se lleva a cabo al final del curso.

En ella participan los alumnos de los talleres de los cinco planteles del Colegio exhibiéndose dos tipos diferentes de danza: Folklorica y Contemporánea.

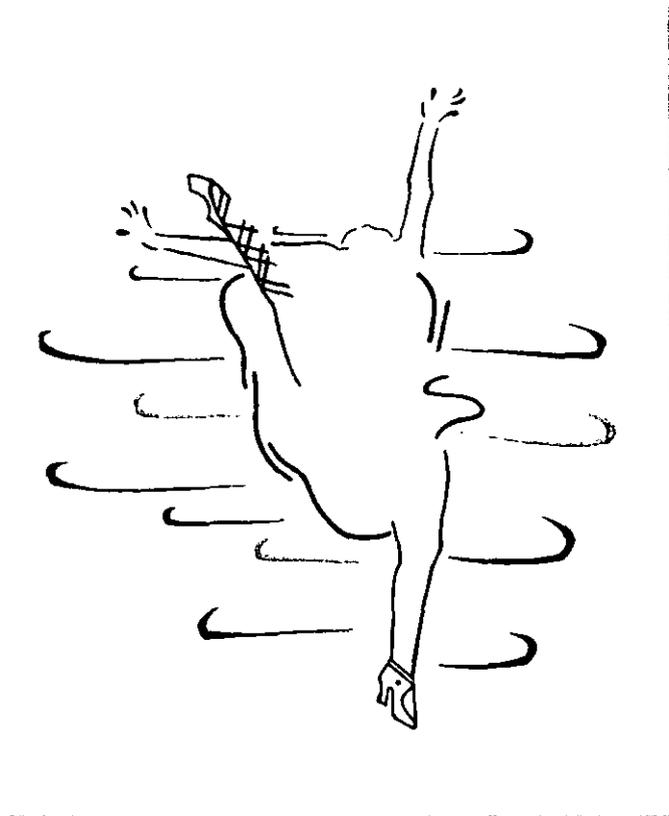
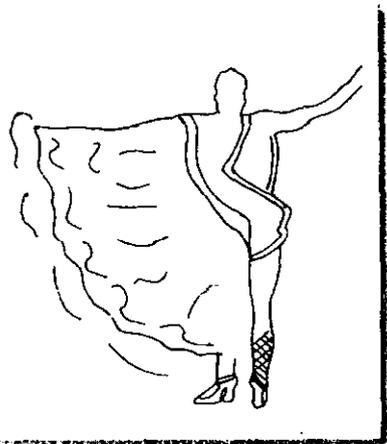
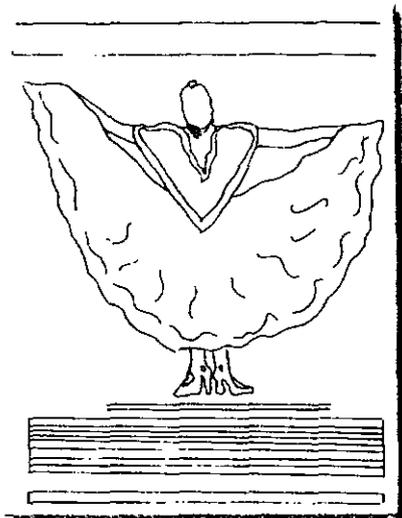
Los eventos tienen una duración de siete días y se presentan en tres foros diferentes: plantel Azcapotzalco, Museo del Chopo y Teatro Ciudadela.

El diseño del cartel IX Muestra de Danza del CCH está constituido sobre una estructura de cuadros de 1x1 cm., cada uno de los elementos es justificable sobre esta estructura. Para llegar a la Imagen que representaría a la Muestra hubo un proceso de bocetaje en donde se presentan bailarines con diferente atuendo representativo de los dos tipos de danza que se presentan.

En pláticas con los profesores y organizadores se estableció que la Imagen debería expresar la esencia del concepto: el movimiento, sin perder de vista las dos clases de danza que se presentan.



Las siguientes gráficas muestran el proceso antes mencionado hasta llegar a la imagen concreta.



Esta última es la imagen que se decidió para representar el concepto además de plasmar en ella dos ideas diferentes en una imagen directa.

El proceso se dirigió a representar las piernas de una persona siendo esta una de las partes del cuerpo en donde se observa mejor la ejecución del movimiento y todas sus posibilidades: extender, flexionar, girar, saltar y deslizar.

Una de las piernas es caracterizada de danza folklórica y la otra de danza contemporánea, se decidió que el bailarín fuera representado por una mujer por ser más fácil de percibir las diferencias en el atuendo de esta que en las de un hombre. La imagen está realizada trazando solo el contorno de una bailarina destacando los detalles más importantes en las piernas para poder distinguir el tipo de danza que representa en cada una de ellas.

Tras un breve estudio sobre algunas posiciones de danza se acordó que la posición ideal es en la que la bailarina gira sobre su propio eje pues en este se simboliza el movimiento como característica de todas las danzas expresándolo con destellos de giro, y al mismo tiempo se resaltan las piernas figurando de una manera sencilla, libre y elegante los adjetivos que se quieren reflejar dentro del cartel: dinamismo, modernidad e integración, centrando la atención en el motivo gráfico.

La tipografía del título es Unicorn en altas, fué seleccionada porque es una familia tipográfica fina y al mismo tiempo juvenil, en altas porque es percibida de manera mas fácil que las bajas y da un sentido de formalidad, los patines de esta proporcionan sobriedad y elegancia actuando como fortalecedor semántico del motivo gráfico. La disposición tipográfica para el nombre del evento fué colocada en la esquina superior izquierda en forma de escuadra por lo que la lectura izquierda-derecha dirige la atención del título a la imagen equilibrándose con el brazo y la pierna levantada logrando una postura armoniosa entre los elementos texto-imagen

Para los carteles de los tres eventos se decidió poner sólo los datos pertinentes con el fin de que la información fuera sencilla y directa para mantener la atención del espectador el mayor tiempo posible; el texto que indica los lugares de presentación se centro para no desequilibrar el diseño y con la fuente tipográfica Avant Garde en altas para resaltar los foros.

El texto de datos que indica el lugar encabeza los tres bloques según el foro en el que se presenten, este está en la misma fuente y arreglo tipográfico que el nombre del evento para lograr un equilibrio armónico. La información de los bloques está en tipografía Avant Garde en altas con bajas y alineadas en bandera izquierda, centrado, bandera derecha para crear un balance dentro del diseño del cartel.

Por último se encuentran alineados en la parte inferior del cartel los logotipos.



COLOR

El color es un fenómeno fisiológico, su finalidad consiste en reforzar la imagen con el mensaje que se desea transmitir percibiéndolo por medio de una sensación visual.

El color ha sido analizado desde lo físico, lo químico y psicológico y es por medio de este último que se les ha dado un significado que califica y modifica lo representado.

Así mismo mencionaré los colores que fueron elegidos para los carteles propuestos, estableciendo el significado de cada color, a partir de este se les dió un sentido de acuerdo a las características de los tres eventos además de la proyección similar que existe entre ellos, no sin antes mencionar que los colores sugeridos para cada cartel a partir de este se les dió un sentido de acuerdo a las características de los tres eventos además de la proyección similar que existe entre ellos, no sin antes mencionar que los colores sugeridos para cada cartel procuran por otra parte, mantener una relación armónica con los expuestos en los otros, así el azul del primer cartel se encuentra en los otros dos, el rojo del segundo aparece en el primer y tercer cartel y así sucesivamente.

Los colores que se utilizaron en los carteles son los primarios además de negro, violeta, rosa y blanco y es en este último Graves señala que "el color blanco no es un color en el sentido estricto pero es de gran importancia en el significado de los colores"¹⁵, mientras que Harneheim dice "que el blanco tiene una doble cualidad: por un lado representa el absoluto, la integración de toda riqueza obtenida mediante la suma de todos los colores y por otro lado, es también ausencia de color, de vida"¹⁶.

Rojos.- Es un color positivo, agresivo, dinámico.

Amarillo.- Estimulante, alegre, activo y afectivo.

Rosa.- Dulce y agradable.

Azul.- Simboliza la verdad, confianza y unidad, de acuerdo con Lüscher "el azul representa satisfacción y logro".¹⁷

Violeta.- Es un color asociado con la magia, Graves opina que este color significa "serenidad tranquilidad, es signo de creatividad".¹⁸

Negro.- Utilizado con el blanco es serenidad, profundidad y prudencia.



15.- Graves,

El Significado de los colores
p. 101

16.- IBIDEM

HARNEHEIM
p. 103

17.- IBIDEM

Lüscher,
p. 97

18.- IBIDEM

Graves,
p. 85

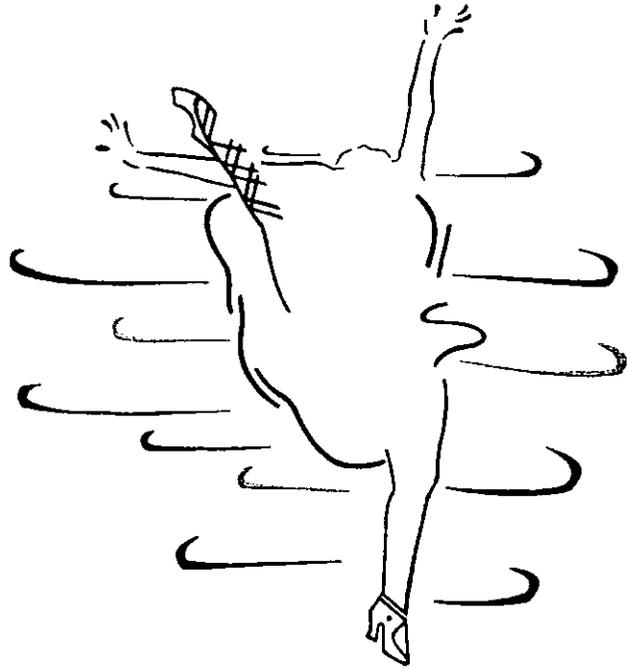
Justificación.

Para la impresión de este cartel se utilizaron cuatro tintas; el blanco como tono base para dar un sentido de agilidad, el negro se utilizó para el contorno de la imagen y la información creando un contraste con el blanco, el color rosa se usó en la tipografía del título y en algunos giros para representar la elegancia y sensualidad que existe en toda expresión de danza, los destellos de giro están representados en color azul para reforzar la idea de espectáculo ligero y divertido por último el color morado fué elegido para exaltar el carácter de éxtasis que existe en cada ejecución de movimiento.



DANZA DEL CCH

IX MUESTRA DE

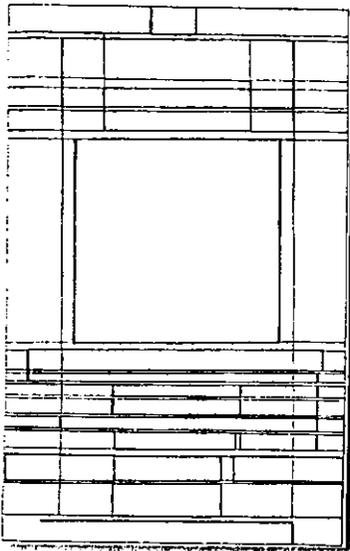


PLANTEL AZCAPOTZALCO, MUSEO DEL CHOPO, TEATRO CIUDADELA

IX MUESTRA DE DANZA DEL CCH
PROGRAMA DE DANZAS
DEL CCH
DEL MUNICIPIO DE AZCAPOTZALCO
MUSEO DEL CHOPO
TEATRO CIUDADELA
AZCAPOTZALCO
ESTADO DE MEXICO
MAYO 1988



Composición del Cartel



X MUESTRA CORAL DEL CCH

SON presentaciones que se llevan a cabo al finalizar el curso en un plantel y en un foro exterior como el Antiguo Colegio de San Ildefonso, en ellos participan los alumnos de los talleres de coro de los cinco planteles del Colegio con su respectivo director vocal, en donde interpretan cada uno su propio repertorio musical acompañados solo de un organo instrumental.

Desarrollan los aspectos de técnica vocal, expresión, solfeo y entrenamiento auditivo, este evento dura cuatro días con tres funciones diarias.

El diseño para el cartel de la Muestra Coral del CCH está constituido sobre una estructura de cuadros de 1x1cm.

Para elegir la imagen de este cartel hubo un proceso de bocetaje. La idea era transmitir por medio de una propuesta gráfica diferente el concepto del evento artístico que se desea proyectar: un evento moderno y juvenil, en el que se busca exaltar y acercar a los alumnos a este tipo de presentaciones por medio del taller artístico.

En seguida se muestra el proceso de bocetaje que se dirigió para llegar a la imagen designada a partir de una idea concreta.





Este último fué el motivo gráfico que se escogió para representar al evento, fué elegido por la integración del título y la imagen representando de una manera figurativa, versatil y original las presentaciones, y en la cuál se obtiene una composición en la que se visualizan los conceptos de equilibrio, armonía y unificación.

El diseño del motivo gráfico de este cartel contiene una imagen abstracta personificando a un director vocal, su cabeza la constituye el icono del lenguaje manejado de manera vertical, la coleta de este fue alargada para simular el movimiento del cabello, su tamaño va disminuyendo de acuerdo a los tonos que se manejan dentro de un coro: altos, medios y bajos.

Este simbolo fué utilizado porque el cartel alude a un evento en el que se expresan por medio oral.

El cuerpo es alusivo a una media luna y simboliza a una persona con brazos abiertos dirigiendo en este caso al coro.



En este cartel se utilizaron dos fuentes tipográficas, la primera fuente es Prose Antique en altas, se empleó para el nombre del evento porque esta familia tipográfica permite por su sencillez que el texto pueda ser leído fácilmente, además de darle un significado juvenil y dinámico por no ser una tipografía pesada ni extremadamente sobria.

Fué colocada en la parte superior de la imagen en forma de curva para sustituir a los integrantes del coro y así actuar como forta-lecedor semántico de la imagen.

La segunda fuente tipográfica Pinguin fué utilizada para la información que indica lugar, fecha, hora y plantel participante, se utilizó por ser una familia tipográfica juvenil, formal y legible, esta fuente sólo maneja altas.

Los lugares de presentación y temporada se enfatizan colocándolos en cuatro hileras centradas con un puntaje mas alto que el resto del texto de datos; enseguida se encuentra la información que especifica fecha, hora y plantel colocado en tres bloques dos de ellos centrados, uno en bandera izquierda y otro en bandera derecha de tal modo que se logra un equilibrio en todo el conjunto visual.

En la parte inferior del cartel están colocados de manera alineada los logotipos.

COLOR

Para la impresión de este cartel se utilizaron las siguientes tintas:

Como base es el blanco para dar el sentido de un espectáculo ligero, el icono tiene los colores primarios, cada color simboliza un tono: rojo para el alto, azul para el tono medio y para el tono bajo el amarillo.

Estos colores dan un significado juvenil, de alegría y dinamismo.

Para el cuerpo del director así como para el texto informativo se utilizó el color negro como simbolo de sobriedad y elegancia.

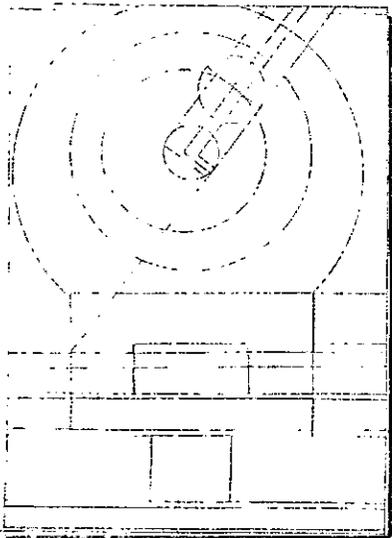


ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

X MUESTRA CORAL DEL CCH

ANTIGUO COLEGIO DE SAN ILDEFONSO
 ANFITEATRO SIMON BOLIVAR
 JUSTO SIERRA 16 CENTRO
 FEBRERO 17- MARZO 3, 1995.

Composición del Cartel



ANFITEATRO SIMON BOLIVAR

carretera 17 de febrero 17 00 hrs. Pinar del Rio
 Matanzas Ciudad del Yagajay, D.R. Ciudad de Matanzas

carretera 21 de febrero 17 00 hrs. Pinar del Rio

Carretera 21 de febrero 17 00 hrs. Pinar del Rio

carretera 21 de febrero 17 00 hrs. Pinar del Rio

Carretera 21 de febrero 17 00 hrs. Pinar del Rio

carretera 1 de mayo 17 00 hrs. Pinar del Rio

Carretera 1 de mayo 17 00 hrs. Pinar del Rio

carretera 1 de mayo 17 00 hrs. Pinar del Rio

Carretera 1 de mayo 17 00 hrs. Pinar del Rio

Pinar del Vallejo

Carretera 22 de febrero 17 00 hrs. Pinar del Vallejo

Carretera 22 de febrero 17 00 hrs. Pinar del Vallejo

Carretera 22 de febrero 17 00 hrs. Pinar del Vallejo

Carretera 22 de febrero 17 00 hrs. Pinar del Vallejo

Carretera 22 de febrero 17 00 hrs. Pinar del Vallejo

Carretera 22 de febrero 17 00 hrs. Pinar del Vallejo

Carretera 22 de febrero 17 00 hrs. Pinar del Vallejo



IX MAGNO CONCIERTO CORAL DEL CCH

Es una presentación anual de gala en la que participan los coros de los cinco planteles del Colegio acompañados de la Orquesta Sinfónica Juvenil de la Escuela Nacional de Música y el Ensamble de Percusiones de la misma, dirigidos por su propio maestro; se presentan en foros externos de gran nivel como la Sala Nezahual-cóyotl, Sala Xochipilli de la Escuela Nacional de Música y Anfiteatro Simón Bolívar, es un evento en el cuál el repertorio musical es interpretado por los coros de los cinco planteles con obras de gran belleza como Carmina Burana.

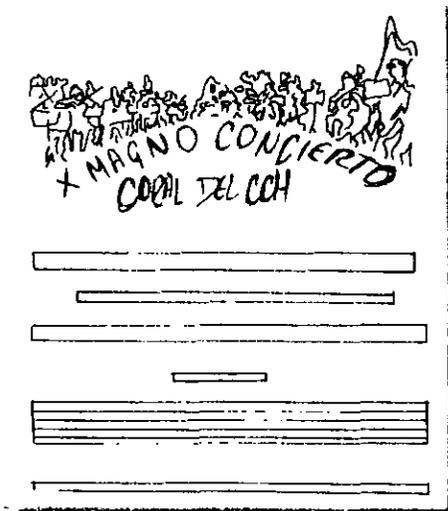
Es un espectáculo que además de ser interesante y ligero se conjugan diversas emociones, ideas ó recuerdos.

Su característica principal es la calidad.

El cartel del Magno Concierto Coral del CCH está constituido sobre una estructura de cuadros de 1x1cm.

Después de varias imágenes que se aproximan al concepto la última imagen fué la que se eligió pues describe al evento de una manera sencilla, directa y atractiva.





Esta imagen fue elegida por tener un significado propio hacia todos los estilos y géneros que a música se refiere.

Las notas se encuentran agrupadas para proyectar unidad e integración de todos los participantes de este evento.

El título está constituido por tipografía Times New Roman en altas la cuál va de acuerdo al concepto del concierto, los patines proporcionan formalidad, sencillez y elegancia, se centró para conceder un lugar importante.

Su arreglo tipográfico consiste en destacar con mayor puntaje los datos mas importantes.

Dicho cartel se compone de las siguientes características:

La imagen es una clave sol repetida cinco veces la cuál personifica a cada plantel del Colegio de Ciencias y Humanidades, son justificadas al centro del formato.



Así pues se colocó Magno en mayor puntaje alargando su primera y última letra, en el centro de esta se acomodó concierto coral estirada para dar el sentido de evento fino y grande, el número del concierto se sitúa en la parte de arriba del título para no desequilibrar el diseño, por último abajo de concierto coral se alinea del CCH 1995 fortaleciendo con esta ubicación el sentido de dirección.

El texto de datos se encuentra justificado al centro en tipografía Toronto en altas para dar un sentido de formalidad además de poder visualizarlas mejor.

En el texto informativo se destacan las salas en donde se realizan las presentaciones seguidas por la dirección, fecha y hora manejadas en menor puntaje en altas con bajas en la tipografía Palm Springs.

Para los participantes se utilizó la familia tipográfica Erie Black en altas con bajas dividido en tres bloques justificados en bandera izquierda, bandera derecha y centrado para crear un balance en el diseño, por último se centró Entrada Libre subrayado para que sobresalga.

Los logotipos están ubicados en la parte inferior del cartel, así se permite visualizar fácilmente sin distraer la atención.

Color

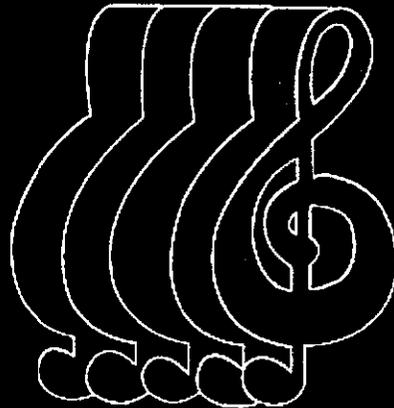
Este cartel cuenta con cuatro tintas, estas fueron elegidas en función al diseño, el negro es la base estableciendo la elegancia y sobriedad que caracteriza este evento, la tipografía en blanco para contrastar y crear un impacto visual, los colores de las cinco notas son el rojo con el que se exalta la pasión, energía y fuerza; azul como armonía, ligereza y vivacidad del espectáculo, el color morado para representar el misticismo.

Estos colores fueron elegidos para personalizar no solo el evento sino el carácter interpretativo de las obras presentadas.



1X MAGNO

CONCIERTO CORAL
del CCH 1995



SALA NEZAHUALCÓYOTL

del Centro Cultural Universitario - Inauguración del 2000 - 1 de junio 19:00 horas

SALA XOCHIMILLI

de la Escuela Nacional de Música

Transmisión 12h. Copacabana

6 de junio 19:00 horas

ANFITEATRO SIMÓN BOLÍVAR

del Antiguo Colegio de San Ildefonso

Juan Boscá 16. Copacabana

16 de junio 19:00 horas

Organizado por el CCH
del CCH 1995 - Inauguración del 2000
Fidel y del Músico del Año 1995

Patrocinador

Organizado por el CCH 1995

Patrocinador

del CCH 1995 - Inauguración del 2000

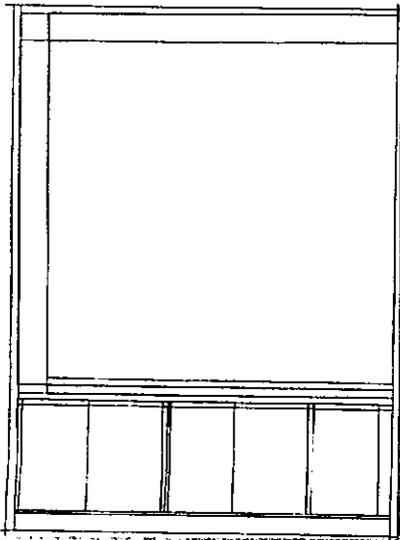
Organizado por



1995



Composición del Cartel



CONCLUSIONES

En los últimos años la vida del hombre ha dado un giro considerable, pues su entorno es conformado por imágenes, mensajes, colores y formas en un sin fin de soportes gráficos convirtiendo sus necesidades en fines lucrativos, repercutiendo en la cultura y educación sin embargo el diseño gráfico sigue siendo una actividad que no tiene una importancia relevante por parte de algunos individuos que son ajenos a su inmediatez, pues el diseño gráfico es un proceso de comunicación fundamental que ha sido desvalorizado al no existir una cultura histórica sino también visual en los receptores y por que no del surgimiento de nuevos portadores de conocimientos ajenos que se han refugiado en esta actividad con los adelantos y facilidades que ofrece hoy en día la tecnología, contribuyendo con la popularización del diseño gráfico de una manera equivocada pues pocos de los mensajes son aceptados y procesados en el público.

Aspirando ahora principalmente a que todo mensaje que se difunda en cualquier soporte genere mas capital.

Este motivo me hizo comprender y entender que la realización de cualquier aplicación gráfica debe de basarse en un estudio empleando los conocimientos que se obtuvieron a lo largo de la carrera complementandose con la experiencia laboral.

A partir del estudio que realicé para elaborar los carteles para difundir los tres eventos antes mencionados, logré tener un mayor conocimiento para comprender la importancia y trascendencia que ha tenido el cartel y su desarrollo a través de la historia así como el entendimiento de la imagen como signo de comunicación.

Difusión Cultural es parte muy importante de la enseñanza y experiencia para un diseñador gráfico ya que cuenta con una cultura visual enorme que han dejado a su paso los mejores diseñadores mexicanos.

Por todo esto no creo que el diseñar sea un deber sino un compromiso al mejorar el trabajo propio, en donde no solo es cumplir con una tarea sino poner todo el esfuerzo para lograr que el oficio del diseñador gráfico sea reconocido como fructífero en todos los hámbitos.

Y es con esta palabra que describo el desarrollo y elaboración de los carteles que presento y cumplieron en su momento con una funcionalidad e identificación de las imágenes con los alumnos,



pues estas se acercaron a realidades concretas al describir los eventos y la personalidad de la comunidad a la cual va dirigido el mensaje de una manera mas certera.

Los colores elegidos para cada cartel logra-ron un impacto visual en los estudiantes, además de una descripción de los talleres atribuyendo a la motivación de asistir a estas presentaciones debido al interés que despertaron por los espectáculos.

Las familias tipográficas se distinguen muy claramente excepto los tipos mas pequeños que requieren una mayor cercanía por parte de los receptores.

Todo lo que se logró en las presentaciones con estos carteles a diferencia de los pasados es debido al estudio que se hizo a la población a la cual fueron dirigidos, a sus características y necesidades que tienen en ese momento y no al gusto de los profesores u organizadores.

Es importante señalar que el impacto que provocaron los carteles no fué generalizado en los estudiantes, pues aunque para unos el im-pacto visual fué bueno para algunos pasó inadvertido, mientras que para otros aún cuando notaban se prescencia no prestaron ningún interés.

Hay que admitir que el cartel como recurso no va a solucionar la problematica de la falta de interés por la mayoría de los alumnos hacia los eventos que surgen en el CCH, pues no depende solo de el.

El cartel no solo debe de cumplir sino de cubrir las necesidades para la cuál fué encomendado, en este caso en importante mencionar que la ubicación de los carteles debe de ser, como antes mencioné en lugares estratégicos, y al colocarlos en áreas saturadas de anuncios o en lugares de poca afluencia estos pierden parte de su atractivo y de su capacidad de impacto, originando el desconocimiento de los eventos a realizarse.

Por todo lo que antes mencioné puedo agregar que la realización de los carteles presentados para esta tesis son una aportación simple, atractiva y funcional para el diseño de los mismos en la comunidad del colegio que fueron elaborados siguiendo una metodología que va trazando los mejores caminos a seguir con un principio que se puede retomar pero que el fin va a ser determinado por todas las necesidades que vayan a requerir.



BIBLIOGRAFIA

Allegri, Luigi.

Cultura Comunicación de Masas

Ed. Nueva Imágen, 1978.

277 p.

Berger, René.

Arte y Comunicación

Colección punto y Línea

2a. Edición.1976.

76p.

Berlo K, David.

El proceso de la comunicación

Buenos Aires, Librería "El Ateneo", 1969.

239p.

Cazeneuve, Jean.

La Sociedad de la Ubicuidad

Barcelona, Gustavo Gill, 1928.

Colección Comunicación Visual,

295p.

Cazeneuve, Jean.

Comunicación y Difusión

Barcelona ,Ed. Gustavo Gill,1978.

280p.

Prieto, Daniel.

Diseño y Comunicación

México, Ediciones infinito, 1982.

149p.

Blume, Hermann.

Haga usted mismo su diseño gráfico.

Madrid, Ed. Hermann Blume, 1989.

156p.

Phillip, Meggs.

Historia del diseño gráfico

México, Editorial Trillas, 1991.

562p.

Satue, Eric.

El Diseño Gráfico desde los orígenes hasta nuestros días.

Madrid , Alianza, 1988.

500p.

Barnicoat, John.

Los carteles su historia y su lenguaje

Barcelona, Ed. Gustavo Gill, 1973.

280p.



Parramon, José María.

Así se pinta un cartel

Barcelona, Ilustración Parramon

Ediciones 2a, Edición 1968.

200p.

Renau, Josep.

Función Social del cartel

Valencia, España Ed. F. Torres, 1976.

100p.

Costa, Joan.

Identidad visual

México, Ed. Trillas, 1987.

250p.

El Bachillerato del CCH

Información para profesores

DUACB, 1988.

60p.

Gaceta UNAM

Tercera época, Vol. II

Num. extraordinario, Cd. Universitaria

1 de febrero 1971.

Ortiz, Georgina.

El significado de los colores

Ed. Trillas, México 1992.

1 p.

Diccionario Enciclopédico Espasa

Madrid, Espasa Calpe, S.A. 1979

8 edición Tomo 9.

264p.

Pignatarí, Decio.

Información, lenguaje y comunicación

Colección punto y línea 2a. Edición. 19

187p.

Allegri, Luigo.

Cultura comunicación de masas

México, Editorial Nueva Imagen, 1978.

277p.

Berto, David Keneneth.

El proceso de la comunicación

Buenos Aires, Ateneo, 1969.

239p.

Prieto, Daniel.

Diseño y comunicación

México, UAM Azcapotzalco, 1982.

149p.

El objeto y su imagen

Ed. Hispano Europea, Barcelona España

CNCA 2a. Bienal Internacional del cartel en México

1992

Trama Visual A.C, México 1992.

