



**UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO**

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS



ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

*"Diseño de cartel fotográfico para
el CONASIDA, en la campaña de
conscientización contra el SIDA"*

Tesis que presenta para obtener el título de:
Licenciada en Comunicación Gráfica

Presenta:
Beatriz Cañas García

200

Director de Tesis:
Prof. Benito Juárez García

SEPTIEMBRE 2001



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

"Si las cosas que valen la pena se hicieran fácilmente, cualquiera las haría", esta frase hace 20 años me parecía un excelente y contagioso slogan publicitario. Ahora, tiempo después, me parece una frase capaz de resumir mi pensar y sentir en este momento.

El concluir unos estudios profesionales con las alegrías y desventuras que lleva consigo, es un logro que vale la pena y el cual no me fue fácil alcanzar, tal vez por eso me sea mucho más gratificante este paso, me hace sentir especial.

Es un momento de orgullo y satisfacción no solo mío, sino también de las personas que contribuyeron conmigo a lograrlo; mis padres, mis hermanos, abuelos, tíos, primos, profesores y muchos buenos amigos que estuvieron siempre apoyandome cuando lo necesité. A ellos quiero dedicarles este trabajo y la promesa de ser una excelente profesionista, para que el orgullo que sienten este momento sea duradero y se refleje en todos los ámbitos de mi vida y en mi desarrollo profesional.

Quiero agradecer también a la Universidad; mi alma mater; que en gran parte colaboró a formarme como persona y como profesionista, gracias por haberme dado muchas de las mejores cosas de mi vida, espero retribuirle con creces y ser una digna egresada de esta casa de estudios.

BEATRIZ CAÑAS GARCÍA

MÉXICO, D.F. 28 DE SEPTIEMBRE DE 2001

Introducción	1
Capítulo 1 Cartel	4
1.1 Origen	4
1.2 Historia	4
1.2.1 En el mundo	4
1.2.2 En México	5
1.3 Movimientos	6
1.4 La fotografía en la historia del cartel	7
1.5 Clasificación y géneros del cartel	8
Capítulo 2 Configuración	11
2.1 Configuración del cartel	11
2.2 Soporte	14
2.2.1 Físico	14
2.2.2 Geométrico	14
2.2.3 Visual	14
2.3 Formato	15
2.4 Tipografía	15
2.5 Color	17
2.6 Imagen	17
2.7 Contenido	19
2.8 Dimensión	19
2.9 Composición	20
Capítulo 3 CONASIDA	21
3.1 Origen	21
3.2 Fundación	22
3.3 Servicios	26
3.4 Actividades y objetivos del CONASIDA	34
Capítulo 4 Metodología	39
4.1 Proceso.	39
4.1.1 Investigación	42
4.1.2 Análisis	42
4.1.3 Síntesis	50
4.2 Proyección y realización	52

Capítulo 5 Propuesta	67
5.1 Dummy	67
5.2 Sistemas de impresión	68
5.2.1 Original mecánico	69
Conclusiones	72
Glosario	73
Bibliografía	74

¿Cuántas personas vivirán con SIDA en México en el año 2000? Aproximadamente 29,906¹. Esta cifra es muy impactante, y tal vez lo sería más si alguna de esas casi 30.000 personas fuera alguien cercano a nosotros, un amigo, un familiar o incluso nosotros mismos.

Desde hace un poco más de 10 años se comenzó a hacer labor educativa y preventiva en torno a la enfermedad del SIDA, por medio de material informativo distribuido principalmente por CONASIDA. Al mirar las cifras y estadísticas pareciera que no se ha hecho nada por tratar de evitar esta enfermedad, aunque los esfuerzos han sido arduos.

Datos de este tipo fueron lo que me provocaron elegir el tema de las campañas informativas contra el SIDA, más específicamente los carteles que forman parte de estas campañas, como el tema de mi proyecto de tesis.

Así al mismo tiempo que cumplía con un requerimiento que complementaría mi formación académica, conocería más del tema, lo cual me permitiría colaborar en la lucha contra la enfermedad, ya sea por medio de mi propuesta, informándome e informando a personas cercanas a mí o tal vez siendo más conciente con las personas que desafortunadamente están contagiados del VIH.

Creo que un cartel es un medio idóneo para la difusión de esta información ya que llega a muchísima gente. Para la propuesta, elegí la fotografía como técnica representativa, ya que en la investigación inicial que realicé sobre los trabajos publicados entre 1987 y 1994 (un total de 79) sólo 15 emplean la fotografía como elemento principal de la composición, lo cual nos da una vaga idea de lo poco usado de este recurso gráfico tan atractivo para la mayoría de las personas.

Conjuntando estos puntos decidí elaborar un cartel fotográfico que se adaptara a los requerimientos del CONASIDA en cuanto a cubrir necesidades de comunicación y adaptándolos a los propios para la conformación de este proyecto.

Espero que el resultado de este trabajo sea una aportación para el control de esta terrible e injusta enfermedad además de una aplicación práctica de los conocimientos obtenidos a lo largo de mi formación profesional.

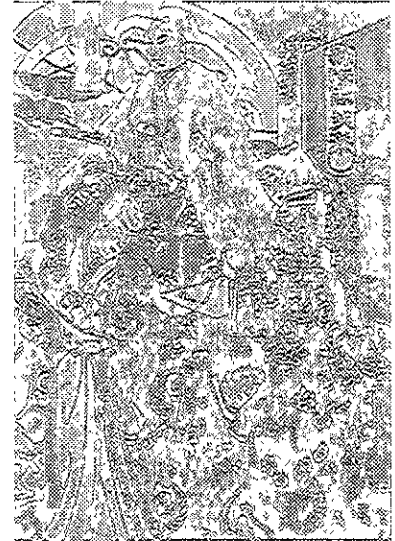
1.1 Origen

Los orígenes del cartel se colocan tentativamente en la antigua Grecia, si tomamos en cuenta que algunos autores ubican al cartel como cualquier forma de hacer públicas las características de algo representadas en diversas técnicas donde interviene el arte.

Así genéricamente se puede tomar como inicio del cartel las leyes grabadas con clavos y latas sobre piedra, que eran expuestas al público, así mismo, abundaban los emblemas que se pueden considerar como el antecesor directo del cartel, estos se utilizaban para anunciar los productos o servicios que se vendían en algunos locales. También en el Imperio Romano se anunciaban, por medio de carteles las representaciones teatrales, particularmente, éstos eran pintados en negro o rojo sobre muros blancos.^(1,2)

Los inicios del cartel moderno se dan cuando a la simple función de anunciar ya sea un servicio o producto se le añade un valor artístico, se ubica a mediados del siglo XIX, y su desarrollo coincide con el auge de la tipografía, la xilografía y el desarrollo de la publicidad. Según se conoce el primer cartel "moderno" impreso e ilustrado, fue hecho en 1482, y se anunciaba: "El Gran Perdón de Nuestra Señora de París".

La invención de la imprenta contribuyó a difundir el cartel litográfico. El cartel ilustrado en cambio se desarrolló con el descubrimiento de la litografía.



Grabado japonés

1.2 Historia

1.2.1 En el mundo

La historia del cartel hecho con fines publicitarios es más reciente, tiene su comienzo entre 1860-1890, cuando entraron en auge las prensas litográficas en Francia, ésta nueva forma de impresión permitía reproducir en color y formatos más grandes. Los precursores en este nuevo modo de arte fueron el francés Jules Chéret, dueño de uno de los primeros talleres litográficos y considerado el verdadero promotor del cartel; el inglés Fred Walker y el suizo Luthi.⁽³⁾

Como se mencionó anteriormente es en el siglo XIX, más específicamente en 1866 que se empiezan a producir en serie los primeros carteles litográficos, primero teniendo como base compositiva la pintura mural, más adelante basándose en una composición de formas planas que la memoria retiene con facilidad, en los cuales los textos son añadidos posteriormente. Empezaron también a crearse estereotipos ya que Chéret creó un tipo de mujer joven que era representativo de un concepto popular conforme a las costumbres de la época, el uso predominante del negro en los carteles de esta época, así como el empleo de las formas lisas rompiendo la costumbre de usar los cuerpos sólidos, creando así una ilusión de relieve y los diseños largos y puntagudos son algunas de las características de este período.⁽⁴⁾

Habiendo tenido una buena respuesta del público, es en este momento cuando se empieza a tomar en cuenta la capacidad del cartel como medio para difundir mensajes, comprendiendo que por su propia naturaleza, iba a crear un código de síntesis visual que permitiría transmitir ideas en una forma sencilla y directa.



Divan Japonais, Toulouse Lautrec, Francia 1893

1.2.2 En México

En lo que a historia general del diseño gráfico se refiere en América Latina se puede hablar principalmente de 4 países: México, Cuba, Argentina y Brasil; México lleva solo lo que se puede llamar historia antigua del diseño (desde el s. XVI al XIX), dejando en toda América Latina una influencia más profunda de lo que pudiera percibirse.

A la llegada de los españoles las civilizaciones precortesianas asentadas en México eran de las más evolucionadas de América junto con las de Perú. El motivo que se hayan encontrado sellos en grandes cantidades en diversas regiones del país es una muestra tangible que la costumbre de estampar imágenes estaba sumamente difundida en el México antiguo. Estos sellos de impresión se usaban en la decoración de cerámica, para estampar tejidos y papel.

Durante el periodo colonial México fue uno de los principales focos culturales del nuevo mundo, en 1539 se establece la tipografía y Fray Juan de Zumárraga, fue el autor del primer libro impreso en América. Zumárraga había solicitado con anterioridad al Consejo de Indias establecer una prensa de papel de imprimir en la Nueva España, es así como llega a establecerse Juan Pablos, el primer impresor en México. Aproximadamente en 1830 la litografía empieza a difundirse en México por medio de caricaturas políticas y sátiras costumbristas en periódicos estilo europeo. Posteriormente la Revolución mexicana que penetró la esfera cultural del país proporcionó tendencias y contenidos nuevos que eran comprensibles para todos.

Ya mucho más adelante, a Gabriel Fernández Ledesma se le puede considerar como el primer diseñador moderno, alrededor de los años 20, enfocado al diseño editorial, de cartel y de catálogos con tendencia contemporánea y rasgos del Art-Decó, muy lejano de las tendencias nacionalistas que predominaban en ese tiempo. Gabriel Fernández Ledesma aplica en sus diseño caracteres sencillos, sobrios, elegantes y modernos, Francisco Díaz de León es otro diseñador que aplica las mismas tendencias gráficas que Fernández Ledesma en carteles y catálogos.

Durante la Guerra Civil Española existen muchos artistas republicanos que llegan a México, ellos desarrollan nuevas posibilidades de expresión y tendencias procurando alejarse del estilo de la xilografía popular, entre estos nuevos "maestros" se encontraban Miguel Prieto, Tomás Exposaité, José Azorín y Vicente Rojo, fundadores de la hasta hoy prestigiada Imprenta Madero. A partir de 1940 el cartelismo mexicano está sumamente influido por este grupo de diseñadores, especialmente hasta nuestros días Vicente Rojo que sin ser mexicano de nacimiento ha dejado una huella importante en el diseño nacional. La asiduidad a la imprenta llevó a la creación del Grupo Madero, un equipo de diseñadores formados en la industria gráfica, de los que destacan Rafael López Castro, Bernardo Recarnier, Peggy Espinosa, Germán Montalvo y Luis Almeida.

Otro español con una carrera exitosa en México, pero que no resultó tan influyente en diseños posteriores como debería haber sido, fue Josep Renau, el cartelista más importante de la década de los 40, diseñó una considerable cantidad de cubiertas de libros, revistas, láminas postales y principalmente carteles cinematográficos.



Hidalgo, cartel, Foo. Díaz de León y Gabriel Fernández Ledesma, México, 1933.



Cartel de cine, Josep Renau, México, 1954.

1.3 Movimientos artísticos

Desde su surgimiento hasta hoy, el cartel va tomando características de las corrientes artísticas con las cuales cronológicamente ha convivido, algunas teniendo más influencia que otras en cuanto a estilo y preferencias por el público que otras. Un estilo que influyó en gran medida el cartel del siglo XIX fue el "japonismo", lleno de formas inspiradas en los grabados japoneses de la escuela Ukiyo-e, que describía la vida cotidiana y algunas escenas eróticas.⁽⁴⁾

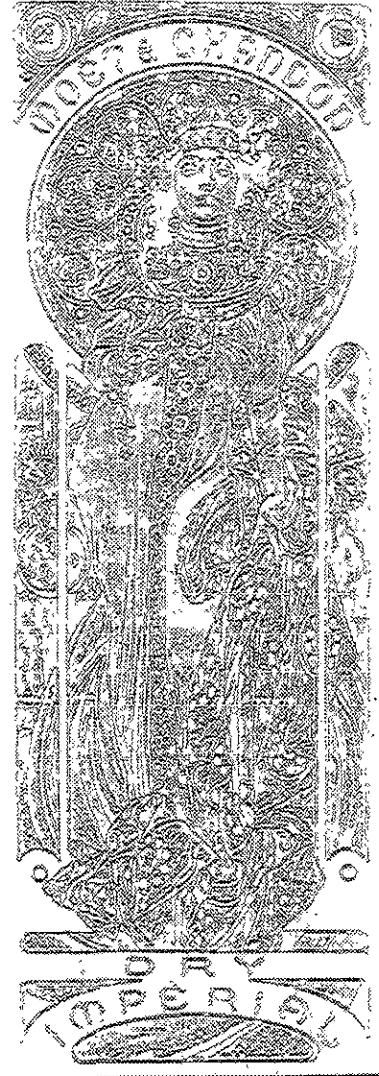
Así hasta 1890 el auge del cartel en Europa estaba en su punto máximo, se imprimían ediciones especiales para coleccionistas, en ocasiones los carteles eran robados de las calles. en París y en Nueva York se realizaban exposiciones, se escribían artículos; en 1898 en Inglaterra se fundó la revista *The Poster*; aparecieron libros sobre historia y desarrollo del cartel en otros países. El coleccionar carteles duró poco tiempo entre el gran público, pero se ha mantenido entre los especialistas.

A partir de 1893 el mundo del cartel europeo tiene un nuevo aire con características del cambio de siglo, es el estilo llamado "Art Nouveau, Modern Style, Jugendstil o Style Liberty". Este tiene sobre todo un valor decorativo y ornamental basándose en las configuraciones lineales que frecuentemente derivan en formas orgánicas, buscaban crear un arte original sin más modelo que la naturaleza, sin más regla que la imaginación y la lógica, utilizando al mismo tiempo la flora y la fauna como detalles, no se trata de representar una planta con todos sus nervios y hojas, o al tono exacto de sus flores, si no de tomar su tallo más armonioso o elegir una línea geométrica o unos colores poco convencionales que nunca se hayan visto en el modelo real, además de no tener miedo de pintar figuras con el cabello verde, amarillo o rojo si la composición del diseño aconseja esos tonos.⁽⁵⁾

Uno de los principales representantes de este estilo en el cartel es Alphonse Mucha, sus primeros carteles aparecen en París en 1894, ofreciendo una muestra de Modern Style con volutas, elipses y serpentinadas, enlazando flores con oniras y cabellos de mujer, la mayoría inspirados en la actriz Sarah Bernhardt, ya que en su afición por las joyas y ropas exóticas Mucha encontró una representante viva de este estilo. Mucha llegó a la cúspide cuando a sus diseños exuberantes agregó el color oro y plata impresos.

Otro de la época que marcó la escena del cartel mundial fue Henri Toulouse-Lautrec que siguiendo el estilo de Chéret, y combinándolo con su experiencia propia y basándose también en el grabado japonés retrató la vida interior y personal de París de 1890, exagerando los aspectos expresivos, empleando elementos trágicos y satíricos, con formas sencillas y lisas dentro de una línea puramente decorativa.

Existe un gran contraste entre los carteles de Chéret diseñados para alegrar y alegrar, y los de Lautrec, que parecían feos y dejaban un cierto sentido de inquietud; se consideraban arbitrariamente atractivos y un tanto repelentes. Su producción (31 carteles) aunque no tan abundantemente comparada con otros autores es una gran aportación a la historia del cartel.



Cartel publicitario, Alphonse Mucha, París, 1899.



Moulin Rouge, Chéret, París, 1876.

(4) Bazucos, L. Los carteles, su historia y su lenguaje. Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1973

Ya en el siglo XX el cartel, en cuanto a tendencias y estilos como se ha mencionado antes es paralela a la historia del arte. Surge el movimiento Fauvista alrededor de 1905, con el legado de los impresionistas predominando en sus composiciones el verde, rojo, amarillo y azul totalmente puros, saturados, intensos, crudos, colores completamente vivos. Este estilo estaba representado por Van Gogh y Gauguin, y en cuanto a los carteles estaban el italiano Leonetto Capello, el americano W. Elms y los alemanes Gotha y Hohnheide.

A partir de 1912 el movimiento Cubista invade todas las artes plásticas, mayores y menores. En su primer época este movimiento estaba representado por el inglés McKnight Kauffer y el húngaro Berény; con un estilo sumamente agresivo, en su segunda época a partir de 1910, con un estilo más suave sus principales representantes fueron el francés Cassandre, considerado uno de los mejores cartelistas del mundo con inicios abiertamente cubistas posteriormente enfocado hacia el constructivismo ordenado y geométrico pleno de impacto gráfico. ⁽⁶⁾



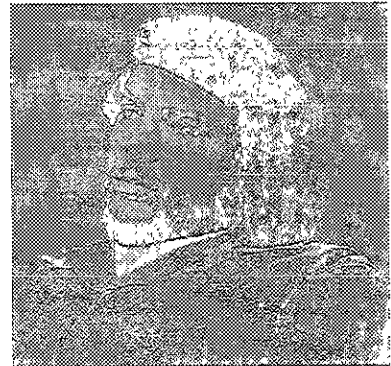
Hawaii Pop Festival, Victor Moscoso, E.U. 1967.

1.4 La fotografía en la historia del cartel

En cuanto a la fotografía aplicada al cartel, comenzó a usarse aproximadamente en 1918, principalmente en carteles de propaganda social y política.

En 1923 aparecen en Inglaterra los primeros bosquejos de un nuevo estilo llamado "Op Art" (óptico art), su principal exponente fué Edward Wadsworth. Así mismo inspirado en la fotografía aparece un estilo con características manieristas, muy real, manifestado principalmente en Suiza.

Más adelante en 1960, los primeros años de esta década, el arte de la fotografía entra de lleno en el campo de la publicidad, ya que empieza a tener mejores resultados por ser más persuasivo que el dibujo, en algunos casos, sin que el cartel dibujado pierda vigencia, siguiendo esta pauta en los Estados Unidos surge un estilo de ilustración actual sin dejar totalmente la influencia en un principio del modern style, y posteriormente apoyándose en los collages del pop art, todo esto bajo la autoría de Milton Glaser, uno de los cartelistas de la época moderna.



En ésta misma década surge el llamado cartel hippie, el heredero más auténtico del cartel art nouveau, aunque más brillante y elaborado que su antecesor. Esta última característica resaltada en la forma en que los diseñadores trataban la tipografía del cartel para hacerla confusa para la razón pero sumamente atractiva para los sentidos.

Los carteles de los años sesenta se nutren igualmente de los mitos contemporáneos mezclado con las bases del modern style y algunos pensamientos filosóficos.

Las principales características del llamado cartel hippie son, como ya se mencionó, el tratamiento rebuscado de la tipografía, esto se da mezclándola con formas vegetales y en algunos casos humanas, familias tipográficas de fantasía o con modificaciones muy particulares, colores brillantes y contrastantes, logrando efectos muy llamativos; todo esto con la finalidad de hacer más difícil de captar el mensaje, una solución



Love, Folsom Mex, E.U., 1967

un tanto contradictoria. Ya que la estrategia principal de este género es apelar principalmente a los sentidos y no a la razón, un principio contradictorio si se trata de un medio de comunicación, pero con esta técnica los autores buscaban, recurriendo a la sensualidad de sus trabajos, lograr un efecto de ruptura con viejos esquemas y al mismo tiempo, comunicar un mensaje actual y conciso; basándose en una actitud mental en la cual los mensajes llegan a través de los sentidos, así se retienen con mayor facilidad.

El insistente bombardeo a los sentidos creó un público con gustos visuales sofisticados y condicionados, (entendiendo como consecuencia a transformas cualquier cartel ya sea comercial, político, informativo, etc.. en un elemento decorativo mezclando estilos, tendencias y épocas entre sí. En lo que se podría llamar un segundo boom del cartel, la postermanía, se dio a finales de la década de los 80's gracias a la multiplicación de los carteles.

Ahora se le llama poster a un cartel decorativo sin ningún fin comercial: reproducciones a gran tamaño de carteles antiguos (de Toulouse-Lautrec del Moulin Rouge; o el de Sarah Bernhardt de Mucha), las fotografías del Che Guevara como representaciones de los posters de ídolos o héroes ligados a ideas sociopolíticas, imágenes en favor de la paz o la igualdad racial. (2)

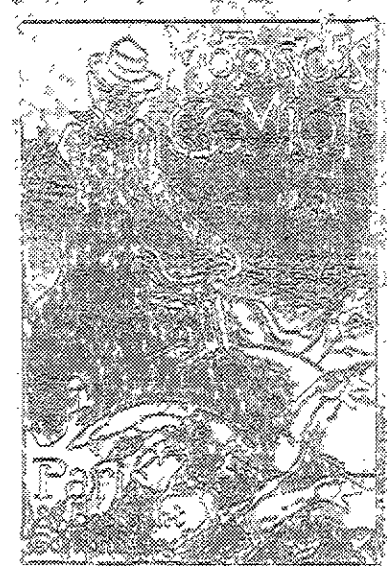
En cuanto a recursos técnicos, el cartel hippie y el poster tienen efectos deslumbrantes como el resultado de la yuxtaposición de colores complementarios; esto gracias al uso del offset, también gracias a él se da la producción en serie de trabajos en color y un tiraje enorme de carteles fotográficos muy de moda en blanco y negro.

1.5 Clasificación y Géneros del Cartel

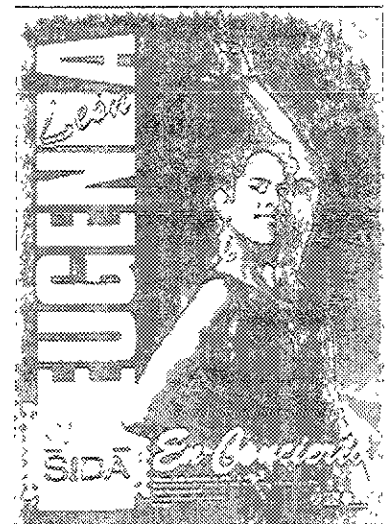
Antes de empezar con las clasificaciones del cartel debemos recordar las funciones de éste medio de comunicación; una de ellas es la de persuadir al espectador con respecto a la aceptación de una ideología, la compra de un producto, etc.; otra es la de informar, ésta es una de las características más representativas del cartel, ya que por su naturaleza la información y el mensaje están siempre accesibles al público receptor; educativo, dado a su lenguaje sintetizado, la información es captada fácilmente por el receptor lo cual la hace accesible para ser adoptada al estilo de vida; la función estética, se refiere a la aportación artística en la publicidad, en el cartel, lo cual lo hace más agradable y al mismo tiempo de mayor aceptación para el receptor, éste desemboca a otra función del cartel, la decorativa, el cartel pasa de ser un medio de información a ser un objeto de ambientación, relacionado en muchas ocasiones con ideologías o gustos muy definidos.

Los carteles pueden clasificarse de diversas formas ya sea basándose en su tratamiento gráfico o en su contenido. En general, se pueden dividir en tres grandes grupos basándonos en esto último, las subsiguientes clasificaciones siempre irán combinadas entre sí o con el contenido. (3)

Formativos: Estos motivan a un cambio de conducta, su información ayude a formar un criterio para que el individuo receptor reaccione ante el mensaje de una manera positiva. Es el medio



Motociles Corniot, Steinlein, Paris, 1895.



Eugenia León en concierto, Primera Jornada Nacional contra el SIDA, México, 1990, 56 X 43 cms.

(1) Dibujaos carteles, Tubau Ivan, Edn. OEAC, Barcelona 1987, (2) Parramón José María, Así se pinta un cartel,

para propagar cambios de hábitos, medidas higiénicas y modificación de actitudes entre otros, en este tipo de cartel, la imagen resalta más y va apoyada por un pequeño texto que le ayuda a concretar la comunicación del mensaje.

Informativos: En este cartel, la función más importante de su mensaje es dar a conocer fechas, resoluciones, etc., este tipo de cartel muchas veces está compuesto sólo por tipografía.

Formativos - Informativos: Son los carteles que manejan de manera conjunta los aspectos antes mencionados.

Como mencioné antes, de estos tres grupos se desprende otras clasificaciones donde intervienen otros factores, como el público al que va dirigido (sector del mercado que lo produce y lo consume), el lenguaje que usa para comunicar su mensaje, el estilo y su forma expresiva o técnica empleada (6); y aún después de esta forma de catalogarlos, se les puede separar por especialidades de cada una de estas ramas como a continuación menciono:

Educativos: La información que presentan está relacionada con elementos de enseñanza y normas de conducta. Servicios del sector salud, trámites burocráticos, entre otros.

Culturales: Están destinados a fomentar y promover diversas actividades culturales y/o artísticas, es uno de los géneros que por su propio contexto se presta más a la experimentación y la libertad plástica. Exposiciones, conciertos, teatro.

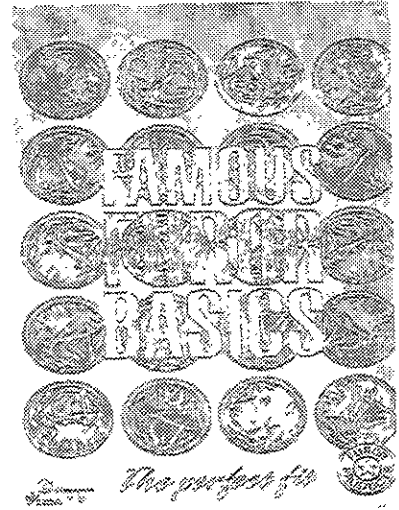
Políticos: Hacen propaganda sobre valores, ideologías y posturas políticas de grupos o individuos. Campañas electorales, protesta, denuncia, peticiones de grupos étnicos y minoritarios.

Comerciales: Sirven como medio publicitario para la distribución y venta de productos o servicios, actualmente es uno de los géneros que más abundan en el mundo del cartel gracias a su efectividad y rentabilidad. Como ya se mencionó diversos anuncios de productos y servicios, turísticos,

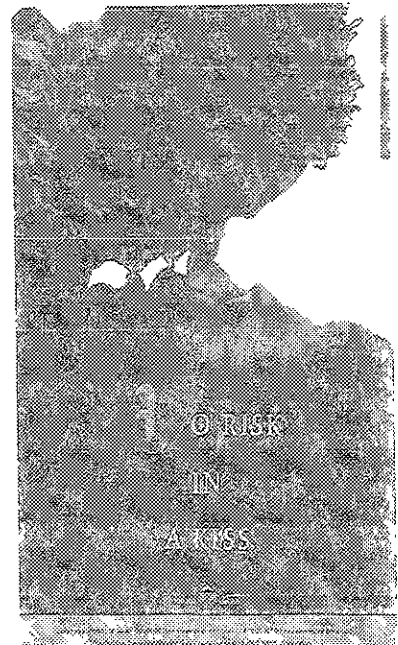
Según su tratamiento gráfico, técnicas con las que se realiza, se podrían clasificar los carteles en (6):

Ilustrativo: En esta clasificación entran todos los carteles que tengan que ver en cuanto a técnica representativa con la ilustración, en cualquiera de sus técnicas. Por lo general estos carteles son menos impactantes que los que tienen fotografías, y precisamente por la llegada de la fotografía a color empieza a ser poco frecuente su uso. Su aplicación se da ante todo, cuando se busca dar al trabajo un aire de suavidad y delicadeza, o de desenvolvimiento y espontaneidad, este último con un gran colorido y muy sobrio en temas infantiles.

Fotográficos: Cada vez es más explotada por su fidelidad para comunicar características y bondades de un producto, servicio o lugar a promocionar, sobre todo en el campo publicitario comercial y turístico. Aquí se pueden tocar también los efectos fotográficos, que hacen olvidar de la antes mencionada fidelidad de la imagen, pero



Famous Furor Basics, Furor, México, 1993, 60 X 40 cms. Ej. de cartel formativo y comercial el mismo tiempo.



No hay riesgo en un beso. El sexo seguro nos protege del VIH (el virus que puede provocar el SIDA) enfermedades de transmisión sexual y de un embarazo no deseado. Inglaterra, 1994, 70 X 52 cms. Ejemplo de cartel formativo-informativo.

que la revista de una gama sumamente amplia de posibilidades para dar a la fotografía la apariencia que sea la más adecuada para lo que buscamos.

Gráfico (grafismo): Se pueden considerar dos vertientes de grafismo, el que se basa en la imagen y el que emplea la tipografía. Este basa todo su tratamiento visual en la composición y aplicación de caracteres tipográficos, y todas las variantes de grafismo, prácticamente ilimitado, que conllevar los efectos que se le puedan dar a una tipografía. Lo mismo se puede decir en cuanto a la imagen, se refiere al trazo libre que comunica un mensaje, que tiene expresividad, que no se rige por convencionalismos estructurales.

Motivos Abstractos: Esta modalidad de grafismo abstracto es poco socorrida en el cartel salvo en trabajos predominantemente plásticos, como por ejemplo (y aquí entra una subclasificación de carteles culturales), carteles de exposiciones, museos, espectáculos musicales, teatrales o dancísticos, temas de arquitectura, o disciplinas que impliquen una simbología o lenguaje visual muy particular por ejemplo: tecnología, ciencia o productos farmacéuticos, estos últimos ejemplos entran en la clasificación de carteles comerciales o educativos.

En cuanto al lenguaje que se emplea y la relación directa del cartel con el público se le puede dividir en ⁽⁹⁾:

Íctico Exhibitivo: Muestra el producto y declara sus cualidades e involucra directamente al receptor (principalmente usado en el género comercial).

Conativo: Esta información está dirigida específicamente al espectador, le llama, le habla para apelar a su atención, este tipo de comunicación en el cartel es muy socorrida en los carteles políticos. **Imperativo - Conativo:** Ordena al receptor que haga, diga, compre o se convenza de lo que éste comunica.

Se les puede ordenar también por corrientes artísticas, ya que cada una de ellas viste al cartel de características propias de acuerdo a cada época, con lo cual lo convierte en una especie de documento social. Una explicación más amplia en cuanto a este tema se encuentra en el punto 1.2.1 en la información referente a la historia del cartel.

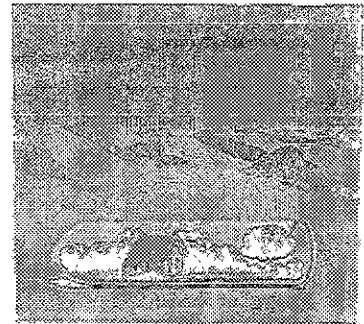
Como una última clasificación y que de hecho engloba de cierta forma a las ya antes mencionadas sería la que divide a los carteles por su nivel de lectura o representación y la pregnancia que tiene en el espectador; y ésta clasificación sería en figurativo, realista y abstracto.

Es muy importante mencionar que en un solo cartel (como ocurre en la mayoría de las ocasiones) pueden mezclarse más de 2 ó 3 de las características antes mencionadas, sin perder su función principal de comunicar.



Hacen lo que hacen siempre con condón, Alemania, 1993, 59,6 X 42,2 cms.

"PRÉSERVATION..."



Préservation, Suiza, 1995, 69 X 49 cms.

Préservation, Suiza, 1995, 69 X 49 cms.

2.1 Configuración del cartel

Como en toda composición de cualquier tipo se debe tener especial cuidado al elegir los elementos que se van a utilizar y la estructura que se les va a dar de acuerdo con el mensaje que se quiere transmitir.

Las bases para cualquier diseño (aunque sean usados indistintamente) son la tipografía (mensaje textual) y la imagen (mensaje visual), complementados por el espacio en blanco. Todo esto debe de llevar un orden, para poder establecer una relación coherente entre ellos, desde el planteamiento del problema, el desarrollo del proyecto y la resolución final.

Los elementos del diseño están muy relacionados entre sí. Independientes parecen abstractos, pero reunidos, dan sentido al diseño y al mensaje, por lo tanto no pueden ser separados. Según Wucius Wong ⁽¹⁾, estos elementos pueden ser reunidos en cuatro grupos:

- 1.- Los elementos conceptuales: éstos están implícitos en el diseño, en las formas. Son: a) Punto, b) Línea, c) Movimiento y d) Volumen.

Esta denominación de elementos conceptuales que Wong utiliza es un poco contradictoria, ya que estos elementos son tangibles, visibles y perceptibles en diferentes maneras; como mencioné antes; si no como elementos; únicos, sí como parte de una forma. Tal vez sería más adecuado llamarlos Elementos Básicos o Primarios, ya que son los fundamentos de toda composición. Son llamados conceptuales por Wong por la función que tienen dentro del diseño, de ser las bases para formar cualquier composición, cualquier imagen o signo. No porque por sí solos comunicuen algo, que contengan en sí un "concepto", necesitan un contexto para tener un significado, una coceptuabilidad.

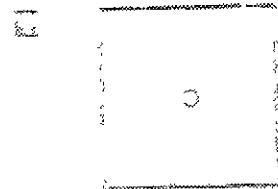
- 2.- Elementos visuales: Es la transformación de los elementos llamados conceptuales, cuando estos se hacen visibles, cuando toman: a) Forma, b) Medida, c) Color y d) Textura.
- 3.- Elementos de relación: Este grupo se refiere a la conexión entre todos los demás elementos del diseño, de éstos algunos pueden ser visibles y otros no: a) Dirección, b) Posición y c) Espacio y d) Gravedad.
- 4.- Por último están los Elementos prácticos, éstos imponen el contenido de un diseño son: a) Representación, b) Significado y c) Función. Entra también, como se mencionó antes, como un elemento, el espacio, ya sea como referencia (límite del espacio), designa la zona donde van a funcionar en conjunto los elementos del diseño o como un integrante del mismo.

1.- Elementos conceptuales

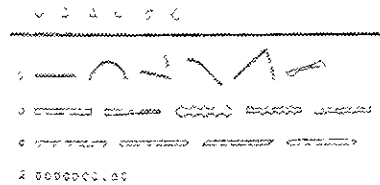
- a.- Punto: No tiene largo ni ancho, sólo indica posición, puede representar el principio, fin de una línea, o el cruce de dos de ellas, aunque su forma más común es la de un círculo, sin ninguna compasión y dirección, por lo tanto sus principales características; ser pequeño y de forma simple.



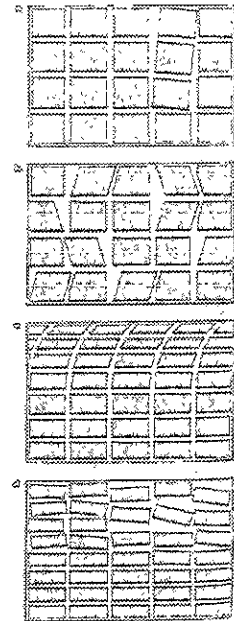
No te airevas a olvidarme, México, 1998, 60 x 40 cms.



b.- Línea: Cuando un punto se mueve, su trayectoria se transforma en una línea, ésta al igual que el punto tiene posición, pero también tiene dirección y largo y está limitada por dos puntos. Se le atribuye que su ancho es sumamente estrecho y su largo en comparación puede ser lo extenso que se quiera, se deben considerar varios aspectos en cuanto a una línea entre ellos: la forma total, esto se refiere a la apariencia en general, o sea puede ser recta, curva, quebrada o irregular. El cuerpo, está determinado por la forma de los bordes, habitualmente son lisos y paralelos, pero conforme a sus características pueden dar a la línea un aspecto afilado, nudoso o irregular. Las extremidades, éstas sólo cobran importancia si la línea es ancha, y pueden convertirse en algo importante, con diferentes formas: cuadrados, puntiagudos, redondos, etc.



c.- Movimiento: Se forma cuando una línea traza un recorrido, y se convierte en un plano, sus principales rasgos, son que tiene largo y ancho, pero no grosor, tiene posición y dirección, está limitado por líneas virtuales, y marca los límites externos de un volumen. Un plano es una superficie bidimensional, puede ser cualquier forma lisa que no sea reconocida como una línea o un punto, esta forma plana y lisa puede tener casi cualquier forma que entre en alguna de estas clasificaciones: *Geométricas*: Formas que son construidas matemáticamente; *Orgánicas*: Están rodeadas de curvas libres que insinúan libertad, sencillez y desarrollo. *Rectilíneas*: Formadas por líneas rectas que no se relacionen matemáticamente. *Irregulares*: Formadas por líneas curvas y rectas sin ninguna disposición en especial y que no están relacionadas matemáticamente entre sí. *Accidentales*: Logradas como lo indica su nombre por accidente, ya sea por el material utilizado o por el proceso de realización.



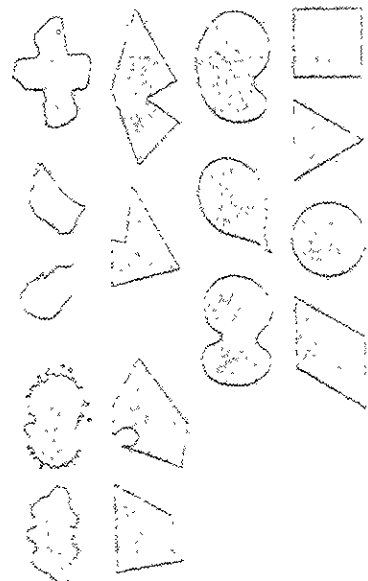
d.- Volumen: Es el recorrido en un plano en movimiento, tiene posición en el espacio y está limitado por líneas y planos.

2.- Elementos visuales

a.- Forma: Como se mencionó antes los elementos conceptuales o básicos: el punto, la línea y el plano, no pueden ser vistos, hasta que se transforman en una forma que aporta la identificación. Algunas de las características de las formas básicas fueron mencionadas con anterioridad.

b.- Medida: Cualquier forma un tamaño, este es relativo si lo tratamos en cuanto a dimensión. Es una característica importante designar la diferenciación entre fondo y figura o forma.

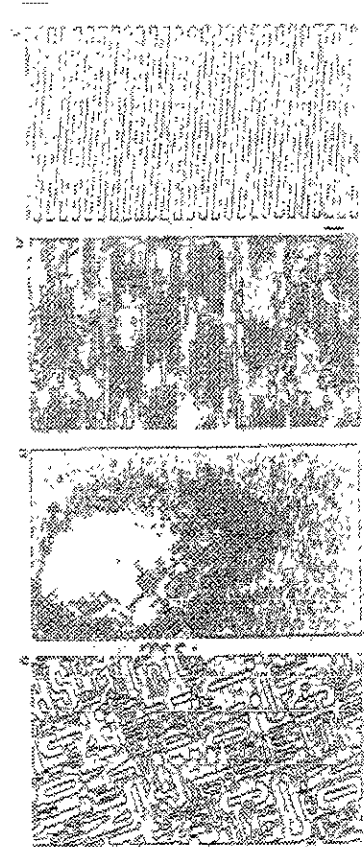
c.- Color: Una forma siempre se distingue primero por su color, este se utiliza indistintamente en toda la gama de su espectro según los atributos que queramos brindarle a determinadas formas, adoptando una variedad infinita de posibilidades en su utilización, distribución y combinación entre otros elementos de un diseño. Aquí entra el contraste, ya que a la forma se le puede ver como un figura que ocupa un espacio determinado o como un espacio libre (positivo) rodeado de un espacio ocupado (negativo).



c.- **Textura:** Ésta se refiere a particularidades en la superficie de una forma, son definidas generalmente como lisas, suaves, rugosas, decoradas, opacas, duras o brillantes. La textura puede ser dividida en dos categorías, que pueden aplicarse tanto a la textura del soporte como a la textura de la imagen:

Textura visual: Es bidimensional, creada sólo para ser vista, no se puede sentir, pero evoca sensaciones táctiles, y de ésta existen 3 subdivisiones: **textura decorativa:** es sólo un complemento de la figura en la que se encuentre, y no afecta su esencia, puede ser retirada sin modificar la esencia de la misma. **Textura espontánea:** ésta sí es parte de la forma, ya que es creada junto con ella. **Textura mecánica:** Es concerniente a la textura creada por medios mecánicos especiales, y no es dependiente de la forma, por ejemplo el grano fotográfico.

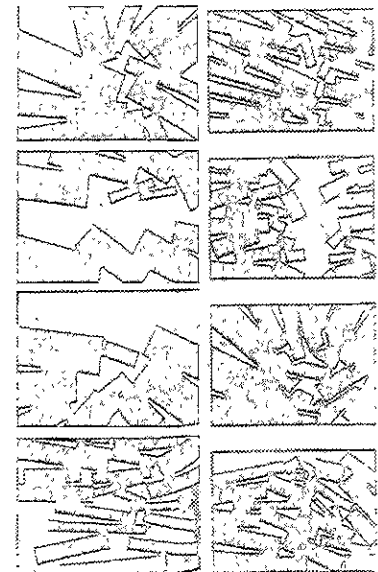
Textura táctil: Esta no sólo es visible al ojo sino que también puede tocarse, pasa a un plano tridimensional. A grandes rasgos todo tiene textura táctil porque todo puede sentirse, cualquier papel, por ejemplo, por muy liso y suave que sea tiene características propias que permiten una identificación, sólo al tocarlo aunque visualmente no ofrezca una textura visual rica. Existen también 3 subdivisiones: **Textura natural:** Son las texturas naturales de los materiales que se utilizan para un trabajo, y se aprovechan sus características tal cual, no se ocultan ni se modifican. **Textura natural modificada:** Aquí las texturas naturales de los materiales son modificadas para que den otras características, los materiales son "retocados", pero siguen siendo reconocibles. **Textura organizada:** Los materiales segmentados en pequeñas partes quedan organizados en una nueva forma, en una nueva superficie, pueden usarse al natural o ser modificadas, en algunos casos los materiales pueden no ser identificados como individuos ya que la sensación de unidad del nuevo conjunto es más fuerte, como ejemplo están los cuadros de mosaicos o de semillas. Esto se acentúa si los materiales están recubiertos de una capa de un mismo color que los haga uniformes.



3.- Elementos de relación

Dirigen a todos los elementos con respecto a la ubicación e interrelación de las formas en un diseño, la dirección y la posición son inadvertidos, mientras que el espacio y la gravedad sólo pueden ser sentidos.

- a.- **Dirección:** Esta característica es sumamente objetiva, ya que depende de la ubicación del espectador, la relación que guarda con el soporte y las formas acañas para tener un valor.
- b.- **Posición:** La posición de una forma es determinada por la relación de ésta con respecto a la estructura que la contiene y la que guarda con los otros elementos componentes del diseño.
- c.- **Espacio:** Todas las formas sean cuales sean sus características ocupan siempre un espacio, que puede ser liso o lúscido para sugerir profundidad.



Ejemplo de la anamorfia y su intrusión en el ritmo.

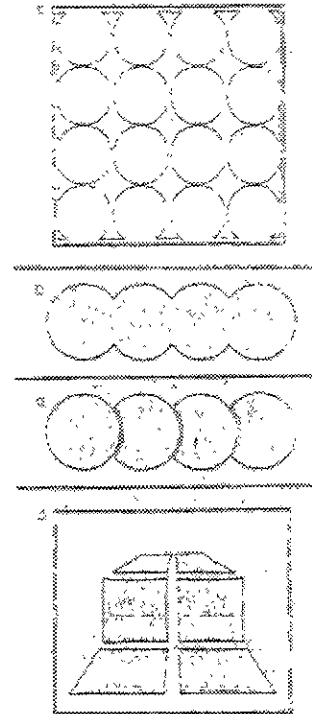
d.- **Gravedad:** ésta sensación no es visual, es psicológica, se tiene a tendencia a atribuir ligereza o pesadez, estabilidad o inestabilidad a formas según la disposición, forma, color, etc. que posean.

4.- Elementos prácticos

Sustentan el contenido y mensaje de un diseño, son:

- a.- **Representación:** Es la interpretación que se hace de una forma ya existente y que refleje una realidad, ya sea creada por la naturaleza o por el ser humano, puede ser realista, estilizada o semiabstrata.
- b.- **Significado:** Se hace patente cuando el diseño comunica un mensaje.
- c.- **Función:** De esto se ha hablado antes, la función principal de un diseño es cubrir una necesidad de comunicación, en el caso específico de un cartel es la de comunicar un mensaje, servir para un propósito determinado. (1)

Como elementos que conforman al cartel se pueden nombrar principalmente a la imagen y a la tipografía, pero existen otros implícitos en su misma naturaleza, aquí los mencionaré brevemente:



Ejemplo de la utilización del espacio

2.2 Soporte

Por soporte podemos entender que es la superficie sobre la cual se plasma un diseño, y de la cual depende muchas veces el éxito o fracaso de un proyecto (2). Se refiere a las estructuras de diferentes tipos empleadas en el bocetaje, "el armazón". Esto nos facilita la tarea, ya que distribuye y ayuda a ordenar los elementos se pueden dividir en:

2.2.1 Soporte geométrico

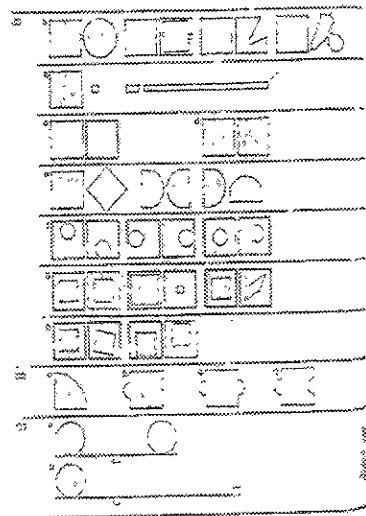
Es la estructura de apoyo, es un sistema de distribución y ordenación por medio de líneas que sostienen las imágenes o textos que componen el diseño dentro de un plano. Esto hace más sencilla su ubicación y al darles una distribución y solución armónica. Hay varios tipos de estructuras: redes, retículas, tramas, y sistemas de proporción.

2.2.2 Soporte físico

Como había mencionado anteriormente éste se refiere a la superficie más adecuada sobre la cual se imprimirá el diseño, existen para todos los requerimientos y presupuestos, siendo el más común el papel, el cartón y la tela.

2.2.3 Soporte visual

Es la forma en que vamos a llevar el mensaje al receptor, es una parte fundamental para el diseño, aquí debemos considerar los factores, los componentes del mismo, como: formato, dimensión, imagen, tipografía, contenido, color, composición en la cual incluimos las técnicas visuales, como: contraste, equilibrio, peso, profundidad, etc.



(1) Wong Vucobus, Fundamentos de Diseño Bi y Tri Dimensional, Edil. Gustavo Gili, Barcelona

2.3 Formato

Es lo primero a considerar en momento de planear un cartel o cualquier proyecto de diseño en general, para saber sobre que bases, sobre que dimensiones empezar a bocetar y tener en cuenta los elementos a emplear. En el desarrollo de un cartel hay que tener en cuenta que el formato es muy importante y existen varios factores a considerar como el lugar en donde se va a colocar, el contexto que lo rodea y sobre todo que el espectador va de prisa y no precisamente dedicará toda su atención al mensaje expuesto en la calle.

Las medidas de los formatos casi siempre se basan en las medidas estándar de papel de fábrica y en las de entrada de las máquinas de offse.

Como medida internacional el cartel publicitario mide 70 x 100 cms., a partir de estas dimensiones existen subdivisiones que nos dan variedad en los formatos, como el cartel de 1/2 hoja de 50 x 70 cms., de un 1/4 de hoja 35 x 50 cms. o de un 1/8 de 25 x 35 cms., estas diversas medidas nos permiten una gama amplia de formatos que permiten cubrir todas las necesidades.

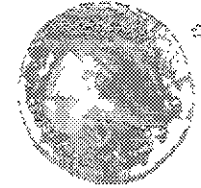
2.4 Tipografía

En cuanto a la tipografía de un cartel (mensaje textual), lo primero que debe contemplarse, es la cantidad de texto, éste debe siempre limitarse a lo indispensable, sólo la información básica y más relevante para no saturar al lector y acabe por no poner atención a nuestro mensaje o no entienda nada. Usando sólo la información necesaria el mensaje logra ser directo y surtir efecto y siempre la funcionalidad debe ir antes que la estética. A continuación menciono los aspectos que deben considerarse en el uso de la tipografía ⁽¹²⁾:

- 1.- Legibilidad
- 2.- Tamaño y peso
- 3.- Familias tipográficas: mezcla y combinaciones
- 4.- Alineación y distribución
- 5.- Contraste
- 5.1 Anomalía
- 6.- Jerarquías de información
- 7.- El color y el texto

1.- Legibilidad: Es la principal característica de un texto para que cumpla su función de comunicación, sobre todo en un cartel, donde la exposición del mensaje al receptor es muy breve. no obstante, también debe ser llamativo para que en ese momento de exposición tan corto ante el receptor logre captar su atención.

MÁS VALE UN
MINUTO DE
CONCIENCIA...



QUE UN
MINUTO
DE SILENCIO

1996

Más vale un minuto de conciencia que un minuto de silencio, usato, México, 1996, 60 x 40 cms.



Esta noche vivo al SIDA, Suiza, 1993, 42 X 59,5 cms. Aquí se ejemplifica los elementos prácticos del diseño, ya que se hace un juego visual representativo de la palabra conjuntandola con un condón, que es el mensaje que se quiere dar.

La legibilidad se basa en muchos de los puntos ya enumerados, y van estrechamente relacionados, siempre variando de acuerdo al mensaje que se quiere dar, y constan en lo siguiente:

- 2.- **Tamaño y peso:** En proporción con el formato y cantidad de texto, se procura que no sea menor de 80 pts., claro que todo esto considerando otros factores. En cuanto al peso, muchas veces se prefiere que sea bold por el contraste que tiene, sobre todo en encabezados, pero las conveniencias de este punto se verán en Estilo y Contraste.
- 3.- **Familias tipográficas: mezcla y combinaciones:** Se debe elegir una familia adecuada a la idea que se quiere comunicar, que sus características se adapten al mensaje dentro de lo posible, que le dé personalidad a la palabra y que sea legible. Un recurso muy usual, es la combinación de familias y estilos tipográficos, para dar cierto carácter a una palabra o un mayor énfasis, y hacer nuestro mensaje más atractivo visualmente. El mezclar fuentes y familias tipográficas nos da amplias posibilidades creativas, por ejemplo podemos mezclar una tipografía pesada y con un puntaje alto para un título que funcione como base en contraste con otro título adicional en un tipo light itálico. Debemos tener en cuenta lo que transmite cada una de las características en la tipografía:

Bold: Fuerza, poder y energía.

Light: Suavidad, elegancia, debilidad.

Itálica: Movimiento, dinamismo, actualidad.

- 4.- **Alineación y distribución:** Este punto depende mucho del carácter del trabajo, un formato formal exige una distribución y alineación clásica, por lo regular al centro. Si el trabajo lo permite por ser de un estilo más moderno o particular, se puede jugar con la alineación justificándola a una imagen recortada o contorneada con texto, o haciéndola asimétrica. Para esto deben tenerse en cuenta el espacio disponible en el soporte y la intención que queremos dar a cada palabra, esto muy relacionado con la jerarquía de la información que trataremos más adelante.

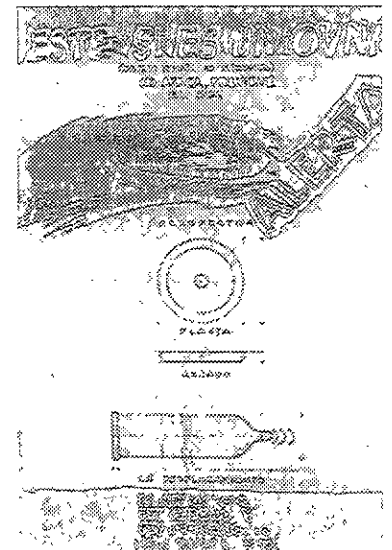
- 5.- **Anomalia y contraste:** Se llama anomalía a la irregularidad que rompe el ritmo de un diseño, un salto, un elemento que rompe la organización. Debe usarse con cuidado para que no parezca un error o descuido dentro del proyecto, estará justificado por el contenido del diseño, y se empleará usando un fin específico, por ejemplo:

- **Atraer la atención:** Cuando se usa en pequeños detalles, tiende a resaltar y atraer la atención sobre él.

- **Salvar la monotonía:** Cuando se prolonga el ritmo en un diseño puede tender a lo monótono, esto puede salvarse con un elemento que rompa, generando así un salto, un toque dentro del diseño, éstos elementos deben manejarse esporádicamente para que puedan cumplir su objetivo. Salvando la monotonía y agregando elementos que produzcan contrastes, se puede llegar hasta el desorden dentro de un diseño que sería la sobreutilización de la anomalía de un diseño.



No hay quinto malo y el sexto... con cuidado, México, 1966, 60 X 40 cms.

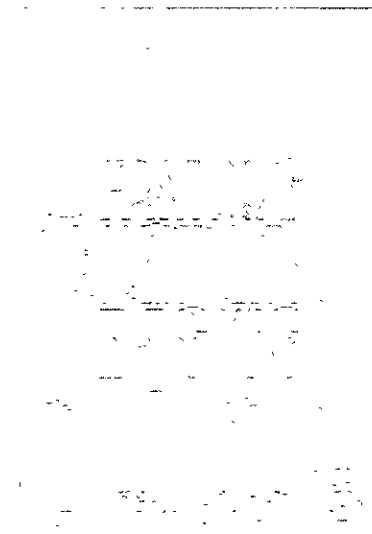


Este es un OVNI. Objeto Versátil no in-rodado, México, 1966, 60 X 40 cms.

3.- **Jerarquías en la información:** Siempre debe haber equilibrio entre los diferentes niveles de información escrita, buscando complementar los textos y realizar lo más importante del mensaje, por ejemplo si usamos una tipografía pesada y grande en el título y el texto complementario en líneas delgadas, con un puntaje relativamente pequeño, nos dará la sensación de un contenido relevante en el título. Decidir la jerarquía, la importancia que demos a las palabras corresponde de acuerdo al mensaje que deseamos transmitir, decidiendo que es más importante si el texto o la forma.

Cuando un trabajo por necesidades de comunicación requiere de títulos adicionales ó subtítulos se deberá procurar darle el énfasis necesario a cada texto y conjuntarlo armónicamente con la imagen.

7.- **El color y el texto:** Una vez que hemos agotado las opciones anteriores para la formación de un texto, podemos entrar a la aplicación del color, que nos brinda más posibilidades para complementar los puntos antes mencionados, podemos hacer uso de la psicología del color para dar a una palabra el vestuario que necesita para poder expresar lo que nosotros queremos. Un mérito funcional para contrastar las formas tipográficas en el diseño es colocarlas sobre un fondo sólido, podemos aprovechar este recurso para resaltar y unificar la información más importante por medio de un color determinado y que se relacione con el sentido de la frase, teniendo en cuenta el soporte y elementos que rodean este texto, y el lugar donde se va a colocar.

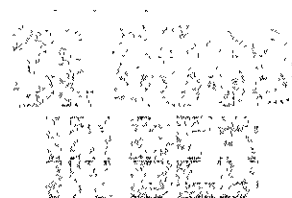


Famous Furor Básico, México, 1989, 60 X 40 cms. Aquí podemos ver el uso del color para que los elementos resalten y nos comuniquen un mensaje de juventud, de acuerdo con la personalidad de la marca patrocinadora, el uso de un elemento para crear una textura visual y la jerarquización de la información por medio de elementos tipográficos.

2.5 Color

Como mencioné, en el uso del color en la tipografía, este elemento es fundamental en el diseño gráfico. Al color se le puede definir en tres dimensiones: matiz, saturación y brillo (12). El primero se refiere al color en sí, la saturación es el grado de pureza, la intensidad que tiene el color. Los menos saturados dan la sensación de suavidad y tranquilidad, los saturados son expresivos y emotivos. El tercero, el brillo consiste en la cantidad de luz que tenga un color.

El color es lo más expresivo, una imagen a color tiene un impacto hasta de un 80% mayor que el de una imagen en blanco y negro.



Se bueno en la cama, Inglaterra 1995. En este cartel ejemplifica lo que se menciona sobre la legibilidad del texto en este medio.

2.6 Imagen

A continuación mencionaré los elementos a considerar en cuanto a la imagen, nombré ciertos principios que se deben tener en cuenta tanto para la tipografía, como para la imagen, por ejemplo: los elementos conceptuales (básicos): (punto, línea, volumen y movimiento); elementos visuales (forma, medida, color y textura); elementos de relación (dirección, posición, espacio y gravedad) y elementos prácticos (representación, significado y función), éstos unidos a otros son los principales ingredientes de una imagen:

(12) Turnbul: *Artículo, Comunicación Gráfica, Ed. Tñ.es*

- 1.- Composición
- 2.- Color
- 3.- Textura
- 4.- Contraste y anomalía
- 5.- Jerarquía de la información

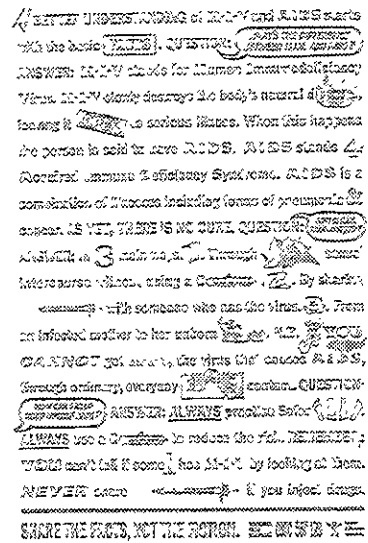
1.- Composición: Dentro de lo que llamamos composición existen varios factores como la figura, su colocación respecto al fondo y los elementos que lo integran, a continuación mencionaré brevemente los principales elementos de este punto:

Figura: Es el elemento más básico, el que define la composición para la comprensión de la ilustración. Es el ingrediente más simple de la imagen, ya que una figura privada de formas, colores o texturas nos da como resultado la silueta, el elemento más poderoso de la imagen.

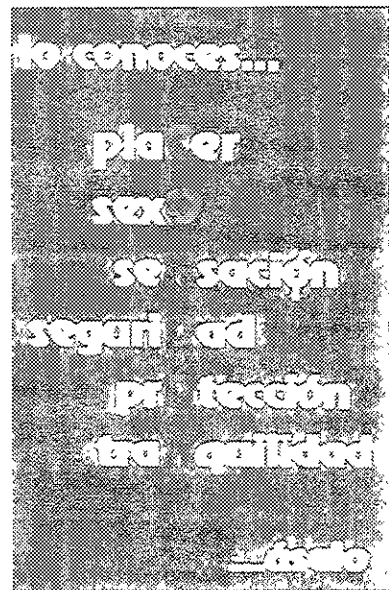
Forma: Una figura nos da un planteamiento bidimensional del área en que está y la forma es el elemento que da la tercera dimensión o sea la profundidad y está invariablemente ligada a la luz, y la forma en que ésta incide en el modelo a fotografiar, es aquí donde las luces y las sombras de los matices de color son lo que aporta esta tercera dimensión, el mismo resultado nos proporciona la textura que en algunos casos gracias a la iluminación suele ser un recurso que enriquece a la forma.

2.- Color: El color en las fotografías proporciona vitalidad y una sensación de movimiento y actualidad, además de que es un recurso infalible para llamar la atención sobre el mensaje a comunicar, los conjuntos que más resaltan son los contrastes entre los colores primarios, las composiciones donde el azul, rojo y amarillo se reúnen resultan ser más efectivos, y más pregnantes para el espectador. Este "ingrediente" va también muy ligado a la iluminación que se emplea para dar cierto matiz a los colores en la composición. Se debe buscar una mezcla que resulte atractiva a la vista y obtenga del espectador una respuesta sea o no favorable, aunque ésta mezcla no sea la más estética, hablando en un sentido estricto. Aquí lo que importa es la fuerza que esos colores unidos den al mensaje, y obtener el efecto visual inicial que queremos en el observador. Es aquí cuando el diseñador debe hacer uso de la psicología del color para enfocar su mensaje, y darle un significado al empleo del color en su diseño, se debe recurrir a connotaciones establecidas previamente en cuanto a los colores, si el azul denota lejanía, tranquilidad, frialdad; el rojo pasión, fuerza, calor, y así sucesivamente. Se debe decidir también si se usará el color abundantemente para formar una atención por el contenido cromático o se usará sólo en lo que se quiera resaltar, como un detalle en la composición.⁽¹⁾

3.- Textura: Podemos definir la textura en una fotografía como una interpretación de una característica en los objetos toca. representa un elemento importante en una imagen. Esta depen-



La mejor comprensión del Viti y el SIDA principia con los hechos básicos. Inglaterra, 69 X 42 cms. En este cartel tenemos un ejemplo de la mezcla de familias tipográficas, y las jerarquías de la información, igualmente se puede observar el empleo del contraste, ya que para romper la monotonía del texto en éste se han incrustado imágenes para contrarrestar el efecto de saturación que tiene.



Lo conoces ,placer, sexo, sensación, seguridad, proyección, tranquilidad. Usalo, México 1996, 30 X 40 cms.

de directamente de la iluminación que usemos al momento de captar la imagen, la cual hará resaltar los atributos y rasgos particulares de ese objeto, enfocando la imagen y la composición. Este factor puede ser de mucha utilidad para el diseñador, ya que usado correctamente contribuirá a la persuasión de la imagen sobre el espectador.

4.- **Contraste y anomalía:** Igual que en lo explicado anteriormente referente a contraste y anomalía en la tipografía, aquí se trata de romper un ritmo u orden dentro de una imagen ya sea en composición dentro de la misma o mediante algún tratamiento posterior; con esto se rompe la monotonía o el ritmo cerrado en una imagen provocando que ésta sea más llamativa, aunque no siempre sea la mejor opción, ya que se puede caer en el uso incorrecto de este elemento dentro del concepto del diseño y en lugar de tener una imagen atractiva tenemos como resultado una imagen caótica, que no comunique un mensaje en específico.

5.- **Jerarquía de la información:** Confiere a la importancia de cada elemento para el mensaje. Aquí podemos valer de la posición, el tamaño y el color. Variando estos 3 recursos podemos darle diferente orden o niveles de importancia a las imágenes. Resaltando lo fundamental para la composición dejando esta parte de la imagen más grande que el resto de los elementos o diferenciarlo y hacerlo más importante en peso, dándole un color sólido más fuerte que el fondo. Esto suele ser muy útil al momento de querer resaltar una parte importante de la imagen para comunicar el mensaje.

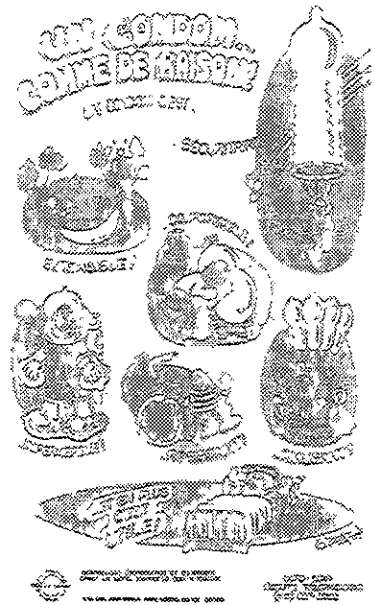
Hablando de fotografía la imagen puede ser realista, abstracta, de síntesis (abstrair la realidad), geométrica o tipográfica. ésta, si es en blanco y negro, pueden usarse otros contrastes, texturizaciones u otros efectos, si es ilustración existen infinidad de técnicas y materiales para comunicar el mensaje o sensaciones que queremos comunicar. La imagen tipográfica es la que se utiliza como elemento gráfico caracteres y los modifica para darles el sentido del mensaje a comunicar, a ésta también se le pueden aplicar diversos efectos y tratamientos para darle personalidad.

2.7 Contenido

El éxito de un cartel, se basa en el contenido, del mensaje que pretende comunicar, de la forma de hacerlo y de que el receptor lo entienda. así no solo debemos atender el aspecto estético y funcional del conjunto gráfico, sino también debemos vigilar el contenido y la forma en que lo traducimos al espectador.

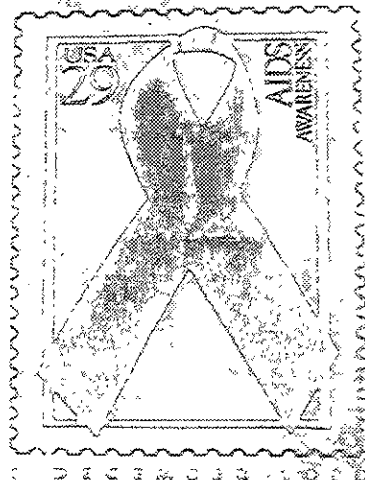
2.8 Dimensión

No se refiere a la dimensión en tamaño o medidas, si no a las características de significación del cartel, Francoise Enel enumera 7 dimensiones fundamentales (10):



Un condón como razones! Un condón es... seguro! cómodo! elástico! impermeable! resistente! divertido! y además es útil, Canada, 1997, 50.5 X 70.5 cms.

**WORLD AIDS DAY
TIME TO ACT**



Día mundial del SIDA. ¡Tiempo para actuar! 1o Diciembre 1993, E.U.A., 1993, 55 X 48 cms.

1. El grado de modernidad.
2. El buen gusto (consideraciones estéticas y morales).
3. El color.
4. El porcentaje de complejidad.
5. El porcentaje de erotismo.
6. El porcentaje de iconicidad (referente a la imagen).
7. La grandeza aparente de un objeto con respecto a las dimensiones del contexto que los rodea.

Porque te Quiero,
E. U. A. 1997,
53.5 X 48 cms.



La imagen muestra un ejemplo de un cartel de propaganda de SIDA. El cartel es un ejemplo de un cartel de propaganda de SIDA. El cartel es un ejemplo de un cartel de propaganda de SIDA.

Porque te quiero, te cuido, E.U.A. 1997, 53.5 X 48 cms.

2.9 Composición

Las categorías formales o técnicas visuales, son los medios para crear una composición armoniosa y efectiva, algunos de los recursos más importantes son: contraste, equilibrio y peso.

Algunos de los más usados son:

El contraste de oposición: Al oponer 2 elementos, uno de ellos llama la atención, adquiere fuerza y se acentúa su significado.

Contraste de forma: Este es el mayor, entre la forma y la estructura de un objeto, el más notorio es el que se da entre un círculo y un triángulo.

Contraste de escala o dimensión: Ocurre con el uso de tamaños o proporciones distintas.

Contraste de valor o color: El que es de un color más saturado o más brillante resaltará más de entre los otros.

Contraste de orientación o dirección: Se basa en la orientación de las formas dentro del soporte.

Contraste de contornos: Aquellos irregulares son más pesados visualmente que los regulares.

Contraste de ausencia: Se da por la falta notoria de un elemento que rompe la monotonía.

Contraste de ubicación: El elemento sale del orden establecido.⁽²⁾



SIDA ataca hasta los machos, E.U.A. 1996, 53 X 53 cms.

3.1 Origen

Antes de hablar del nacimiento de un organismo llamado CONASIDA, debemos definir el punto principal que nos lleva a hablar de éste y sobre el cual versa el presente trabajo de tesis, la enfermedad del SIDA, ¿Qué es el VIH?, ¿Cómo se contagia?, ¿Cómo se contagia?, es por esto que de modo breve expongo algunas de éstas respuestas para tener una base común en torno a la enfermedad para poder comenzar.

VIH: Es el Virus de Inmunodeficiencia Humana que infecta las células del sistema inmunológico, es decir destruye las defensas del organismo. Su mecanismo de acción es entrar a la sangre y destruir las defensas que son los glóbulos blancos, y así el organismo se encuentra propicio para que las enfermedades llamadas "oportunistas" (por ejemplo: neumonía, diarreas, cáncer de piel e infecciones cerebrales entre otras), lo invadan y lo destruyan. Es así que la mayoría de las personas no mueren de SIDA propiamente, sino de alguna de las enfermedades antes mencionadas ya que no tienen defensas naturales para combatirlas.

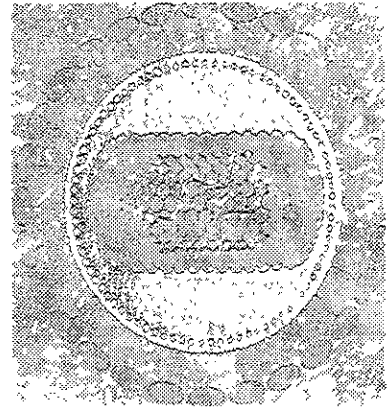
El origen de ésta enfermedad es aún incierto, pero la versión más aceptada es la que dice, que el virus del SIDA, tuvo su raíz en Africa, donde se encontró una raza en especial de monos que portaban un virus muy parecido al VIH, la forma de contagio se especula fue por comer carne cruda de estos animales, la cual es muy apreciada en esta región, otra versión dice que otra probable forma de contagio fue por un corte accidental del cocinero al prepararla y tener contacto con la sangre infectada y otra teoría más afirma que el contagio es por la práctica de zoofilia con esta especie de monos.⁽⁶⁾

Existen tres principales formas de contagio: por vía sexual, vía perinatal y por transmisión sanguínea. Por lo tanto queda excluido el contagio por contacto casual o sea por darse la mano; tocarse, abrazarse o besarse; piquetes de insectos; beber del mismo vaso; compartir el baño o la alberca con una persona infectada. En pocas palabras sólo existe contagio cuando hay contacto con fluidos corporales de una persona infectada, entendiéndose por fluidos corporales: semen, líquido preeyaculatorio, sangre y secreciones vaginales y en algunos casos la leche materna.

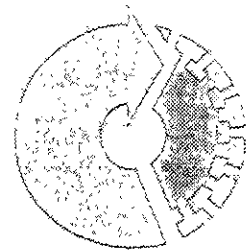
Al ver el avance de ésta enfermedad dentro de la sociedad mexicana surge la necesidad de crear un organismo que se encargue de todo lo referente a ella, desde estadísticas, atención médica a personas infectadas, medidas de prevención y lo más importante la educación de la población por medio de la difusión de información. Así surgió CONASIDA.

CONASIDA son las siglas de lo que originalmente era el Comité Nacional de Prevención de SIDA, que posteriormente devino en Consejo Nacional para la Prevención y Control del SIDA.

Este coordina organismos de gobierno y particulares en cuanto a educación, capacitación atención médica, laboratorios, epidemiología, bancos de sangre y otros aspectos relacionados con la prevención de la transmisión del SIDA.⁽⁶⁾



Virus del SIDA



CONASIDA

Una de sus funciones vitales desde que inició sus actividades, ha sido prevenir la enfermedad, partiendo de la base de que se trata de un padecimiento de transmisión mediante mecanismos evitados, siempre y cuando se cuente con la información necesaria al respecto y la población tenga clara conciencia del riesgo que corre. Por ello, desde el inicio del Consejo se trabajó para llevar estos mensajes preventivos a los diferentes sectores de la población, teniendo en cuenta los diversos aspectos del problema que representa el SIDA: educativos, clínicos, epidemiológicos, sociales, psicológicos, entre otros.

Así mismo brinda un conjunto de servicios a la comunidad en general, investigadores y médicos, que van desde proporcionar información básica sobre SIDA, a través de medios de comunicación masiva, conferencias, biblioteca, etc., información especializada, servicios de laboratorio (pruebas de detección), orientación jurídica, entre otros, que se detallaran más adelante.

Esto es a grandes rasgos CONASIDA conforme se desglose cada uno de sus componentes en los siguientes puntos se tendrá una idea más clara de la infraestructura de este organismo y como trabaja.

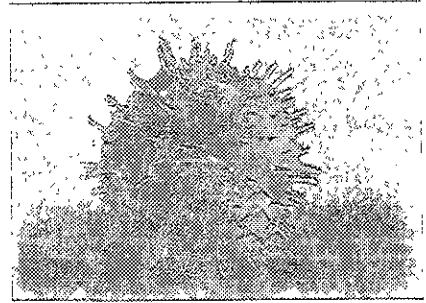
3.2 Fundación

El Comité Nacional para la Prevención y Control del SIDA (CONASIDA), inició sus funciones como organización nacional coordinadora de organismos gubernamentales y no gubernamentales en cuanto a educación, capacitación, epidemiología, atención médica, laboratorios, bancos de sangre y aspectos relacionados con la prevención de la transmisión del VIH/ SIDA en 1986.

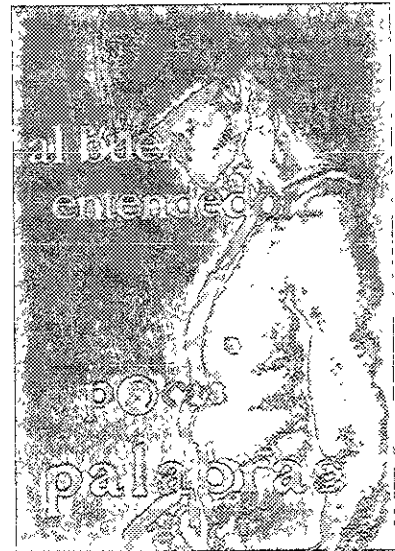
Sus objetivos principales al ser creado eran evaluar la situación del SIDA y la infección por VIH a nivel nacional, así como establecer las pautas para el diagnóstico, tratamiento, prevención y el control de la enfermedad y coordinar la implantación y evaluación de normas y actividades de control apropiadas, teniendo en cuenta otros problemas prioritarios y los recursos de salud del país. Dos años más tarde el Comité derivó en Organismo descentrado de la Secretaría de Salud: el Consejo Nacional para la Prevención y Control del SIDA, creado por decreto presidencial en agosto de 1988 conservando las siglas de CONASIDA.⁽¹⁰⁾

El CONASIDA como organismo coordinador, ha logrado conjuntar los esfuerzos de las instituciones de salud (SSA, IMSS, ISSSTE, DIF, etc.), de otras instituciones gubernamentales (DDF, SEP) y no gubernamentales (Cruz Roja Mexicana), y diversas asociaciones civiles, ya que se busca promover la interacción de todos ellos para lograr congruencia y consenso en las medidas que se adopten frente al padecimiento.

CONASIDA ha contado con el apoyo financiero de la Secretaría de Salud, así como de otras instituciones del Sistema Nacional de Salud, y recientemente de organismos privados nacionales; el apoyo de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y Organización Panamericana de la Salud (OPS) y de diversas agencias de los Estados Unidos han sido fundamentales para el desarrollo del programa.



Virus del SIDA



Al buen entendedor ... pocas palabras, México, 1993, 60 X 40 cms.

La historia del CONASIDA se ha dividido hasta el momento en cuatro etapas para entender mejor su evolución:

- 1.- Etapa Germinal 1985-1986
- 2.- Etapa de Crecimiento 1987-1988
- 3.- Etapa de Consolidación 1989-1990
- 4.- Etapa Presente 1991-a la actualidad.

1.- Etapa germinal 1985-1986

Esta etapa se caracterizó por la creación del CONASIDA como Comité Nacional del SIDA. Se ubicó inicialmente en la Dirección General de Epidemiología (DGE) en el Instituto Nacional de Diagnóstico y Referencia Epidemiológicos (INDRE). No se contaba en ese entonces con personal que trabajara de tiempo completo en asuntos relacionados con la infección por VIH/SIDA, ya que el Centro era atendido por funcionarios de la DGE. En esta etapa se producen los primeros materiales educativos.

La principal empresa en esta etapa era establecer los parámetros para el diagnóstico, el tratamiento, la prevención y el control de la transmisión de VIH, así como dar a conocer y poner en práctica las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS), además de tratar de conseguir apoyo financiero.

Algunos de los principales logros en esta Etapa Germinal fueron:

La realización de pruebas de detección del VIH en donadores de sangre, la organización de los primeros talleres de entrenamiento, la producción de los primeros folletos y trípticos informativos, la obligatoriedad de las pruebas de detección en todos los bancos de sangre del país y la instalación formal de CONASIDA como Comité Nacional de Prevención del SIDA en mayo de 1986.⁽¹⁰⁾

2.- Etapa de crecimiento 1987-1988

En ésta etapa CONASIDA seguía formando parte integral de la Dirección General de Epidemiología (DGE), y consiguió su primer apoyo financiero internacional que permitió la contratación de tiempo completo de un grupo multidisciplinario de expertos para abordar los principales aspectos en los que incidía la epidemia. Estos trabajos abordaron las áreas de vigilancia epidemiológica e investigación; servicios directos a los individuos infectados con VIH, con SIDA o con prácticas de alto riesgo, y se ampliaron hasta al diseño de campañas para medios masivos de comunicación y de materiales educativos.

Se consiguió en esta etapa: la publicación del boletín epidemiológico: Boletín Mensual SIDA, a partir de marzo de 1987; el comienzo de una red nacional de laboratorios de detección del VIH; el establecimiento del primer centro de información en la Ciudad de México en abril de 1987; el lanzamiento de la primera campaña masiva de información; el control de los bancos de sangre; la creación de Comités Técnicos; el Primer Congreso Nacional sobre SIDA en noviembre de 1987; la creación del Centro Regional de Intercambio, Documentación e Información sobre SIDA (CRIDIS) en abril de 1988; la instalación de

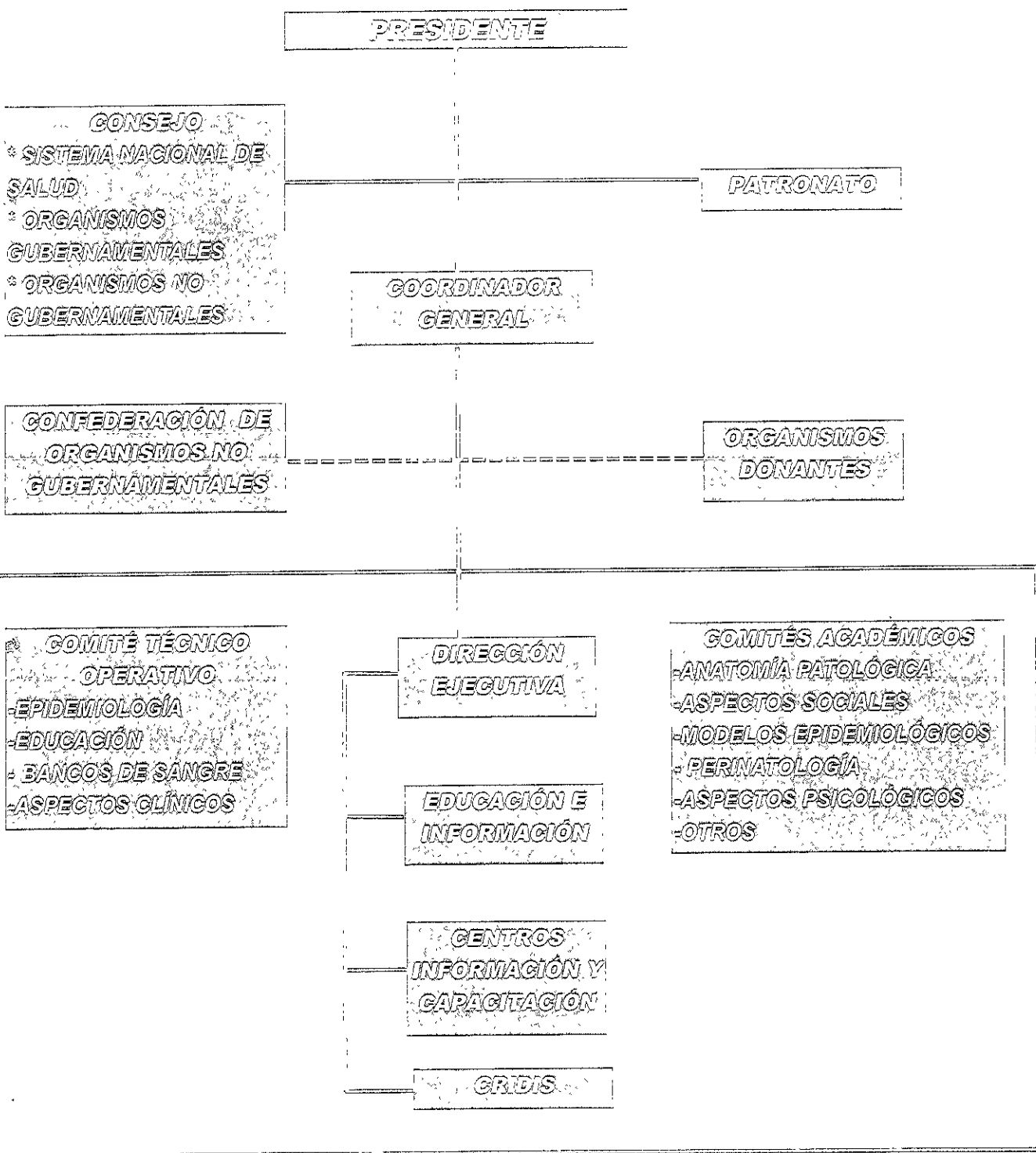


Primera Jornada Nacional contra el SIDA. Día Mundial Contra el SIDA, México 1990, 56x48 cms.



Todos contra el SIDA, México 1987, 82 X 46,5 cms.

FUNGIOCRATIA CONASIDA



COMITÉS ESTATALES DE PREVENCIÓN Y CONTROL DEL SIDA (COESIDAS)

la línea telefónica de información TELSIDA en julio de 1988; el decreto presidencial de creación de CONASIDA como Consejo Nacional para la Prevención y Control del SIDA en agosto de 1988, lo cual será tratado ampliamente más adelante; la inauguración del segundo centro de información en la Ciudad de México, ubicado en Comercio y Administración 35, Col. Copilco en septiembre de 1988; la organización y realización del Primer Simposio Internacional de Educación y Comunicación en SIDA, en octubre de 1988. Actualmente este centro se encuentra en la Calzada de Tlalpan #233, Col. Toriello Guerra.

Este marco de trabajo necesitó de modificaciones a la Ley General de Salud y la firma de convenios de colaboración con otras instituciones. Uno de sus logros más importantes de ésta segunda etapa fue el cambio de CONASIDA de Comité a Consejo Nacional, pues gracias a éste se comenzaron a recibir regularmente fondos federales programados.⁽¹⁰⁾

3.- Etapa de consolidación 1988-1990

Durante ésta, CONASIDA creció considerablemente. Se diseñó una estructura específica para su funcionamiento, encabezada por un director ejecutivo de tiempo completo con cinco colaboradores directos, dedicados de forma exclusiva a sus labores, y se inició una coordinación con los comités técnicos (Epidemiología, Educación, Bancos de Sangre, Aspectos Clínicos, Aspectos Jurídicos); se elaboró el Programa Nacional de Mediano Plazo; se afianzaron las áreas de servicio directo al público; los centros de información, TELSIDA y CRIDIS, este último comenzó a publicar el boletín bionhemerográfico mensual y la gaceta CONASIDA.

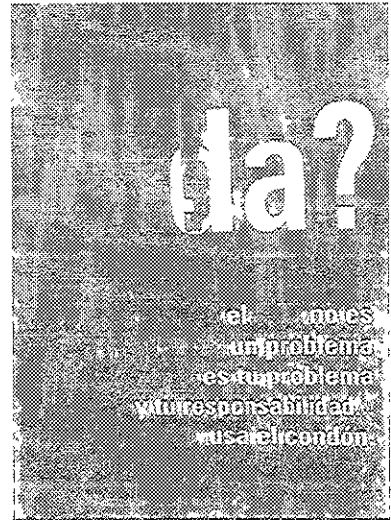
A lo largo de este período se desarrollaron tres campañas nuevas y originales para medios de comunicación masiva: la primera, señalando datos epidemiológicos relevantes en televisión (julio 1989), otra invitando a la sociedad a unirse a esfuerzos comunes también en televisión (septiembre y octubre 1989) y una más utilizando el juego popular de la lotería en el sistema de transporte colectivo Metro (diciembre de 1989 a marzo de 1990).

Se creó también un centro de capacitación en octubre de 1990, para cubrir la reciente demanda de pláticas, conferencias y talleres por parte de distintas instituciones del país, así mismo se inició un proyecto de colaboración con universidades.

Por otra parte se realizó el Segundo Congreso Nacional de SIDA en noviembre de 1989; la primera reunión de COESIDAS (noviembre 1989); la celebración del Día Mundial del SIDA (diciembre de 1989 y 1990); la apertura de centros de información en 10 entidades federativas y la realización de la Primera Jornada Nacional contra el SIDA.⁽¹¹⁾

4.- Etapa presente 1991- a la actualidad

Esta etapa representa lo que sucede hoy en día con CONASIDA, los proyectos y logros que se han obtenido, uno de los principales avances fue el de dar servicio de información, en un incremento del 38%, principalmente en la población estudiantil; en 1991 se atendieron 5,887 personas dedicadas a la prostitución para pruebas de detección, con un incremento en relación al año anterior de 149%; durante esta



¡SÍ! Da? Si ya diste el sí protégete... el SIDA no es un problema, es tu problema y tu responsabilidad... usa el condón, México, 1986, 60 x 40 cms.

mismo año se apoyó a todos los COESIDAS que los solicitaron con material impreso y un audiovisual para sus campañas de información y difusión, con cursos de capacitación para el personal médico, con la distribución de condones y la asesoría en todas las áreas, a estas asesorías, cursos, talleres y conferencias asistieron 8,095 personas; en cuanto a comunicación impresa 1991 ha sido uno de los años más productivos, con 22 materiales realizados entre guías médicas, folletos, carteles, publicaciones y manuales. Se comenzó a publicar el boletín mensual y la GACETA CONASIDA.⁽¹⁰⁾

3.3 Servicios

La función principal de CONASIDA desde su creación ha sido la de informar a la sociedad de los por menores de la enfermedad del SIDA y la forma de prevenirlo y a las personas que lamentablemente ya están enfermas o contagiadas con el virus de VIH proporcionar una vida digna informando sobre sus derechos y brindando asesoría tanto médica como legal, así como coordinar las actividades que derivan de todos los organismos particulares o gubernamentales relacionados con la prevención del SIDA. En esta primera parte enumeraré los principales servicios que el CONASIDA brinda a la comunidad, que a su vez, son las áreas funcionales por las que está compuesta el consejo, que por su misma estructura y funcionamiento son áreas de apoyo para la población y algunos otros organismos que requieran de la información o asesoría que brindar.⁽¹⁰⁾

Capacitación

Las primeras actividades educativas en 1987 del Consejo, consistían principalmente en dar conferencias informativas y de sensibilización, la demanda de estas conferencias aumentó muy rápidamente y era difícil satisfacerla por lo cual se inició la formación de propagadores de la propia comunidad mediante cursos de capacitación y de talleres. El auditorio al que se han impartido éstas conferencias se ha constituido de estudiantes, público en general, grupos de apoyo, personal médico y paramédico, obreros y empleados.

Debido a esto en octubre de 1990 se creó la COORDINACIÓN DE CAPACITACIÓN DE CONASIDA, se elaboraron distintos modelos de cursos para cubrir las necesidades de capacitación, tanto para que el personal de salud mejore la atención del paciente, así como para los que quisieran funcionar como propagadores de la información estuvieran capacitados. El objetivo general de esta Coordinación es fomentar la educación y comunicación como herramientas indispensables en la prevención del VIH/SIDA.⁽¹⁰⁾

Orientación social y derechos humanos

CONASIDA, como área normativa en México de la política social de salud en lo que se refiere a VIH/SIDA, constituyó un área específica con la finalidad de conocer y coordinar la atención de la problemática social y de derechos humanos que se presenta conjuntamente con el padecimiento físico.



Sigue la Información, México 1988, 1,40 X 70 cms.



Barájemela más despacio, México 1989, 2 x 8 cms. (especializar)

La COORDINACIÓN DE ORIENTACIÓN SOCIAL Y DERECHOS HUMANOS es un departamento de reciente creación, que surge a partir del incremento de demandas de apoyo social para infectados y enfermos, como quejas y denuncias de violaciones a los derechos humanos, como: negación de atención médica, servicios de laboratorio y medicamentos, han sido víctimas de discriminación, rechazo o maltrato y violación de la confidencialidad. Esta problemática se ha intensificado a medida que la enfermedad se ha "democratizado", lo cual amplía el impacto sobre los sectores más vulnerables y de más escasos recursos socioeconómicos. Estas demandas provienen no sólo de población atendida por CONASIDA en los Centros de Información, sino del resto de las instituciones del Sector Salud; asimismo, otro sector de la población afectada denuncia la imposibilidad de resolver por sus propios medios los problemas sociales a los que se enfrentan.

Sus principales objetivos son: la prevención de la discriminación y la vulnerabilidad y reducción del impacto social.

En cuanto a las demandas de orientación social que se reciben más frecuentemente son: solicitud de apoyo para medicamentos, demanda de atención médica, orientación social, asesoría legal, empleo y solicitud de albergues.^(11,9)

Área de información periodística

En esta área se lleva a cabo la revisión cotidiana de diarios de circulación nacional para recopilar las notas y artículos, que abordan cualquiera de los aspectos relacionados con el problema del SIDA. Esta información es preparada para elaborar una síntesis informativa: NOTISIDA, que se distribuye a los funcionarios del propio Consejo, de otras Direcciones Generales de la Secretaría de Salud, a algunos estados de la República y algunas ONGs.

Este acervo hemerográfico se encuentra también a disposición del público, la recopilación de revistas de divulgación se amplió con un promedio mensual de publicaciones, que contienen artículos sobre SIDA, y se encuentra disponible en disquetes para facilitar su consulta.^(11,9)

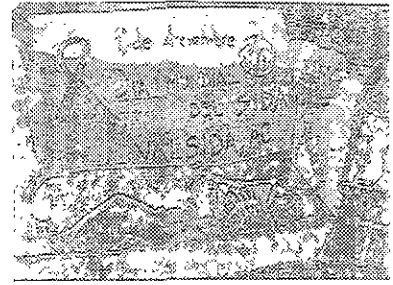
Área de difusión

Esta área constituye la puerta de salida de todos los materiales producidos por el Consejo, y el medio por el cual se establece el contacto con las organizaciones nacionales e internacionales. En 1991 esta área organizó la salida de paquetes de información y educativos producidos por las diversas áreas del CONASIDA, nacional e internacionalmente.

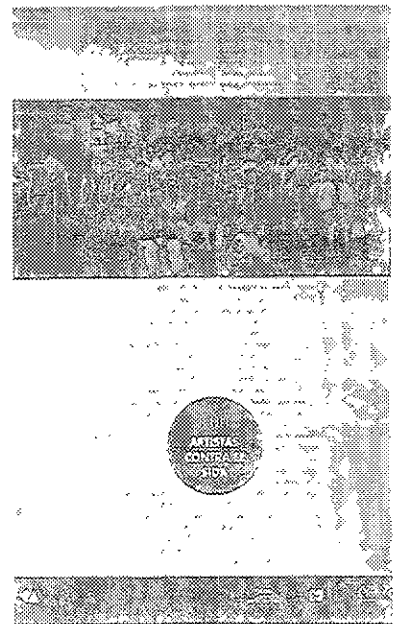
Se encarga también de la atención a los usuarios que acuden a las instalaciones del CONASIDA para solicitar material impreso. Se repartieron hasta 1991 un total de 4,264 ejemplares de la Gaceta CONASIDA, 9,080 carteles diversos y 16,300 folletos varios.⁽¹¹⁾

Subdirección de Comunicación

La subdirección se estableció con la finalidad de tener un canal efectivo entre la población y el Consejo para la distribución y difusión de información con respecto al SIDA y al VIH.



Commemoración del Día Mundial Contra el SIDA, México, 1998



Quando la voluntad se suma, 100 artistas contra el SIDA, México 1993, 72 X 46 cms.

Esta subdirección ha sido la responsable de las campañas informativas que han aparecido en diversos medios de comunicación y de los cuales hablaremos más adelante, así como del servicio telefónico TELSIDA.

Otra área de esta subdirección es el Departamento de Publicaciones que tiene a su cargo promover y supervisar la producción de los materiales educativos impresos del Consejo (manuales, folletos, trípticos, carteles, etc.) que sirven como apoyo a las campañas educativas dirigidas a los diversos públicos objetivo, así como realizar sus publicaciones periódicas.⁽⁹⁾

Departamento de proyectos especiales

El primer programa a cargo del Departamento de Proyectos Especiales, es el denominado CONASIDA-Universidades. Su objetivo principal es informar y contribuir a la educación de la población universitaria del país sobre los mecanismos de transmisión y las medidas para prevenir el SIDA, para lograrlo se recurre a la infraestructura de las mismas universidades para abordar a una población que ya es o está a punto de ser activa sexualmente y que por su edad, preparación académica y condiciones de vida, es accesible, particularmente receptiva y por ello susceptible de modificar o incorporar nuevas pautas de conducta sexual, asimismo se le considera un excelente difusor de la información en su núcleo familiar y social inmediatos.

Algunas de las acciones importantes llevadas a cabo por este programa son:

La organización de 2 concursos de material educativo: uno de diseño de carteles y otro de guión para mediodiámetro sobre SIDA, este concurso se lleva a cabo cada año. La distribución de grandes cantidades de material informativo impreso como trípticos, ejemplares de la Gaceta Universitaria sobre SIDA, carteles y condones durante diversos eventos artísticos. La capacitación de grupos al interior de éstas instituciones para la difusión de la información sobre SIDA en sus comunidades. El apoyo a protocolos de investigación, tanto en áreas biomédicas como sociales. La incorporación de estudiantes que desean realizar su servicio social vinculados con los diversos programas de CONASIDA.

Esta área elaboró un folleto para la población adolescente titulado "Crecer en los tiempos del SIDA" del cual se imprimieron 100,000 ejemplares. Proyectos Especiales es también el encargado de organizar las actividades que realiza el Consejo para la conmemoración del Día Mundial del SIDA, como conciertos de rock y música tropical en diversas delegaciones políticas, ciclos de conferencias y mesas redondas, en todos ellos se instalan módulos de información atendidos por voluntarios y se reparte material informativo impreso y condones.⁽⁹⁾

Dirección de Investigación

Los objetivos de la Dirección de Investigación se enfocan a la optimización de las dosis de AZT (Zidovudina) en términos de prevención o retardo en el desarrollo de SIDA en personas ya infectadas, la búsqueda de nuevas estrategias para la modificación del comportamiento, la descripción del comportamiento sexual para predecir el tamaño de la epidemia en el futuro. Este tipo de investigación intentará deter-



Quitate la venda, infórmate, México, 1991, 45 X 34 cms.



Las cosas buenas de la familia, México, 1993, 86 X 41 cms.

(9) CONASIDA, Informe de labores 1994, S.S.A., Subsecretaría de Servicios de Salud, Edil.

minar el tamaño de las poblaciones que están en riesgo de adquirir o transmitir el VIH, el estudio sistemático de la calidad de vida de los individuos con prácticas de riesgo, seropositivos o con SIDA, que oriente técnicamente acerca de las necesidades que éstas poblaciones tienen y permita establecer los servicios adecuados dentro del Sistema Nacional de Salud y fomento de la investigación en colaboración con instituciones académicas y no gubernamentales en general, para incrementar la creatividad y la participación de la sociedad civil en la solución de los problemas relacionados a esta epidemia.⁽¹⁰⁾

Comité de epidemiología

El Comité de Epidemiología fue el primero que empezó a funcionar dentro del Consejo, establecido en 1988. Dentro de las labores desarrolladas por el Comité de Epidemiología de CONASIDA durante 1991, sobresalen la evaluación del impacto de las medidas preventivas y de control, la consolidación del sistema de vigilancia epidemiológica, el reforzamiento de la red nacional de laboratorios, y el desarrollo de los proyectos de investigación programados (creación de la Unidad de Investigación en Retrovirus Humanos). Uno de los logros más importantes que ha tenido, es poder garantizar a la Secretaría el abasto de sangre segura. Ahora se cuenta con los 108 centros capacitados para realización de las pruebas de diagnóstico en todo el país, supervisados en forma continua para garantizar el control de calidad en el procesamiento de las muestras.

En 1991, sobresale la creación del INDRE de la Unidad de Investigación en Retrovirus, dicha unidad conjuga los esfuerzos de la UNAM y la Secretaría de Salud para contar con un centro de investigación de alto nivel, cuyo equipamiento permita el cultivo, aislamiento y la caracterización del VIH, además de contar con las técnicas más modernas en virología molecular.⁽¹⁰⁾

Comité de bancos de sangre

El Comité de Bancos de Sangre inicia sus funciones en junio de 1990, integrado por el Centro Nacional de la Transfusión Sanguínea, CNTS, y por los directores de los Bancos de Sangre del Centro Médico Nacional Siglo XXI y el de La Raza del IMSS; la Cruz Roja Mexicana; el Banco de Sangre del Hospital 20 de Noviembre, Oficina de Laboratorios y Bancos de Sangre del ISSSTE; Bancos de Sangre del Hospital Central Sur y del Hospital Central Norte de PEMEX, Bancos de Sangre y Laboratorios de los Servicios Médicos del DDF.

Sus objetivos son: Unificar los criterios para la capacitación, procesamiento y fraccionamiento de la sangre y sus componentes, así como distribución; optimizar el abasto y el uso racional de la sangre en cada una de las instituciones cuyos representantes forman parte del comité; mantener y extender el programa de control de calidad externo que el CNTS practica en 250 laboratorios de los Bancos de Sangre del Sector Salud; implantar programas de capacitación permanente del personal profesional y técnico adscrito a los Bancos de Sangre y realizar campañas educativas sobre los aspectos relacionados con la transfusión sanguínea (uso y abuso, el SIDA como una enfermedad transmisible por esta vía, problemas de captación y procesamiento, etc.) y que promuevan la autoexclusión voluntaria de los donadores de sangre con el fin de mejorar la selección de los mismos. Esto se difundirá a través de folletos explicativos y en los medios de comunicación masiva.⁽¹⁰⁾



Simposium de actualización sobre SIDA, México 1987, 62 X 42 cms.

(10) CONASIDA, Programa Nacional para la Prevención y Control del SIDA, Edición CONASIDA.

Comité de aspectos jurídicos

Tiene el propósito de ser un órgano de asesoría, consulta y representación legal del propio Consejo, además de otros objetivos que han sido diseñados en función de la problemática relacionada, así como las alternativas de solución. Las principales actividades llevadas a cabo en relación a este objetivo han sido la elaboración de 18 convenios con diversas entidades e instituciones, a continuación se mencionan algunos:

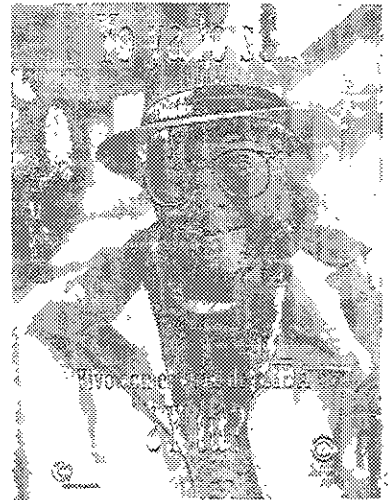
- Convenio relativo al Programa Específico de Colaboración entre CONASIDA, por medio de CRIDIS y la UNAM.
- Convenio de Colaboración entre la SSA y la Fundación Mexicana para la Planeación Civil, para difundir material didáctico relativo al VIH/SIDA.
- Convenio de Colaboración entre la SSA y el Instituto Mexicano de Investigación de la Familia y Población A.C., con el propósito de establecer los mecanismos para que los empleados y propietarios de farmacias realicen actividades de promoción e información sobre VIH/SIDA, así como sobre el uso de preservativos.
- Aspectos laborales del SIDA en el trabajo que rige el Apartado "A" del artículo 123 Constitucional.
- Aspectos jurídicos relativos al VIH/SIDA; El SIDA y los Derechos Humanos.

Estas actividades han contribuido a mejorar la calidad y expectativas de vida de todas las personas que ya han sido infectadas, el hecho de que un 80% de los afectados estén en las edades más productivas de la vida (de los 25 a los 64 años), lo que necesariamente resulta asociado en la gran mayoría de las ocasiones a problemas de tipo laboral, civil, familiar y penal. La falta de conocimientos adecuados sobre las características del VIH/SIDA, de la sociedad en su conjunto, que condiciona a frecuentes e injustos actos discriminatorios; así como la necesidad permanente de adecuar la Legislación vigente para contar con los elementos requeridos para hacer frente a esta problemática, lo que implica un proceso de resolución largo y muy arduo.

Comité de educación

Este comité ha funcionado hasta ahora, con el equipo de la Dirección de Educación de la Secretaría de Salud y algunas de sus actividades han sido:

- Brindar asesoría y apoyo en las labores de educación y comunicación de CONASIDA.
- Diseñar, desarrollar y producir, en estrecha colaboración con el Comité de Bancos de Sangre, una campaña multimedia, sobre "Sangre Segura", que incluye además de materiales promocionales gráficos y audiovisuales, la impresión de unas etiquetas que se pegarán en los paquetes de sangre para transfusión, por lo que uno de los mensajes de la campaña consiste en invitar a la población a exigir esta etiqueta, para así garantizar que se les está proporcionando "Sangre Segura".



Yo ya lo sé. Vivo en el virus del SIDA, México, 1992, 61 X 41 cms.

- Como parte de un programa de educación amplio, se iniciaron los programas de trabajos de colaboración con el Comité de Estudios Sobre Niños de la Calle, para prevenir problemas de salud, principalmente SIDA, en esta población.

- En esta segunda parte mencionaré los servicios que brinda a CONASIDA a la sociedad en general; servicios dirigidos a todo el público desde estudiantes hasta investigadores o profesionistas. Conforme a CONASIDA ha ido creciendo los servicios que presta han ido aumentando y mejorando hasta lograr crear una red de atención completa para todo aquel que lo necesite.⁽¹²⁾

Centros de Información

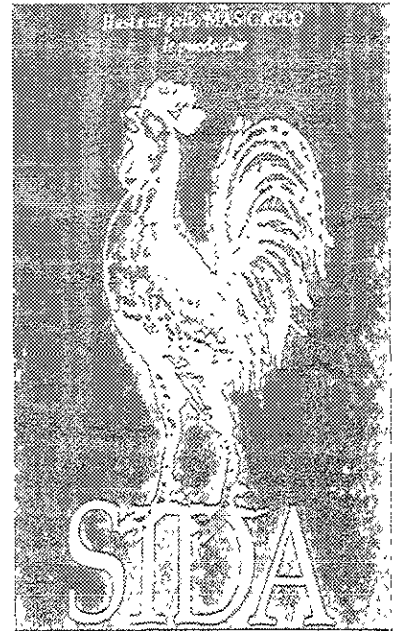
En abril de 1987 se abrió al público el primer centro de información sobre SIDA, en la colonia Roma en la Ciudad de México, con el objetivo de crear un espacio donde se pudiera acudir a solicitar información y asesoría de manera personalizada; ésto fue propuesto en razón de lo difícil que es tratar de manera masiva una problemática que involucra la vida íntima y la sexualidad de los afectados y tiene implicaciones sociales importantes⁽¹³⁾.

Debido a la gran demanda generada con el primer centro, se decidió la apertura de un segundo centro de información ubicado en en la zona sur de la ciudad (actualmente establecido en la Caizada de Tlalpan y Periférico). Algunos de los servicios que ofrece este centro son: información, orientación, apoyo psicológico, apoyo médico, realización de pruebas serológicas de detección de VIH de manera confidencial, anónima y gratuita, canalizaciones a clínicas, hospitales y a instituciones y grupos de apoyo social y legal.

En un principio se atendía a un promedio de 3 personas diarias ahora ese número se ha incrementado notablemente. Al inicio se atendían personas que se dedicaban a la prostitución y que acudían para hacerse pruebas de detección y llevar un control de su salud, ahora se atiende a todo el público incluyendo personas con prácticas de alto riesgo, tratando de dar una atención global; desde información básica sobre enfermedades de transmisión sexual y SIDA, su prevención, se realizan pruebas de detección oportuna, se ofrece un tratamiento en caso de resultar positiva, y se le da un seguimiento y consejería.⁽¹⁴⁾

COESIDAS

Son los CENTROS ESTATALES PARA LA PREVENCIÓN Y CONTROL DEL SIDA, y se crearon con el propósito de incrementar, coordinar y apoyar las actividades en las entidades federativas. Actualmente se encuentran establecidos 21 COESIDAS, continuamente se les apoya con material impreso y audiovisual para las campañas de información y difusión, cursos de capacitación y distribución de concursos. Como un avance en su cobertura CONASIDA y COESIDAS inauguró el Consultorio General de México en Los Angeles California, para la atención de pacientes mexicanos residentes en Los Estados Unidos de Norte América, diseñando material gráfico y audiovisual específico para ellos.⁽¹⁵⁾



Hasta al gallo más gallo le puede dar SIDA, México, 1998, 60 x 40 cms.

Centro de documentación e información especializado en SIDA

Este centro se creó en noviembre de 1987, con el fin de otorgar información actualizada a los investigadores del Consejo y a todos los que estuvieran trabajando en México sobre algún aspecto relacionado con la epidemia del SIDA. En abril de 1988 la OMS y la OPS, interesadas en este proyecto que favorece el intercambio de información, brindaron financiamiento y asesoría para la creación de una red internacional de centros de intercambio en la cual quedó integrado este centro tomando el nombre de GRIDIS Centro Regional de Intercambio de Documentación.

Dentro de su estructura la Subdirección de Documentación cuenta con el Departamento de Documentación e Información del que dependen 4 áreas: Biblioteca, Análisis Periodístico, Material Educativo y Difusión. Los servicios que presta son de difusión de información sobre SIDA a usuarios que acuden a sus propias instalaciones y búsquedas automatizadas y manuales a funcionarios e investigadores.⁽¹⁰⁾

Biblioteca

La biblioteca del CONASIDA cuenta con dos acervos: uno de publicaciones periódicas con más de 200 títulos especializados en SIDA, de los cuales aproximadamente 40 se reciben de manera regular. El segundo está integrado por más de 700 libros sobre SIDA que abordan aspectos clínicos, epidemiológicos, biomédicos, sociales y económicos del problema. Otros recursos con que cuenta la biblioteca son: un archivo vertical con 4,000 artículos y búsquedas automatizadas en CD-ROM. Durante el año de 1991 se atendieron cerca de 3,000 usuarios, de los cuales el 90% fueron externos, la mayoría procede de instituciones de educación superior, mientras que sólo el 9% proviene de las instituciones del Sistema Nacional de Salud.

Otros servicios que brinda la biblioteca es el préstamo de material en sala y a domicilio. Se han formalizado 14 convenios interbibliotecarios con instituciones de educación superior, institutos nacionales de salud y organizaciones particulares, se recurre a ellos en los casos de búsquedas de obras que no se encuentran en el acervo de la biblioteca de CONASIDA y que son solicitadas por algún usuario.⁽¹⁰⁾

Área de material educativo

En el área de material educativo se desarrollan diversas actividades encaminadas a conformar un acervo de material con carácter didáctico y promover la consulta y disposición del mismo. Dentro de este material se consideran folletos, trípticos, gacetas, carteles, video y audio cassettes, rotafolios y diaporamas, tanto nacionales como extranjeros.

Esta área ha mantenido contacto con organizaciones internacionales a las cuales se envía correspondencia, promocionales y paquetes educativos, tanto para estimular el intercambio como para ampliar el acervo y dar proyección a los materiales que se elaboran en nuestro país.



Llegate machín, el condon jala, Mexico, 1992, 59 x 34 cms.

(10) CONASIDA, Programa Nacional para la Prevención y Control del SIDA, Edic. CONASIDA,

Se creó una videoteca, a cual ha tenido gran importancia pues ha sido utilizada para realizar programas de televisión por diferentes empresas e instituciones dedicadas a la comunicación. Esta videoteca cuenta con documentales sobre SIDA, dramatizaciones, promocionales de varias partes del mundo y programas de dibujos animados. Este acervo cuenta con aproximadamente 200 títulos distintos en videocassette de los que se tienen copias para préstamo, cuenta también con una colección internacional de carteles, que consta de 500 piezas procedentes de diversos países y organizaciones del mundo, durante 1991 se montaron 17 exposiciones, principalmente en instituciones educativas. Algunas de las más importantes fueron la montada por CONASIDA durante el III Congreso Nacional sobre SIDA y la de la estación del Metro La Raza con motivo de la conmemoración del Día Mundial del SIDA. Estas exposiciones se han vuelto itinerantes, siendo esta una de las formas más importantes de promoción del acervo.

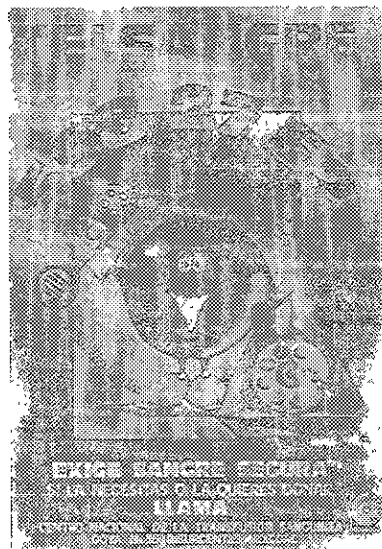
También se cuenta con una colección integrada por materiales impresos, principalmente folletos y manuales, y otra colección de materiales promocionales como: botones, engomados, juegos de mesa, playeras, condones y materiales diversos que representan diferentes opciones para transmitir mensajes educativos en torno al SIDA y que han sido consultados por diferentes organizaciones para elaborar nuevas propuestas de comunicación. (10)

TELSIDA

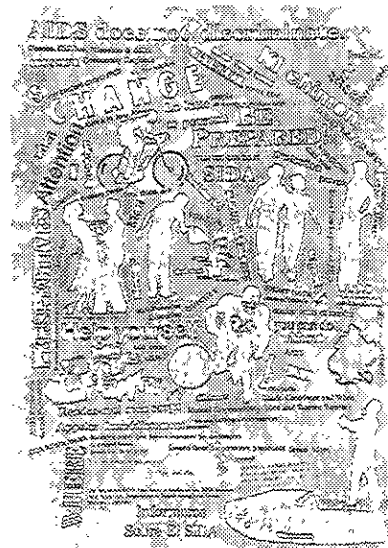
La línea de información y orientación sobre SIDA, TELSIDA, inició sus actividades en abril de 1987 con la apertura del primer Centro de Información. Durante sus dos primeros años, funcionaba como enlace entre la comunidad y los servicios que proporcionaba CONASIDA, así como brindar la información con la que se contaba en ese momento sobre la enfermedad, se trabajaba con un sólo teléfono y tres líneas y éste servicio se proporcionaba sólo por las mañanas.

En abril de 1988, se comenzó a formalizar el trabajo de ésta nueva línea, se designó personal específico y entrenado para responder a las llamadas. En 1989 se inició un proceso de reestructuración del servicio, con tal de que fuera efectivamente el primer contacto del público con la información relacionada con el SIDA, reafirmando las estrategias de educación y sensibilización. Fue en ésta época que esta línea se dio a conocer como TELSIDA en las campañas de información. Así se inició un programa continuo de entrenamiento a los operadores voluntarios, mejorando la calidad de información al participar especialistas y expertos en la materia, también se extendió el horario al turno vespertino para cubrir la demanda.

En 1991 se comenzó un programa de fortalecimiento de TELSIDA con la finalidad de brindar un mejor servicio en cuanto a la calidad de información, asesoría y tiempo de respuesta, también se extendió el horario y atención a todos los días del año haciendo más accesible la información, se estableció un programa de seminarios de actualización para todo el equipo de operadores y se implementó un sistema computarizado de consulta inmediata y eficaz para los mismos, conjuntamente cuenta con un medio efectivo de evaluación estadística para la retroalimentación de las campañas masivas de información. Por medio de este sistema se ha captado que la mayoría de las personas que



Exige Sangre Segura, México, 1990. 54.4 X52 cms.

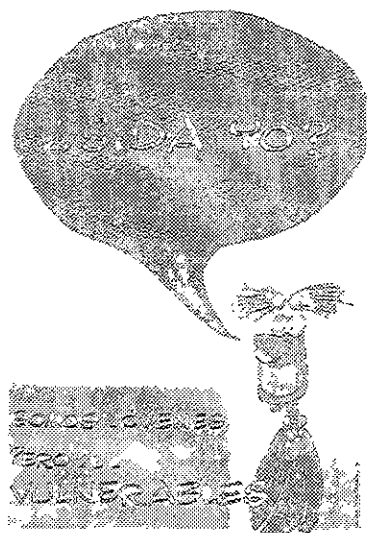


laman no son personas que sólo desean información, son personas que tienen miedo de contagiarse debido a los mitos que existen, en cuanto a las personas infectadas o enfermas el número de llamadas es escaso, llaman más sus familiares, amigos o parejas en busca de apoyo emocional. En cuanto a la ocupación el grupo que más llama es el de los estudiantes, seguido por los empleados, profesionistas y amas de casa.⁽¹⁰⁾

3.4 Actividades y objetivos del CONASIDA

Los objetivos generales y específicos para la última etapa se establecieron a través del Programa de Mediano Plazo para la Prevención y Control del SIDA en México 1990-1994.

La metodología del Programa de Mediano Plazo se resume en la identificación de seis objetivos generales y cada uno con sus propios objetivos específicos, la operación de cuatro estrategias y cinco aspectos organizacionales, todo esto sustentado en la organización y funcionamiento de CONASIDA.⁽¹¹⁾



Somos jóvenes pero vulnerables, México, 1990

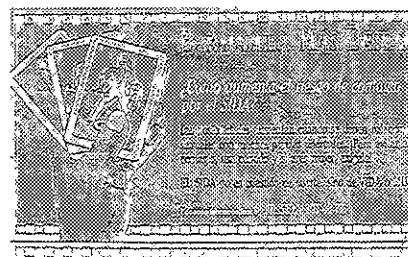
1.- Prevenir la transmisión de VIH en México

1.1 Prevenir la transmisión sexual

- Reforzar la educación sexual de la población en general y audiencias específicas (trabajadores migratorios, niños de la calle, etc.)
- Incrementar la cobertura de las acciones educativas y de capacitación en la población general, utilizando diversos canales con objeto de mejorar conocimientos sobre transmisión de VIH y medidas preventivas, así como reducir actitudes de estigmatización a grupos de la sociedad.
- Incrementar el acceso y demanda de condones con objeto de modificar actitudes y prácticas de riesgo de transmisión sexual del VIH en población con comportamiento de riesgo.
- Reforzar la adopción de prácticas para reducir la transmisión sexual del VIH particularmente incrementando el uso de condón, y otras prácticas de sexo seguro, en población sexualmente activa.

1.2 Prevenir la transmisión por sangre.

- Garantizar que los establecimientos de salud públicos y privados que apliquen sangre y sus componentes exentos de infección por VIH-1, que los hemoderivados (plasma, glóbulos, etc.) utilizados con fines terapéuticos estén libres de infección por VIH-1.
- Mejorar el uso racional de sangre y hemoderivados.
- Fortalecer medidas y vigilar el cumplimiento de normas de bioseguridad que impidan la transmisión de VIH mediante utilización de objetos punzocortantes en los servicios de salud.
- Fortalecer la educación en la comunidad para reducir el riesgo de transmisión a través de inyecciones e instrumentos punzocortantes.
- Continuar con las acciones en conjunto del Programa Nacional de



Farmacodependencia que impiden la transmisión de la infección por VIH en drogadictos intravenosos.

- Garantizar que los órganos y tejidos utilizados en trasplantes e injertos estén exentos de infección por VIH. Así como reforzar la adopción de medidas de bioseguridad que reduzcan el riesgo de transmisión ocupacional por VIH en trabajadores de salud.

1.8 Prevenir la transmisión perinatal

- Continuar con las acciones de educación sobre transmisión perinatal en la población general con énfasis en mujeres y parejas sexuales.
- Continuar con actividades educativas de planificación familiar en mujeres infectadas por VIH y en mujeres compañeras sexuales de infectados.
- Analizar los aspectos jurídicos relacionados al aborto en infectadas por VIH.

2.- Reducir el impacto de infección por el VIH en individuos, grupos y la sociedad en su conjunto en México.

- Reforzar estrategias educativas que modifiquen actitudes de estigmatización a grupos poblacionales e infectados. Al mismo tiempo garantizar los Derechos Humanos en grupos con prácticas de riesgo, infectados por VIH, casos de SIDA y sus convivientes y familiares.

- Incrementar la cobertura de las acciones de asesoría psicológica en individuos con prácticas de riesgo, infectados, casos de SIDA y sus convivientes y familiares, así como también la cobertura de servicios de detección de infección por VIH conjuntamente con asesoría y garantizando la confidencialidad.

- Mejorar los servicios de diagnóstico, manejo y tratamiento integral (médico-psicológico y social) de infectados por VIH y casos de SIDA, así como los servicios de asistencia social a infectados por VIH y casos de SIDA y sus convivientes y familiares.

- Difundir información a los juristas que permita brindar asesoría legal en relación a VIH/SIDA y al mismo tiempo mejorar los conocimientos y actitudes del personal de medios masivos de comunicación y dirigentes (tomadores de decisiones).

- Por último analizar el impacto económico y las alternativas de solución de la atención médica de pacientes con VIH/SIDA.

3.- Reducir la mortalidad y morbilidad asociada con la infección por VIH en México.

- Aquí se toman los mismos objetivos específicos de prevención de la transmisión del VIH y los objetivos específicos de la reducción del impacto de la infección.

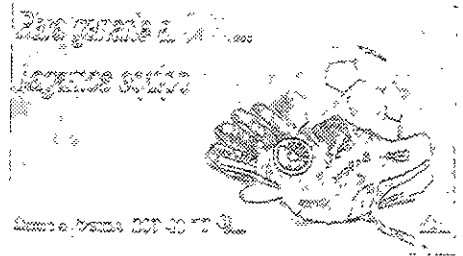
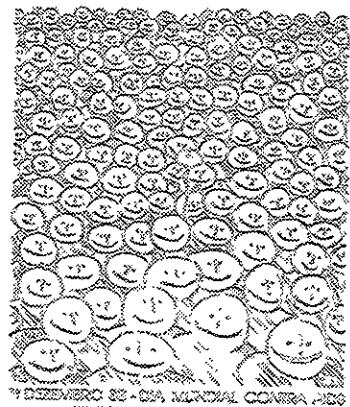


Ilustração de uma mão segurando uma seringa.

SOLIDARIEDADE
A MELHOR VACINA CONTRA A AIDS



1º SEMESTRO DE 2004 - 1ª SEMANA NACIONAL CONTRA A AIDS
COM APOIO DO GOVERNO FEDERAL DO BRASIL

4.- Unificar y coordinar los esfuerzos nacionales (gubernamentales y no gubernamentales), y el apoyo internacional en el combate al VIH/SIDA en México.

- Mantener la coordinación y el monitoreo continuo de las acciones de los organismos gubernamentales y no gubernamentales en relación a la prevención de VIH/SIDA en el ámbito nacional.
- Coordinar y evaluar el apoyo internacional en el combate del VIH/SIDA en México.
- Mantener la coordinación y evaluación de investigación y desarrollo tecnológico, así como las acciones de capacitación en relación a VIH/SIDA, a su vez coordinar la difusión de información y educación sobre prevención y control de VIH/SIDA.
- Proponer proyectos de reformas jurídicas en relación a VIH/SIDA y fomentar la movilización social y la participación comunitaria para la prevención y control del VIH/SIDA.

5.- Reforzamiento de las infraestructuras clave que participan en el desarrollo del programa de prevención y control del VIH/SIDA.

- Fortalecimiento de las áreas de información, educación y capacitación en relación a la prevención y control del VIH/SIDA.
- Reforzamiento de la vigilancia e investigación epidemiológica del VIH/SIDA y descentralización en estados prioritarios.
- Consolidación de las acciones de prevención de VIH/SIDA.
- Fortalecimiento de los Centros de Información y Capacitación (detección y consejería) y descentralización en estados prioritarios.

6.- Motivar la movilización social, la incorporación de las acciones en la atención primaria de la salud y la descentralización de las acciones.

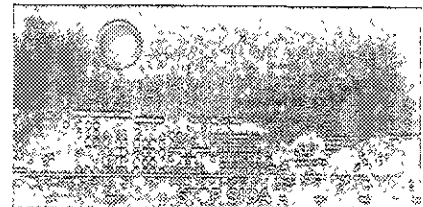
- Promover la integración de las acciones de prevención y control del VIH en los servicios de atención primaria de la salud en el Sistema Nacional de Salud, así como también promover la movilización social y la participación comunitaria, y fomentar la descentralización de las actividades de prevención y control del SIDA (con la participación de las organizaciones civiles, sociales y gubernamentales).



Cargaio con condones, E.U.A., 1992, 51.5 x 35 cms.

Estrategias

El desarrollo del Programa Mediano Plazo se basa en el cumplimiento de cuatro estrategias funcionales y cinco aspectos organizacionales que son acordes con los propósitos generales y específicos y del cual se derivan objetivos operacionales, actividades, participantes, costos y evaluación.



Las estrategias funcionales:

- 1.- Prevención de la transmisión sexual.
- 2.- Prevención de la transmisión sanguínea.
- 3.- Prevención de la transmisión perinatal.
- 4.- Reducción del impacto de la infección por VIH en individuos, grupos y la sociedad en su conjunto.

Los aspectos organizacionales son:

- 1.- Información, Educación y Capacitación.
- 2.- Vigilancia e Investigación Epidemiológica.
- 3.- Bancos de Sangre y Laboratorio.
- 4.- Coordinación, descentralización y evaluación.

Organización y funcionamiento

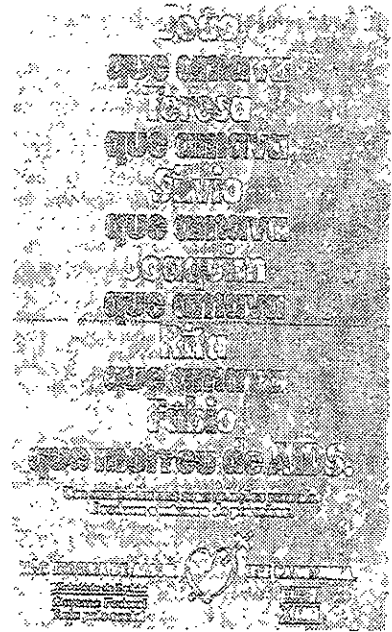
Es aquí en donde de manera breve se enlistan las tareas de CONASIDA y como se realizan. La principal responsable del Programa de Prevención y Control del VIH/SIDA en México es CONASIDA.

Las funciones del CONASIDA de acuerdo al decreto de agosto de 1988 son las siguientes:

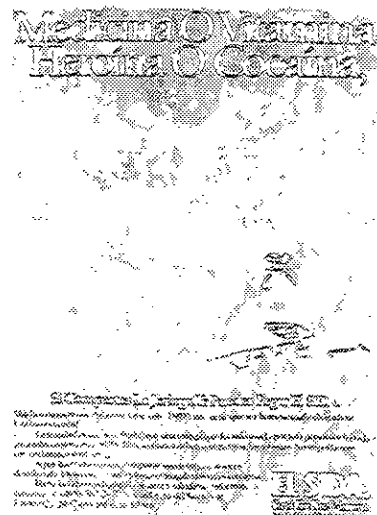
- 1.- Diseñar el Programa Nacional para la Prevención de la Infección por Virus de la Inmunodeficiencia Humana.
- 2.- Promover, apoyar y coordinar las acciones de los sectores público, social y privado para la prevención y control del VIH/SIDA en México.
- 3.- Proponer los mecanismos de coordinación entre las autoridades nacionales y los gobiernos de los estados.
- 4.- Establecer criterios en materia de investigación y capacitación.
- 5.- Proponer al Consejo proyectos de reformas a las disposiciones jurídicas.
- 6.- Apoyar y realizar la difusión de información sobre prevención y tratamiento del SIDA.

Este organismo está integrado por un Presidente, un Coordinador General, un Consejo (formado por presidente, coordinador general, vocales y secretario de actas), Patronato, Comités Técnicos y Académicos, Dirección Ejecutiva y los Comités Estatales de Prevención y Control del SIDA (COESIDAS). El CONASIDA desarrolla actividades coordinadas con los comités de agrupaciones no gubernamentales y de organismos donantes.

El CONASIDA tiene una estructura de tipo funcional y aprovecha la infraestructura del Sistema Nacional de Salud a través del funcionamiento de los Comités Técnicos.



No morir de amor, Brasil, 1993.



Medicina o vitamina, heroína o cocaína, si compartes la jeringa, se puedes pagar el SIDA. E.U.A., 1997, 29.5 X 48 cms.

Evaluación de programas

La evaluación del programa anual se realizará en forma periódica en base al logro de las actividades y objetivos de cada estrategia, así mismo se contempla la evaluación del impacto en el corto plazo mediante la realización de encuestas que permitan el monitoreo de la infección por VIH en grupos poblacionales específicos.

Se ha previsto un mecanismo de evaluación y supervisión continuo a través del análisis de las actividades programadas, del logro de impacto en la adopción de conductas adecuadas y de la reducción de tasas de infección por VIH. Se ha programado una reunión anual para la evaluación del programa en lo ámbitos nacional y estatal con la participación de organismos internacionales como la Organización Panamericana de Salud (OPS), la Organización Mundial de la Salud (OMS), y otras agencias donantes.

Financiamiento

El financiamiento del Programa de Prevención y Control del SIDA en México proviene de fuentes nacionales a través de los presupuestos de las instituciones del Sistema Nacional de Salud (SSA, IMSS, ISSSTE, DIF) de organismos gubernamentales (SEP, SECTUR, otros), de organismos no gubernamentales de participación social (Cruz Roja Mexicana, UNAM, MEXFAM, etc.) y de organizaciones civiles (Fundación Mexicana de Lucha contra el SIDA, Confederación de Organismos contra el SIDA, etc.); adicionalmente proviene de organismos internacionales y del apoyo de algunos países como Estados Unidos (USAIDS, NIH, CDC) y Canadá (IDRC).



Los preservativos preservar de todo... de todo menos del amor, Francia, 1985, 30 X 36,8 cms.

4.1. Proceso

En el proceso de realización de un cartel, como en cualquier otro proyecto, se debe partir de una necesidad, (en este caso cubrir una insuficiencia de comunicación) solucionarla de una manera funcional mediante un desarrollo lógico.

Por lo tanto lo primero es identificar esta necesidad, ¿Cómo surge?, ¿Quién la experimenta?, existe la necesidad de dar un mensaje que es útil para cierto grupo de receptores. Una vez identificada la necesidad y por que surge, empezamos la investigación sobre posibles soluciones, así como propuestas similares ya existentes y que cubren algunas de las necesidades que se detectan en un principio.

Los pasos de este proceso de realización podría concretarse en lo siguiente:

- Planteamiento del problema o necesidad.
- Búsqueda de información.
- Sugerencia de posibles soluciones, teniendo en cuenta los requerimientos del proyecto y lo que en referencia a éste ya existe.
- Creatividad: trabajar las posibles soluciones de modo original, llamativo y funcional.
- Desarrollo en sí del proyecto gráfico, bocetaje, valorando los pros y los contras, contemplando todas las características que deba contener el mensaje en todos los ámbitos: mensaje lingüístico, visual y todos los elementos.
- Elaboración del dommy.
- Proceso de impresión.
- Plan de distribución.

En las próximas páginas presentamos un esquema tomado del libro Imagen Global de Joan Costa ⁽¹⁹⁾ y en el cual se muestra el proceso del diseño. Este esquema no es rígido, sirve como una guía, se adapta y modifica de acuerdo a los requerimientos del proyecto, el ritmo y modo de trabajo.

Otro diagrama de trabajo que puede aplicarse como una guía en el desarrollo de un diseño es el propuesto por Bruno Munari, en su libro ¿Cómo nacen los Objetos? ⁽²⁰⁾ y que presento más adelante.

Como podemos observar, este esquema es muy similar al propuesto por Joan Costa, se basan en los mismos puntos para desarrollar un proyecto, pero en éste último los puntos son más específicos, a seguir se tienen más presentes los detalles de la estructura. Todos parten de un mismo punto: encontrar una necesidad de comunicación y cubrirla de una forma eficiente, funcional y la mayor parte de las veces estética. Para lograr este objetivo hay que seguir los pasos que



ES tiempo para sexo seguro, Alemania, 1993, 59.6 X 42.2 cms.



Alto a SIDA, Suiza, 1993, 42 x 59.5 cms.

semejoraban anteriormente, pero no como una ley inflexible sino adaptando el esquema a las necesidades de cada proyecto, muchas veces empieza por los objetivos y después adquiere una estructura formal con investigación y planificación definidas. En el punto 4.3 del capítulo 4, ampliaremos más este tema al desarrollar el proceso metodológico del cartel de este proyecto.

1 Información y documentación

↓

2 Incubación

↓

3 Idea creativa

↓

4 Verificación y desarrollo

↓

5 Formalización

↓

6 Mensaje

↓

7 DIFUSIÓN

Etapas del proceso creativo del
diseño tomado del libro Imagen
Global, de Joan Costa



Diagrama de trabajo propuesto por Bruno Munari, tomado del libro ¿Cómo nacen los objetos?

4.1.1 Investigación

Para comenzar formalmente la investigación, tuve que pasar por una previa recopilación de materiales diversos del tema en cuestión, la información relacionada con el SIDA, como: folletería, carteles, artículos y reportajes publicados en diversos periódicos y revistas, así fue como me di cuenta de lo que necesitaba investigar y a lo que quería llegar.

Después de pasar por esta primera etapa de recopilación, la enfoqué de manera más ordenada convirtiéndola en una investigación más formal, con objetivos planteados buscando un fin. En un inicio todo lo referente al VIH, su forma de contagio, el desarrollo de la enfermedad y como se puede evitar, estos datos me llevaron al CONASIDA y a investigar sus inicios, su estructura, sus objetivos y métodos de trabajo, los materiales que empleaban, etc. Al mismo tiempo que hacía estas investigaciones formales en los lugares apropiados para esto (bibliotecas generales y especializadas) trataba de empapararme de la información que diario aparecían en los medios de comunicación, en las calles y en los comentarios de las personas con las que convivía, creo que esto último ayudó a formarme una idea más clara de la situación, la opinión y los conocimientos que las personas tienen en torno a la enfermedad y lo referente a ella.

Por otro lado comencé a investigar lo referente al cartel, en lo que se basa la parte del diseño gráfico; su historia, sus estructuras, los elementos principales que lo forman y sus clasificaciones entre otras cuestiones.

Así, poco a poco fui recopilando, analizando y depurando la información que ahora presento aquí dentro de un esquema que la ordena y la hace útil para sustentar este proyecto.

4.1.2 Análisis

Los carteles nacionales producidos o coproducidos por CONASIDA y otras instituciones, entre 1987 y 1998, son cerca de 100 de los cuales 48 usan la fotografía para su imagen principal, los restantes usan la ilustración o sólo tipografía. Una gran parte de los carteles formativos que usan la fotografía están destinados al fomento del uso del preservativo como medio para prevenir la enfermedad y la mayoría de éstos muestran a una persona o una pareja con un condón en sus manos, pocos son los que lo manejan como elemento principal.

Como se puede apreciar en este primer análisis el cartel fotográfico es muy poco usado en cuanto a la producción nacional, lo contrario de la producción internacional, principalmente la europea, en la que podemos apreciar un diseño fotográfico auténtico, pensado realmente para llegar a un tipo específico de público, un trabajo cuidado y no sólo una fotografía tratando de ser sugerente para llamar la atención. La mayoría de éstos trabajos están enfocados a difundir las actividades que no representan peligro de contagio y las que sí, la principal el contacto sexual y se complementa con la sugerencia de uso del condón, lo cual representa que el cartel ya no es sólo informativo, o en algunos casos artístico, sino que toma un giro de publicidad ya que algunos de éstos están patrocinados por marcas de condones o de lubricantes. El grueso de estos trabajos son en blanco y negro.



La sexualidad tiene muchas posibilidades. Sexo seguro quiere decir utilizar la fantasía y el condón. Alemania, 1995, 59. 6 X 42.2 cms.



Protección al amor. No le demos ninguna oportunidad al SIDA. Austria, 1993, 60 x 84.4 cms.

Ya de lleno en los carteles nacionales, y de acuerdo a la información recabada, se nota una cierta disparidad en la producción, como si no se hubiera una planeación previa, una gran parte no están dirigidos a un público específico, no muestran una unidad en cuanto a estilo gráfico o visual, ni en cuanto al formato, se encuentran lo mismo carteles en blanco y negro que en color, algunos con fotografías, otros con ilustraciones, en un principio (1987) las imágenes se utilizaban sólo como una decoración, no llevaban un propósito de comunicación visual concreto. Es en 1989 cuando con una campaña en medios masivos de comunicación (Barráramele más despacio) se difunden los por menores de la enfermedad y sus características, las formas más comunes de contagio y las actividades de alto riesgo, basándose en las ilustraciones del juego de la lotería, lo cual tuvo mucha aceptación entre los sectores populares del público.

Es en 1990 cuando surge una serie de 4 carteles fotográficos que plantean el uso del condón como un remedio al SIDA. Están dirigidos a un público joven y tienen como modelos entre otros a dos estudiantes universitarios, (un hombre y una mujer), un taxista y un chavo banda, todos entre los 23 y 28 años aproximadamente. Las fotografías son en color, pero tratadas para que sus tonos sean pálidos, sin llegar a ser en blanco y negro, y lo que resalte sea el color brillante del condón que tienen en la mano, el cual está a juego con el color del fondo del cartel. La expresión de todos los personajes es de despreocupación, un tanto tímida, aquí debemos tener en cuenta que son los primeros carteles donde el condón, tan reprimido en la difusión de su uso, es un elemento importante en el cartel y se encuentra físicamente dentro de la imagen. Es en esta época que también se emplean a producir carteles informativos sobre los otros servicios que CONASIDA presta a la sociedad como TELSIDA y los bancos de sangre segura, aquí es la ilustración la técnica utilizada.

Después de esta primera serie de carteles fotográficos en 1990, se empiezan a producir otros siguiendo la misma línea, ahora se trabaja con fotografías de parejas, (homosexuales y heterosexuales), con desnudos parciales, en los cuales se recomienda el uso del preservativo, y nuevamente aparece éste físicamente en un plano importante. También estos personajes son jóvenes (24-30 años), con un tipo muy común, personas reales que viven un problema real, no estereotipos. Es importante mencionar que éstos carteles están patrocinados entre la Secretaría de Salud, el CONASIDA y el CONAPO.

En 1993 se produjo otra serie de carteles apoyados en la fotografía como imagen, en los cuales se refuerza el uso del condón como medio de prevención, pero esto es aquí tratado dentro del ámbito familiar, es donde aparecen niños en las imágenes y de ésta forma se toma en cuenta esta población preadolescente que es una de las mas vulnerables al contagio y también una de las mas desprotegidas en cuanto a información. Se han elaborados otro tipo de carteles informativos para eventos relacionados al tema conferencias, eventos artísticos, conciertos, exposiciones y festivales, servicios que presta el CONASIDA al público y otros.

Podríamos concluir que la mayoría de estos carteles están dirigidos a un sector joven de la población, estudiantes y que en todos se maneja, como ya se ha mencionado, el punto de fomentar el uso del condón como medida de prevención de la enfermedad.

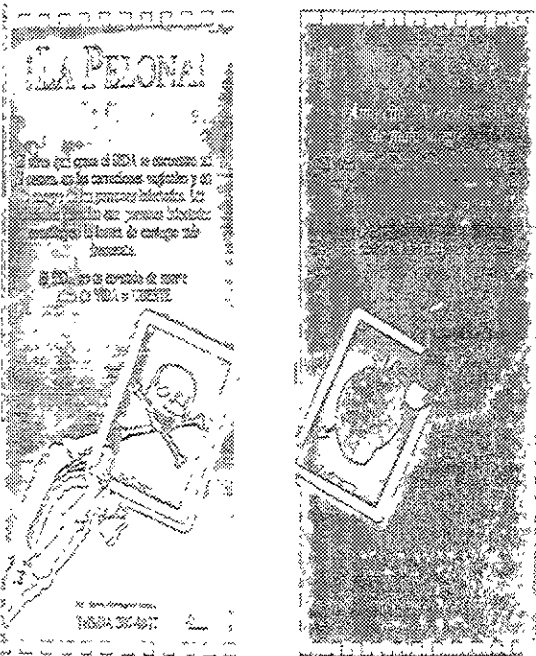
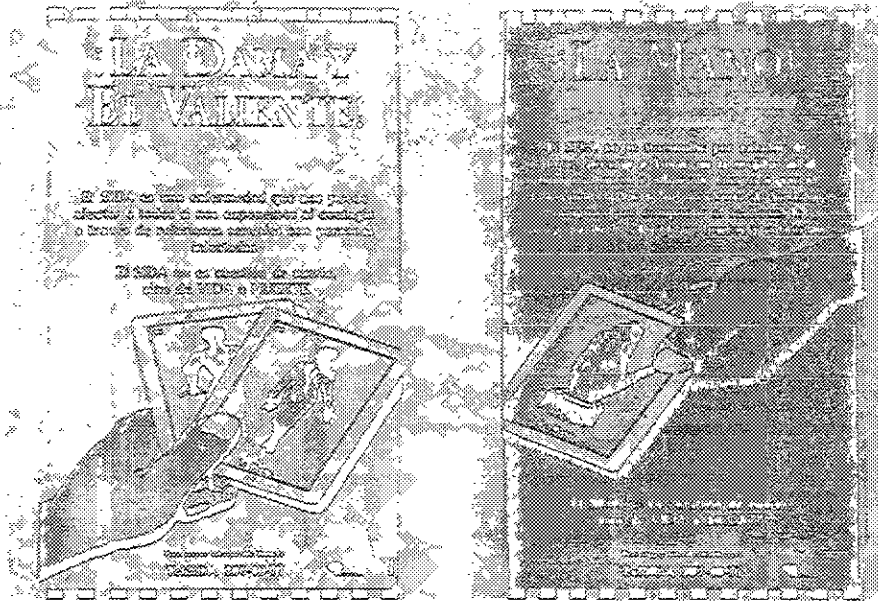


Como mujer estoy preparada para prevenir el SIDA, México, 1990, 56 X 43 cms.

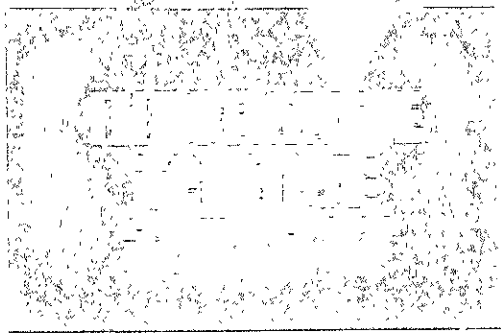
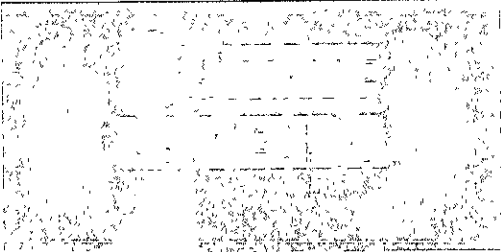
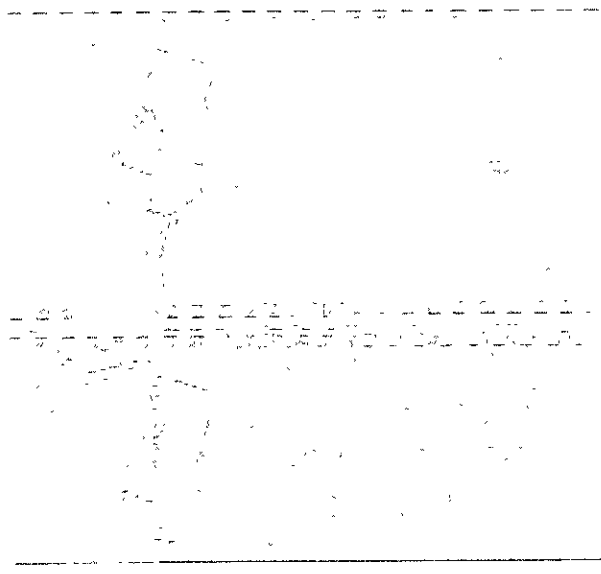
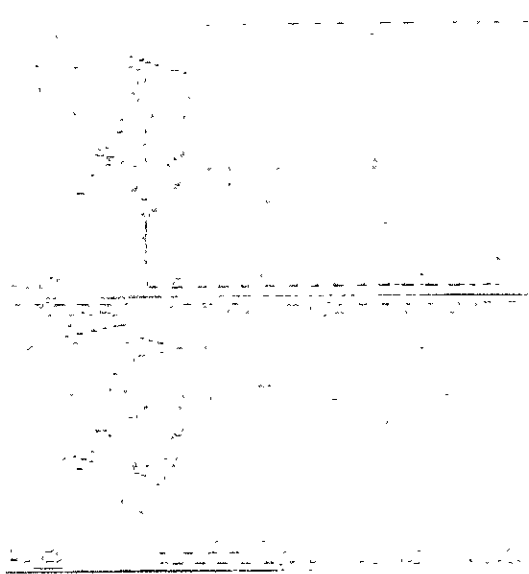


En el diseño de tu vida, ¿Tomas en cuenta el SIDA?, México, 1990, 56 X 43 cms.

Tomando en cuenta todas estas propuestas sus aciertos y sus carencias se como se empieza a trazar la propuesta que será presentada de lleno en el próximo capítulo. Por ejemplo hay que tener en especial cuidado en que la imagen sea acorde con el mensaje que se quiere comunicar para que no ocurra como en los trabajos mencionados, lo mismo podría decirse de escoger el mensaje adecuado para el tipo de público para el que va dirigido.



*Baréjamele más despacio,
México, 1989, 69 X 29 cms.*



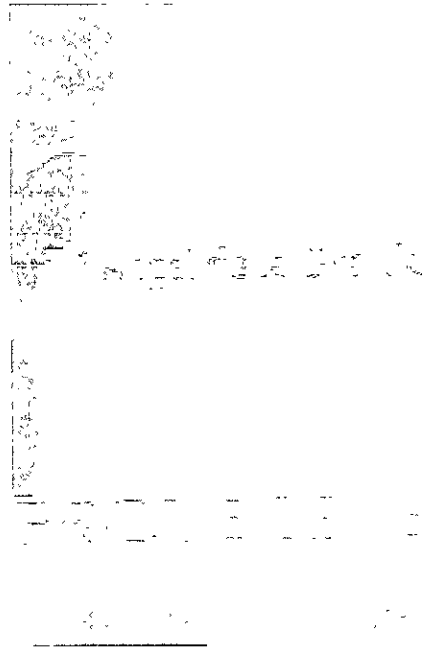
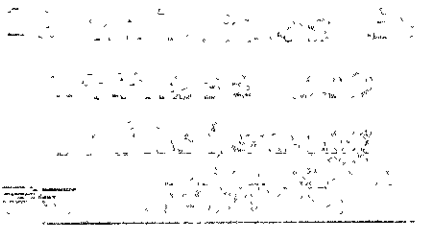
En la parte superior 2 ejemplos de carteles que integraron la campaña "Barájomela más despacio", México, 1939, 29.5 x 47 cms.

Del lado izquierdo uno de los carteles que formó parte de la campaña "Vendas", México, 1991, 45 x 34 cms.

29 millones de excusas son suficientes
¿no?, México, 1998, 60 X 40 cms.

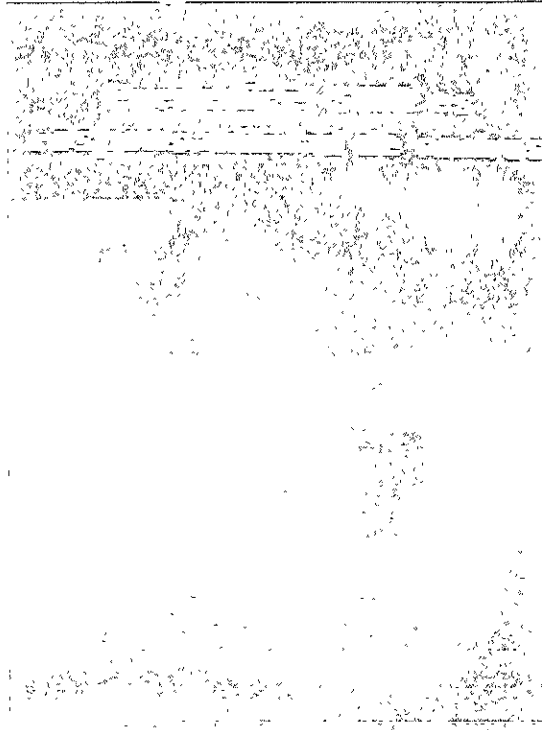
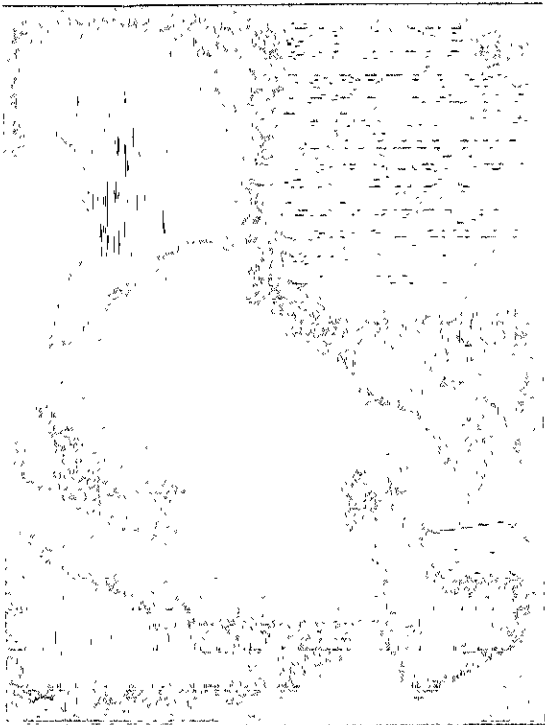


Tu ángel de la guarda, protégelo.
México, 1998, 60 X 40 cms.



¿Sabes cuál es la diferencia? Tu
seguridad, México, 1998, 60 X 40 cms.



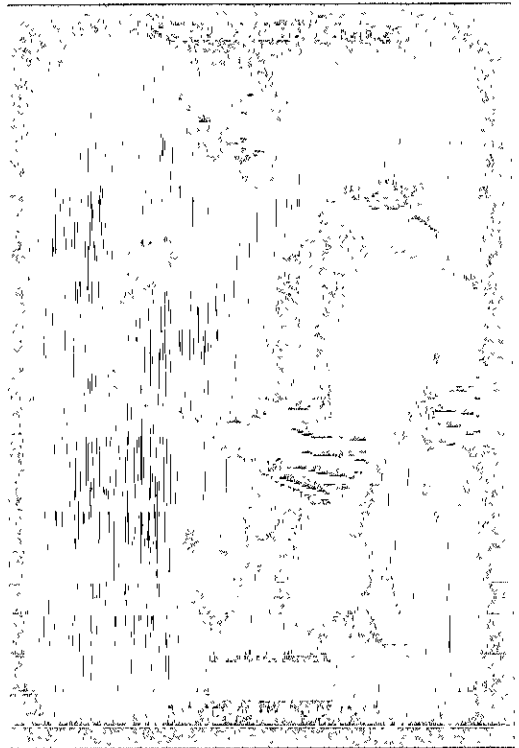


En la parte superior izquierda: Siempre recordarás la tranquila sensación de haber usado condón, México, 1991, 60 x 40 cms.

En la parte superior derecha: Prevenir el SIDA es responsabilidad de ambos, México, 1990, 56 x 44 cms,

En la parte inferior derecha: Vida quiero protección ponte condón en cada ocasión, México, 1991, 60 x 40 cms.



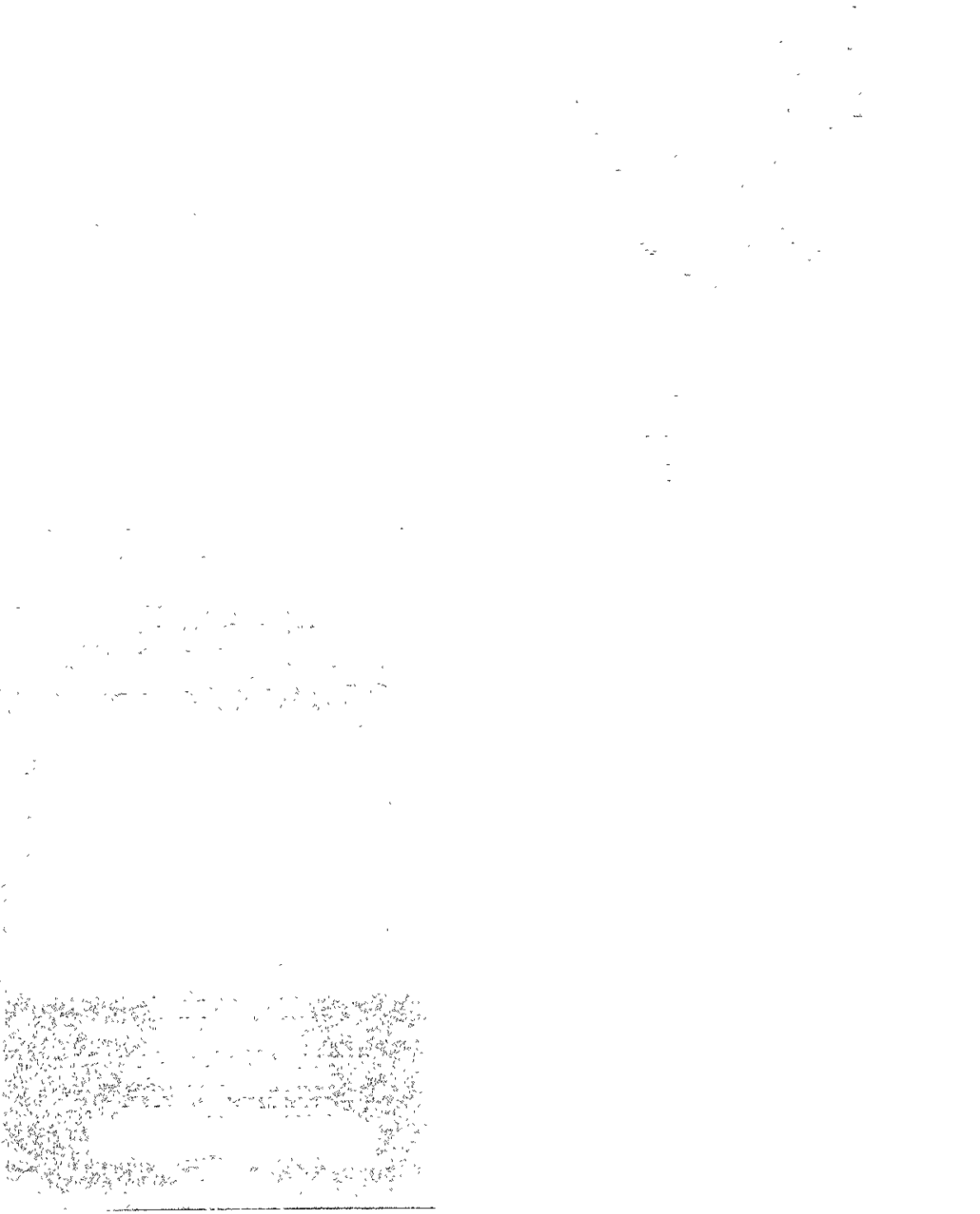


En la parte superior izquierda: Mamar O.K. Fuera antes de venirss, Alemania, 1993, 696 x 48 cms.

En la parte superior derecha: De la serie "Protección al amor. No le demos ninguna oportunidad al SIDA", Austria, 1993, 84.4 x 80 cms.

En la parte inferior derecha: Descubriendo el sexo seguro. El sexo seguro nos protege del VIH (el virus que puede provocar el SIDA), enfermedades de transmisión sexual y de un embarazo no deseado. Inglaterra, 70 x 52 cms.





4.1.3 Síntesis

Teniendo en cuenta que el objetivo principal del CONASIDA es brindar información actualizada del SIDA, de las medidas preventivas aplicables y su logística, las delimitaciones de este proyecto gráfico se designaron de acuerdo al plan de medios que tiene el CONASIDA, conforme a un programa hecho previamente y que va dirigido a los adolescentes. El cual está formado principalmente por spots de televisión, en varias versiones, que muestra a grupos de adolescentes que expresan sus dudas acerca de la sexualidad, el contagio de enfermedades venéreas y el SIDA, así como la curiosidad en torno a las relaciones entre hombres y mujeres.

Tomado en cuenta las características antes mencionadas de los objetivos específicos que en este plan de medios persigue CONASIDA, y conjuntándolos con los mitos particulares se concluyó en que el proyecto sería un cartel fotográfico, (elegí la fotografía por ser una de las disciplinas del diseño con las que más me identifico) que como mensaje principal comunique a un público específico (los jóvenes entre 15-22 años) el peligro del SIDA y lo cerca que está de nosotros independientemente de nuestra condición como individuos, nuestra forma de pensar y estilo de vida.

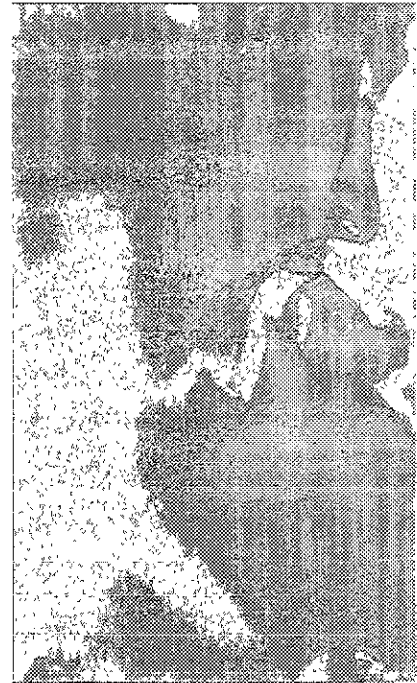
Dado que el objetivo de la educación en SIDA es la modificación de conductas esta debe ser lo más directa posible, los puntos principales de contenido de la educación al público en general son los siguientes:

- 1.- Las tres formas de transmisión de la enfermedad: contacto sexual sin preservativo, uso de agujas y jeringas compartido y transfusión de sangre y hemoderivados infectados.
- 2.- Conductas alternativas (sexo seguro) y medidas de prevención, como el uso del preservativo.
- 3.- La no transmisión por contacto casual.

Algo importante a considerar es evitar la atmósfera de actitudes irracionales y pánico con respecto a las formas de contagio y la amenaza de la enfermedad.

La mayoría de estos trabajos han tenido como público receptor a un grupo que desde el surgimiento de la enfermedad hasta nuestros días ha sido el que se ha considerado como el de más alto riesgo: el grupo de hombres homosexuales y bisexuales, el grupo de personas que se dedican a la prostitución, siguiéndole las parejas heterosexuales de los grupos de alto riesgo y en menor porcentaje los usuarios de drogas intravenosas.

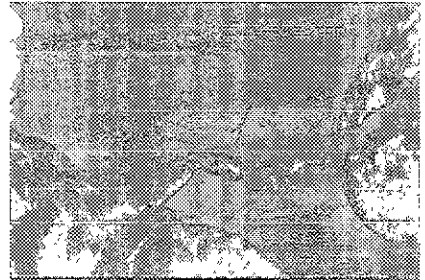
Últimamente CONASIDA junto con otras instituciones públicas de salud, han optado por dirigir una buena parte de sus mensajes al público adolescente, que en las estadísticas se convierte en un grupo con un alto índice de contagio, provocado principalmente por la ignorancia en cuanto a la enfermedad y falta de confianza al pedir información por factores socioculturales.



Besar, Cochondo y Seguro. Alemania, 59.3 x 42.2 cms.

El resumen debe ser un cartel dirigido a la comunidad joven de entre 16 y 22 años, habitantes de una zona urbana y con un nivel de estudios medio y superior.

El cartel debe comunicar por medio de una imagen fotográfica, y un lenguaje sencillo el peligro de la enfermedad del SIDA, y la magnitud del problema, así como algunos de los puntos mencionados anteriormente como es formas de transmisión de la enfermedad y las medidas preventivas.



GUIDESE, Brasil, 1995.

4.2 Proyección y realización

El cartel, por su naturaleza de ser un medio de difusión masivo, puede comunicar un mensaje breve a grandes cantidades de receptores, ofreciendo una gran cobertura de público con recursos mínimos materialmente hablando. El cartel es sólo un medio para un fin, en este caso puramente informativo.

Es un canal exclusivo para brindar un mensaje persuasivo, ya que esa es su principal función, ya sea hacia una compra, una ideología o una corriente estética; existen otras funciones del cartel que son divididas en dos niveles distintos: en un primer nivel, explícito encontramos las funciones de información, convicción y economía, como ya se había mencionado antes y en el segundo nivel están las funciones educativas, ambientales, estéticas y creativas.

En concreto, su fin es la información, es un vínculo entre el emisor y el receptor para dar a conocer ya sea una nuevo producto, una nueva tendencia ideológica, etc.; en cuanto a la función económica se refiere específicamente al rendimiento del cartel como medio rentable de comunicación, a lo referente a la función de convicción se vale de imágenes llamativas, novedosas que produzcan un efecto atractivo y seductor en el receptor, lo motiven a aceptar la propuesta del cartel que está observando y lo guarde en la memoria.

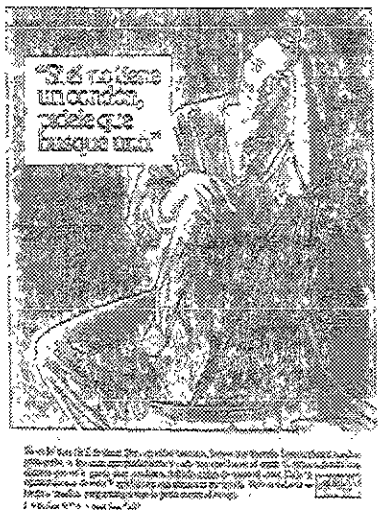
En cuanto al segundo nivel, el de funciones, se refiere al conjunto de consideraciones psicológicas que determina el cartel en el receptor y no son como los anteriores que se podrían llamar consecuencias del cartel. La primera de estas funciones y la más importante de este segundo grupo es la función de educadora del cartel, se refiere a la estructura del cartel, cómo se organiza, cómo está designada la información

Para la realización de este proyecto me basé en el esquema de Bruno Munari (14), por considerarlo el completo y más afín a mis propósitos, aunque modificándolo un poco para adecuarse al trabajo.

1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA: Por medio de recientes encuestas, se ha demostrado que el sector de la población donde el SIDA está cobrando más víctimas, es el sector juvenil de diferentes estratos sociales, principalmente estudiantes, precisamente el sector que necesita mas información y el que más carece de ella, ya sea porque no exista material adecuado o porque gracias a diversas razones socioculturales ésta información no esté tan a la mano de los jóvenes. Hay que partir de que tenemos una necesidad, una carencia específica de información de las formas en que se contagia el SIDA.

Debemos de comunicar el peligro que representa la infección por VIH, y que la única forma de evitarlo es estando informados, éste mensaje debe ser tratado tomando en cuenta el público al que va dirigido.

2.- DEFINICIÓN DEL PROBLEMA: Necesitamos un cartel donde se aplique la fotografía como imagen principal y de forma directa comuniquemos el peligro de contagio del SIDA, dirigido a un público joven. Durante el análisis hecho a carteles realizados por el CONASIDA y otras instituciones y publicados en nuestro país, el enfoque ha sido



Campaña en favor del uso del condón hecha en español e inglés, E.U., 1994.

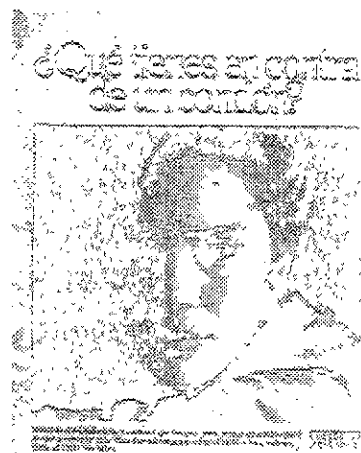
(14) Munari Bruno, ¿Cómo nacen los objetos?, Ediz. Gustavo Gili, Barcelona

libio, buscando esa información pero de una forma un tanto velada. Basándonos en estos análisis comparativos y teniendo en cuenta los requerimientos del proyecto que nos ocupa, se acordó que la imagen que será manejada como elemento principal en el cartel fuera impactante, algo que produjera un sentimiento de alerta en el espectador, que al mirarla captara la magnitud del problema y le provocara una reacción de querer evitar el llegar a una situación así, procurando la información y el cambio de conducta. Fue así como se eligió emplear una imagen donde se mostrará a una persona enferma de SIDA en una etapa ya avanzada; de esa forma se pondría al receptor en contacto con una imagen real de lo que es la enfermedad, procurando el efecto de shock visual que han buscado otros impresos del tipo para llamar la atención del espectador sobre este problema social (carteles en contra de la violencia familiar).

3.- ELEMENTOS DEL PROBLEMA: Contamos con dos elementos, la fotografía con imágenes alusivas al tema de la prevención del SIDA y el texto informativo con enfoque juvenil, actual pero que no parezca falta de seriedad o de responsabilidad, teniendo como principal objetivo comunicar la importancia y gravedad del mensaje, lo destructivo de la enfermedad, y al mismo tiempo que estos formen un conjunto armónico. El texto debe ser una frase breve, fácil de leer y de entender, para que sea pregnante al lector, teniendo en cuenta que está expuesta sólo por unos instantes en el momento que el espectador pasa por donde el cartel está colocado, si logramos llamar su atención y que vea el cartel tenemos el 50% del trabajo hecho. Si además logramos que el cartel capte su interés y se acerque a observarlo con detenimiento y leerlo, nuestra misión está cumplida, el mensaje ha sido comunicado, ahora sólo podemos esperar que el impacto haya sido lo suficientemente fuerte como para que el espectador lo conserve en su mente y lo aplique.

4.- IDEA: Es el enfoque que se le darán a los elementos del cartel. Ya teniendo una visión formada del mensaje que queremos transmitir y el enfoque que queremos dar, ahora hay que buscar los medios adecuados.

Lo más importante era la fotografía, por las características de ésta, lo más indicado era recurrir a CONASIDA para que por medio de ellos se consiguieran los permisos y contactos necesarios para poder obtener la fotografía del enfermo, hablé con las personas indicadas dentro de este organismo pero me informaron que por políticas del Consejo está prohibido tomar fotografías de este tipo, sea cual sea el motivo y el fin para el que se emplee. Hice el intento en otras instituciones de salud que cuentan con pabellones especiales para personas enfermas de SIDA, pero el resultado fue el mismo. Opté entonces por buscar un modelo para que maquillado pudiera representar a una persona infectada, deseché la idea primero, porque a todas las personas (obviamente no modelos profesionales) que les propuse la idea de posar para la fotografía de un cartel referente al SIDA, se negaron (aquí pude notar una vez más lo estigmatizada que está la enfermedad dentro de nuestra sociedad). En segundo lugar y viendo la respuesta de las personas convocadas, pensé que por muy bien caracterizado que estuviera, no tendría la expresión que se busca para impactar a los receptores del mensaje. La opción de contratar a un modelo y



Campaña en favor del uso del condón noctua en español e inglés, E.U., 1994.

maquillista profesionales, que hubieran probablemente cubierto las necesidades planteadas en un inicio, se diseñó, por falta de un presupuesto exigido que permitiera este recurso. Teniendo en cuenta todos estos inconvenientes, planteé la posibilidad de utilizar una fotografía de archivo, adaptándola a mis necesidades, siempre y cuando se respetaran los derechos del autor, que de acuerdo a la Legislación sobre Derechos de Autor vigente, nos permite hacer la obra del conocimiento público por medio de su reproducción, siempre y cuando no se limite a un grupo privado o círculo familiar. Asimismo no se considera pública la presentación que se hace de la obra dentro de una escuela o una institución pública o privada, siempre y cuando no se realice con fines de lucro. (Art. 16). Obviamente se debe consultar al autor, así como darle a conocer en que medio se difundirá su obra y en el caso específico de medios impresos, el soporte y el número del tiraje (Art. 75). Se considera una infracción cuando la obra se utiliza con fines de lucro (Art. 231).⁴⁵ Siguió a búsqueda de una fotografía adecuada, en libros de fotoperiodismo principalmente, consulte sobre todo los libros de World Press Photo en sus ediciones de 1991, 1995 y 1996, y National Geographic, the photographs 1994.



La historia de Chucho, Cuba, 1998.

Fue así como encontré algunas fotografías muy impresionantes de todo tipo de personas infectadas de VIH, fotografías que han sido ganadoras de premios internacionales. Revisando estas imágenes la que eligí por el impacto visual y lo que representa, es la fotografía de un niño rumano enfermo de SIDA en un etapa ya muy avanzada, que aparece publicada en el libro Testigo Ocular 1991, World Press Photo, Editorial Omnicon. Fue por la imagen de un fotógrafo francés llamado Frank Fournier que se descubrió que una cantidad considerable de la población infantil de casas de asilo para huérfanos en Rumania estaba infectada de SIDA, como consecuencia de la carencia de higiene y las medidas de combatir la desnutrición con transfusiones de sangre sin examinar o hijos de padres infectados, ya fallecidos. Creo que en esta imagen, a comparación de otras que encontré y que son también impactantes, se conjuntan varios de los factores y consecuencias de esta enfermedad: El choque de ver los estragos de la enfermedad en un ser humano, las consecuencias de la falta de información y medios para prevenirla y un representante de la población más afectada y más desprotegida, los niños y jóvenes.

5.- RECOPIACIÓN DE DATOS: Cuántas instituciones lo han hecho antes y que enfoque le han dado. Mencionar todas las instituciones en el mundo que han hecho labor de información y educación en cuanto a la enfermedad del SIDA y todo lo que a ella concierne por medio de carteles, sería sumamente largo, simplemente en México, existen muchas asociaciones y grupos dedicados a la difusión de información con una producción gráfica informativa muy importante, principalmente de folletos, aunque los carteles también han sido muy empleados.

Como se mencionó antes, en México, la principal institución que se ha dedicado a difundir la información acerca del SIDA, es CONASIDA pero han sido las instituciones privadas las que han difundido este mensaje de una manera más abierta, más real y más acorde a las tendencias de otros países donde el estilo es manejar un mensaje más directo y crudo en cuanto a textos e imágenes. Obviamente todo esto es producto de un proceso cultural con ciertos parámetros e idiosincra-

⁴⁵ Legislación sobre derechos de autor, Ed. Porrúa, México, 1997.

ría diferentes a las nuestras. Al contrario de la labor de CONASIDA que como se observa en los trabajos hechos por la institución, comenzó sin tener un estilo específico (en algunos casos esto fue positivo, ya que se trataban de mensajes dirigidos a diferentes receptores). Hay trabajos de diversas tendencias e información; o mismo podemos ver un cartel con programación de algún simposium o evento con relación al SIDA, que un cartel que nos recomendaba el uso del condón con imágenes que muchas veces nada tenían que ver con el mensaje que trataban de comunicar. Esto es algo importante para tomar en cuenta ya que si las tendencias internacionales y modernas en cuanto a estilo representativo (imágenes) son más crudas, dentro del contexto ideológico y sociocultural de nuestro país, no podremos pensar en manejar este tipo de carteles, como por ejemplo los alemanes, porque en primera instancia no serían aprobados por diversos grupos (sanitarios, educativos y sociales) y sucedería de igual manera en el público espectador, ya que en vez de despertar la conciencia por la prevención de esta enfermedad, serían vistos de una forma morbosa, poco seria y sería contraproducente para nuestros propósitos, además de que podría resultar para más de uno insultante o agresivo. Un análisis más amplio se realizó en este mismo capítulo en el punto 4.1.2. Es por esto que la línea que seguirá el cartel de este proyecto será la de mostrar por medio de la fotografía una imagen más próxima a la realidad de la enfermedad, sin ser ofensiva ni escandalosa y apegada a nuestra cotidianidad con todas sus consecuencias.

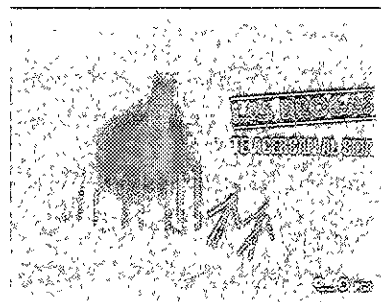
6.- ANÁLISIS DE DATOS: Tendencias de los carteles hechos con anterioridad, por el CONASIDA y otras instituciones. Igualmente los detalles se encuentran en el punto 4.1.2 de éste mismo capítulo.

7.- CREATIVIDAD: Conjuntar todos los datos en una forma armoniosa y funcional para nuestros propósitos. Foto llamativa, texto sencillo y rápido de digerir y que además sea recordable. Escoger la toma adecuada, que conjugue todos los significados y significantes escogidos por nosotros para llevar el mensaje al espectador. Es aquí dónde se decide como manejar los elementos con los que contamos para el mensaje, la forma de colocarlos y el porque, los efectos que se le den a la fotografía y los resultados que esperamos obtener. La imagen que se eligió como se mencionó antes es la de un niño infectado de SIDA, basándome en ésta imagen, he formulado algunas frases que servirán como complemento informativo, obviamente referentes al tema de la fotografía y que se relaciona con los objetivos de las campañas de CONASIDA, protegernos de la enfermedad teniendo la información necesaria y empleándola. Todas basadas en que tenemos la oportunidad de protegernos teniendo información a nuestro alcance en los centros especializados. Lo que no ocurre con niños como el de la foto, que son contagiados del virus por prácticas de alto riesgo resultado de la ignorancia.

Teniendo en cuenta todos estos elementos y los datos reunidos en la fotografía, empecé a idear frases que hicieran referencia a que el niño de la imagen no tuvo oportunidad de prevenir el contagio, en cambio con información, prevención y cuidados nosotros mismos tenemos la capacidad de elegir y protegernos de la enfermedad.



Campaña en favor del uso del condón neonata en español e inglés, E.U., 1984.

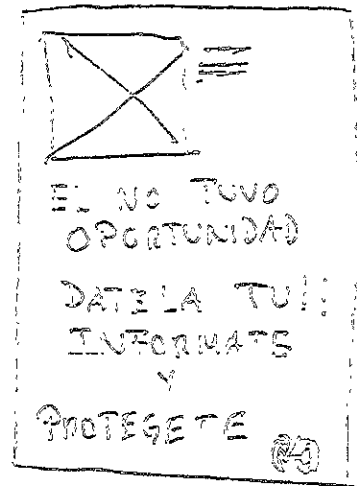
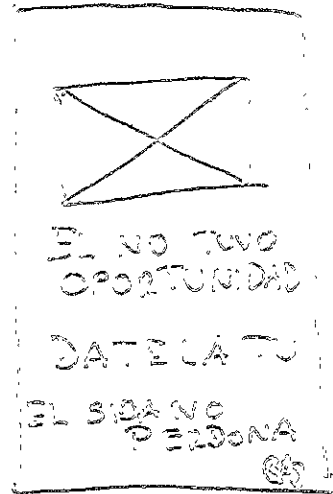


Las drogas te acercan al SIDA, México, 1988, 60 x 40 cms.

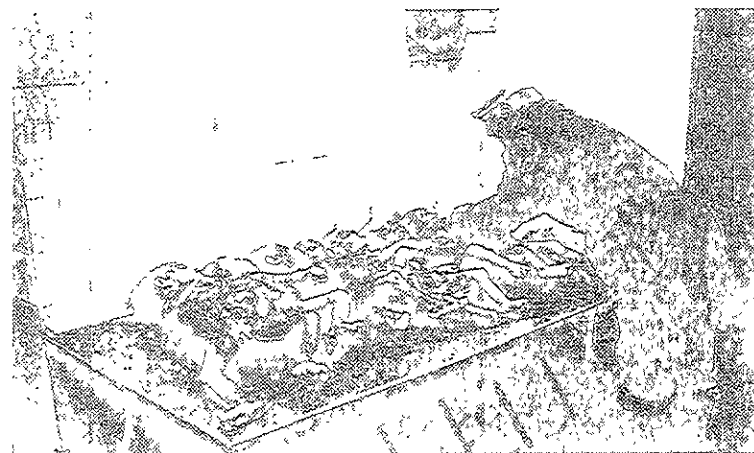
Como un inicio, nuestra primera opción es informarnos. Una de las frases es: "él no tuvo elección, tenía tú", ésta frase acompañada de un pequeño párrafo complementario donde se da información sobre la fotografía y datos estadísticos sobre los niños y jóvenes enfermos de SIDA, así como la recomendación de usar condón y exigir sangre segura a modo de coacción. La segunda dice: "él no tuvo elección, ¿Y tú? ¡Infórmate y protégete!". En la primera frase, empleamos los géneros del cartel informativo-formativo y educativo por los datos expuestos. En la segunda el género empleado sería el formativo y el conativo en la pregunta que va directamente al espectador buscando provocar en él una respuesta. Estas frases hacen como una interpretación de la fotografía, de aclarar que el contagio por el virus del SIDA se puede prevenir, estando informados y siendo responsables. En éstas frases comunico la situación de muchas personas que como el niño de la fotografía, fueron infectados por no tener ninguna información ni oportunidad de poder evitar o prevenir la situación que los llevo a ser seropositivos. Combinando estas frases con diferentes diseños basados en la misma fotografía tendremos algunas opciones de la cual escoger el cartel que más se adecúe a nuestras necesidades. Esto lo veremos con más precisión en el punto 9. En cuanto a la tipografía empleada para estas frases, por el tipo del mensaje y de acuerdo a la fotografía decidí utilizar un tipo sanserif, cuadrado, que transmita la dureza del mensaje al mismo tiempo que un tipo con estas características denota actualidad por su sencillez. Se han contemplado los tipos Helvetica y Futura ya que se adecúan a nuestras necesidades, se les han hecho modificaciones en cuanto a tamaño y peso de acuerdo a los requerimientos del diseño, incluso se podrá mezclar alguna otra fuente para dar sentido a la frase.

Teniendo en cuenta que es poco texto y por lo cual no hay problema en cuanto al espacio, opté por manejarlo sólo con mayúsculas y en un color sólido en contraste con el fondo de la fotografía, ya que esta es lo más importante, lo que debe captar primero la atención, en cuanto al interlineaje por lo mismo que es un texto solo en mayúsculas, con un tipo pesado, el interlineaje debe ser amplio para facilitar la lectura de la frase.

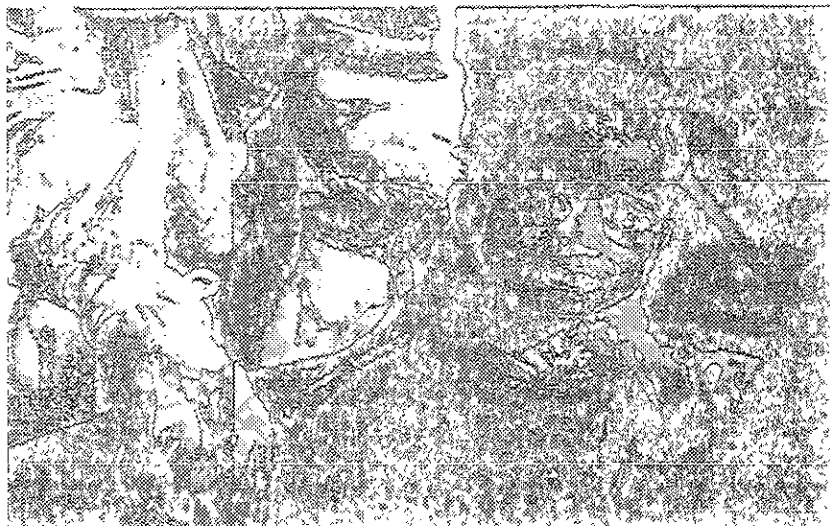
Para la disposición de los elementos diseñe una trama en el formato establecido buscando que los elementos del cartel (1 fotografía, 2 frase, 3 logo CONASIDA y 4 bloque de texto) estuvieran en equilibrio con los espacios en blanco y al mismo tiempo respetar las jerarquías de los mismos elementos. En las páginas siguientes presentaré las propuestas de las tramas, de distribuciones y tipografías, junto con sus justificaciones.



Bocetos preliminares para propuesta del cartel para CONASIDA, utilizando la fotografía de archivo.



Diversas tomas del Hospital Victor Babeş (Rumania) en donde niños infectados de SIDA por transfusiones de sangre contaminada mueren sin que nadie los reclame



8.- MATERIAL Y TECNOLOGÍA A EMPLEAR: Cámara, película y características de toma, equipo hardware y software, recursos materiales, método de impresión y soporte físico. En este punto veremos una especie de lista técnica del cartel. Contemplamos todos los "ingredientes", materiales y componentes necesarios para lograr nuestro objetivo.

Por la decisión de emplear una imagen de archivo para el cartel, ya no será necesario emplear equipo fotográfico para la realización de éste; ahora se emplearán los medios electrónicos que a continuación describo.

Equipo y programas de cómputo. Aquí enumero la tecnología a emplear para el desarrollo del proyecto, desde el inicio en la maquetación hasta obtenerlo. Este proyecto fue realizado en su totalidad en una computadora Performa 475 de Macintosh, con 250 MB de memoria en disco duro y 16 MB de memoria en Ram. En cuanto a los programas he utilizado principalmente Photoshop 3 y Quark X Press 3.31; el primero para hacer lo correspondiente a la manipulación de las imágenes, desde digitalizar la fotografía hasta los efectos que se le dieron después.

Tradicionalmente esto hubiera llevado un buen rato de trabajo en el laboratorio, en cambio, con éste programa, hecho expofeso para esto, el tiempo se reduce muchísimo y nos da la ventaja de manejar cada uno de los elementos por separado ajustando todas sus características de toma (contraste, saturación de color, brillo, etc.) y nos permite también establecer su colocación dentro de la composición y de éste modo hacer variantes que no tardan más de un momento.

9.- EXPERIMENTACIÓN: Alternativas de manipulación de imagen. Aquí presento los diversos bocetos e ideas que han surgido para la resolución de éste problema, probando con diferentes composiciones de los mismos elementos, para ver cual de estos es el más conveniente a nuestra idea.

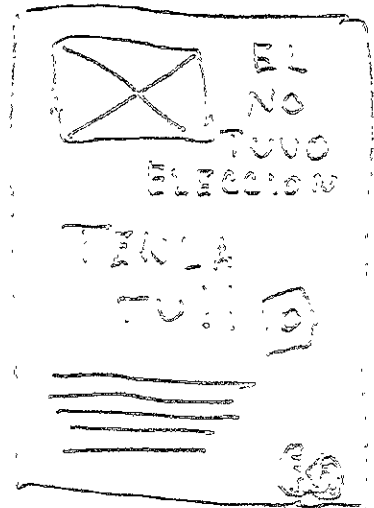
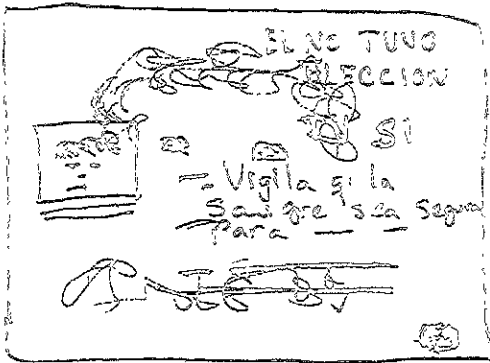
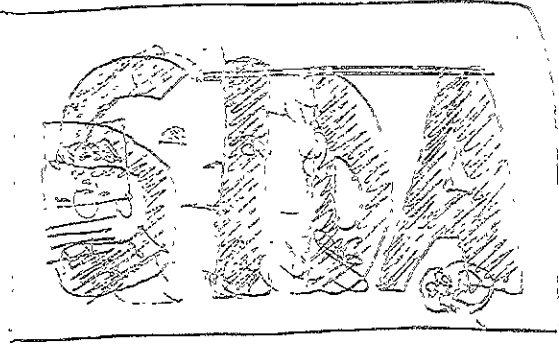
10.- BOCETOS ROUGH: Al empezar a planear, a diseñar un trabajo, en este caso un cartel debemos de tener en cuenta diferentes aspectos. Como se mencionó antes, un punto muy importante es la diagramación, la distribución que va a tener la información dentro del formato designado. De esto dependerá la armonía del conjunto, el impacto y la retención que logre en el espectador. Ya sea dividiendo el soporte con la tradicional Sección Aurea y de ahí partir para una trama más específica o desde un inicio buscar algo más preciso, que se ajuste más al resultado que queremos obtener.

Una vez que ya se tiene una tentativa de diagrama se procede a adaptar a este alguna de las propuestas surgidas de diferentes ideas, se les va dando forma quitando o agregando elementos, algunas veces deformándolas completamente, alejándose totalmente del punto inicial del diseño, hasta llegar a una solución que cubra nuestras necesidades.

Sobre este diagrama se van integrando los elementos del diseño, y se puede ver con más certeza si son los adecuados si son factibles o no.



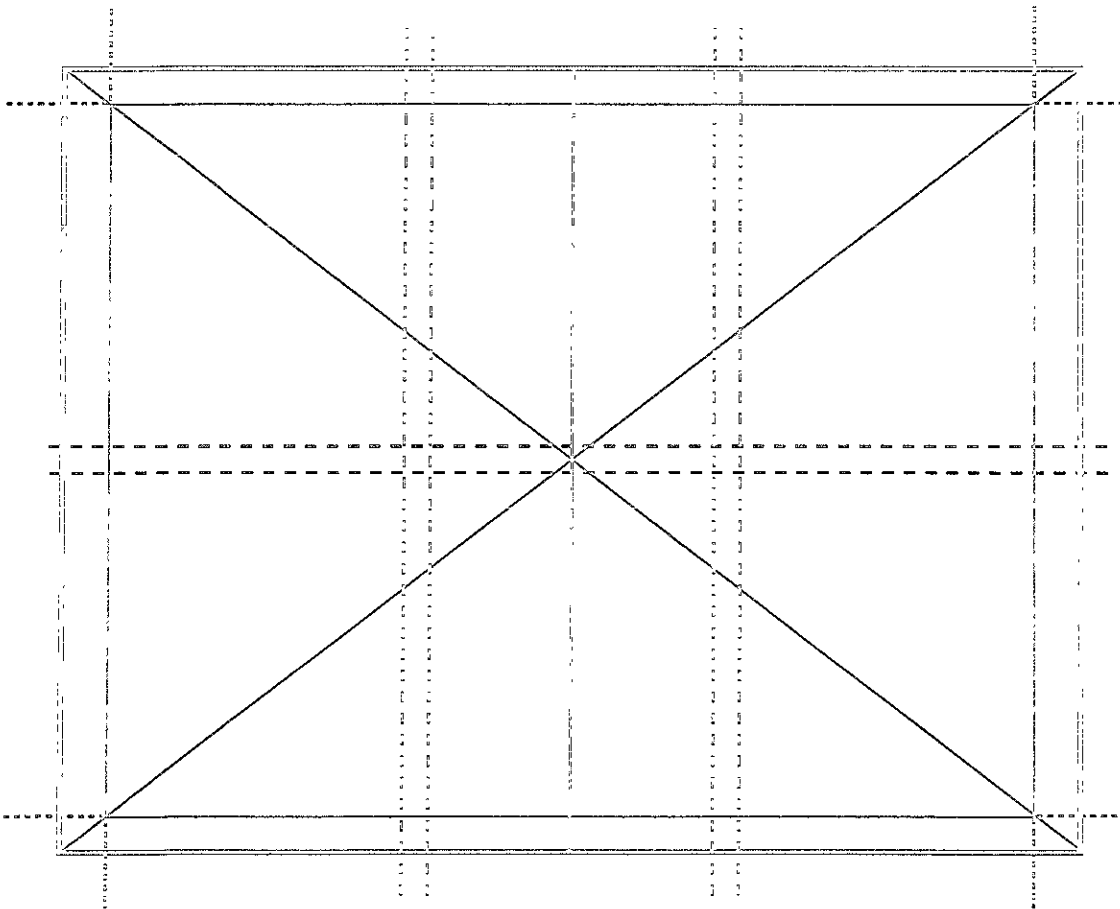
*Niño rumano infectado de SIDA,
fotografía de Frank Fournier, Contact
Press Images, 1997*



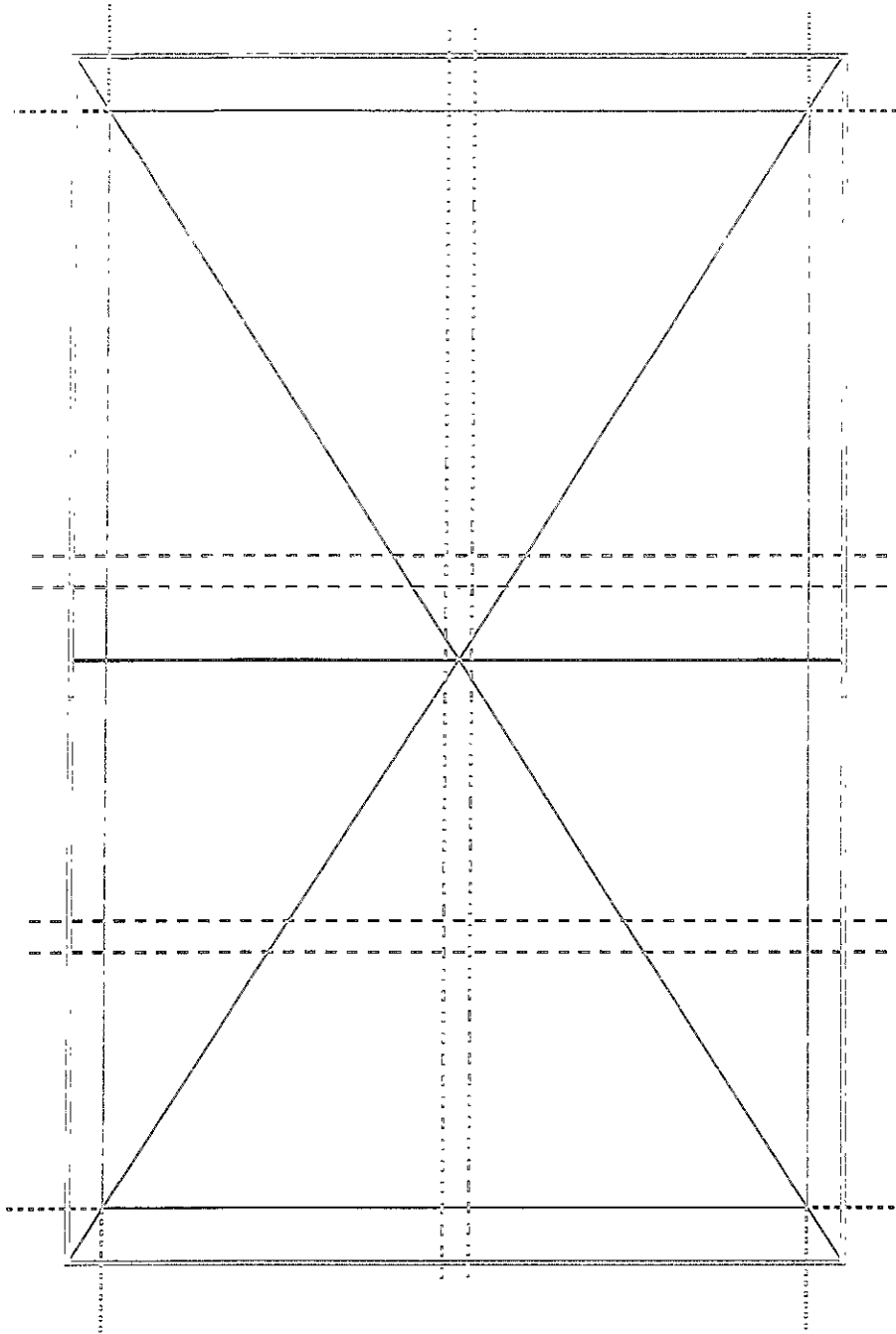
Bocetos preliminares para propuesta del cartel para CONASIDA, utilizando la fotografía de archivo.

11.- **DIBUJOS CONSTRUCTIVOS.** Originales mecánicos. Este por ser un tema de vital importancia para la concepción de un trabajo impreso de diseño se enfocará en un capítulo aparte con todo detalle, así como un breve resumen de los medios de impresión.

12.- **SOLUCIÓN:** Carta terminada, impreso real. Aquí presento el trabajo ya terminado, el medio para resolver el problema planteado en un inicio.



Este es la trama básica para el formato horizontal que propongo para el diseño del carta, este esquema se maneja a escala, ésta se basa en una división a 3 columnas a lo ancho y 2 a lo largo, lo cual nos permite manejar los elementos de diseño (que no son muchos) equilibradamente y teniendo en cuenta los espacios blancos o de aire.

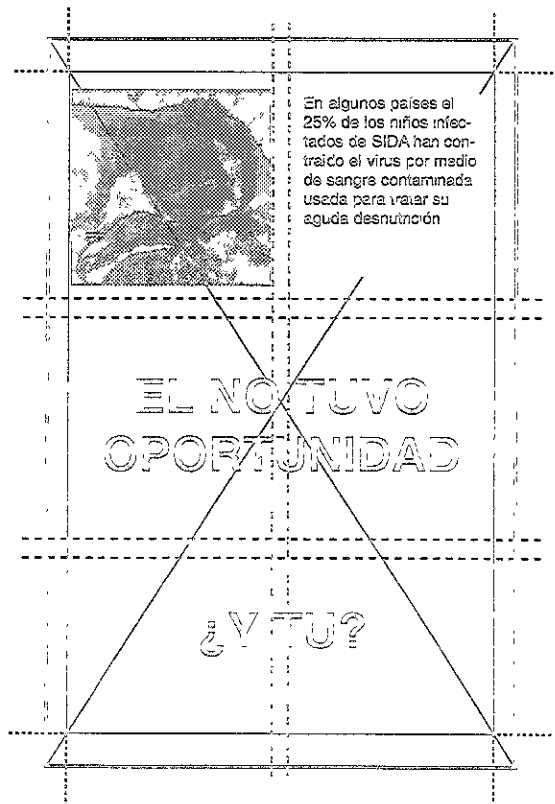


Aquí presento el esquema de la trama para el formato vertical. Se basa en una división a 3 columnas a 10 largo, la primera más grande teniendo en cuenta que aquí se ubicará la fotografía, la cual es el elemento más importante de la composición, las otras dos son del mismo tamaño y aquí se ubicarán los demás elementos. A lo ancho, sólo se toma en cuenta la mitad del formato, ya que aquí se operará por centrar los elementos.



Dommy de uno de los bocetos. Aquí los elementos se ubicaron en el centro del formato y su disposición fue de acuerdo a su importancia, por eso, la fotografía se encuentra en primer lugar, después, los textos y por último el logo del CONASIDA, como elemento de cierre. La fuente usada fue Helvetica regular y Frutiger extra black condensed, los 2 tipos de pais seco de acuerdo a la explicación dada anteriormente.

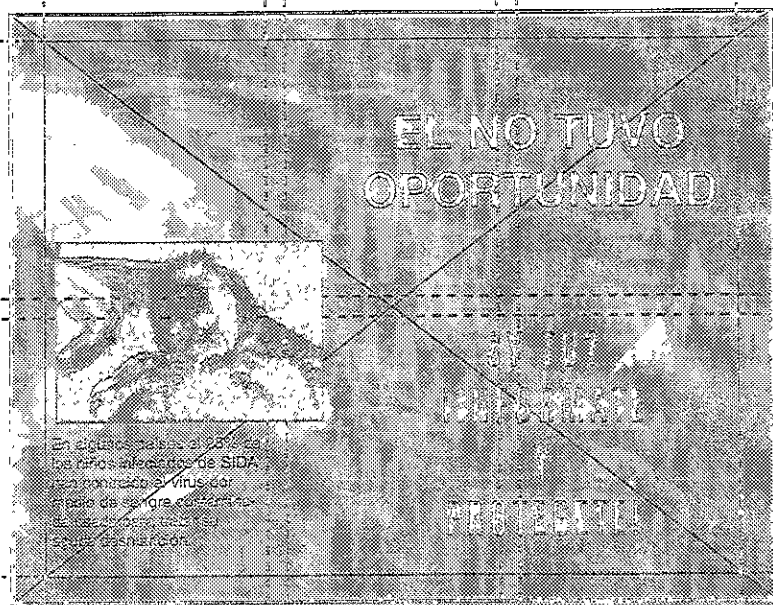
En esta propuesta se observa que además de las frases que se utilizarán como slogans, hay un pequeño bloque de texto, aquí se explica brevemente la fotografía. Este texto por su carácter informativo, de soporte para la fotografía, debe ir en un tamaño pequeño y en una fuente de trazos delgados (Helvetica light), que añada la imagen, no que nos distraiga de ella, en un tipo sencillo, que contraste con el peso de las frases. Estas frases, por su contenido, deben ser en un tipo sanserif, pesado y de rasgos muy estáticos (Univers bold condensed y la segunda Frutiger bold), ya que debe comunicar, también visualmente, lo fuerte de su contenido, que es una frase de advertencia, una determinación un tanto severa. Por último, se encuentra el logotipo del CONASIDA, en el extremo inferior derecho, para formar el movimiento Z, que resulta de mucha utilidad para facilitar la lectura del receptor y para retener la información.





Tommy de una de las propuestas para el soporte horizontal, se utilizaron los mismos elementos que en los anteriores ejemplos, el texto principal está en Univers Condensed, el texto secundario está en Frutiger Bold y el texto complementario que aquí aparece como un pie de foto en Helvetica light. En esta propuesta se utilizó la misma fotografía para el fondo, pero con una intensidad más baja, para que nos muestre la imagen ampliada, pero que no compita con la fotografía al 100% que se muestra cargada a la izquierda, se colocó ahí porque el espectador empieza a leer de izquierda a derecha, por lo tanto lo primero que verá conscientemente será la fotografía cargada hacia este lado. Para equilibrar el cartel se cargó el texto del lado derecho (también por la lectura natural). Por último, se encuentra el logotipo del CONASIDA, en el extremo inferior derecho, para formar el movimiento Z, que resulta de mucha utilidad para facilitar la lectura del receptor y para retener la información.

En esta propuesta la distribución de los elementos es similar, la diferencia principal está en que dentro del fondo, como una especie de marca de agua se escribió la palabra SIDA, para hacer una referencia más explícita de lo que estamos hablando. En esta propuesta se conjugan la fotografía en sus dos representaciones una al 30% de su tonalidad y que sirve de fondo atrayendo la atención del receptor hacia el cartel tratando de descubrir la forma; la misma fotografía al 100% para ratificar el mensaje visual del cartel, los textos, el texto informativo que explica un poco la fotografía y que termina de disipar las dudas, las frases formativas del mensaje y la palabra escrita en el fondo, además del logotipo de la institución como una rúbrica.



Pie de foto: Aquí utilicé Helvetica light itálica 20/33 pts., por ser un tipo que tiene características similares a los empleados anteriormente, pero al ser light e itálico no distrae al lector, ya que su función es sólo informativa, como complemento de la fotografía.

Texto principal: Univers 75 Black 250/220 pts. Se eligió ese tipo por tener los requerimientos que fueron explicados con anterioridad; es un tipo rígido, cuadrado que denota dureza, fuerza y actualidad, además de que es muy legible.



En algunos países el 25% de los años asociados de SIDA, son contraído el virus no modo de sangre contaminada, repasa esta para su acción destrucción.

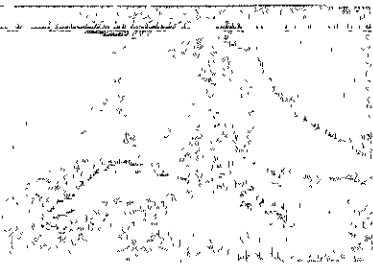
Fondo: Siendo el fondo la imagen principal pero al 30 %, permite hacer un juego visual entre ésta y la imagen que al 100%. Creo que esto será lo primero que llama la atención del espectador, después terminará de decifrar el fondo cuando haya visto la foto en el recuadro, incluyendo las letras caídas en el fondo que dicen SIDA. Esto completa la información visual, texto complementará la imagen, ya sea como mensaje formativo ("El no tuvo oportunidad... ¡Dátela tú, ¡informate y protegete!") o como texto informativo (el pie de foto).

Texto secundario: Helvetica condensada black 220/200 pts., aquí se hizo una pequeña anomalía al resaltar la palabra TU aumentando el puntaje (226 pts.), para acercarla más al receptor. Se eligió esta fuente por ser también sanserif, similar a la anterior, pero con un trazo más delgado que la hace más suave al espectador; esto con el fin de comunicar el mensaje como una solución, la protección y la información como alternativa.

5.1 Dummy

Se le llama dummy a los prototipos o las simulaciones de los productos o proyectos diseñados y que sirven para presentar al cliente para tener una idea aproximada de la visión final del diseño. en lo que respecta a este proyecto en específico, presento en esta misma página, un dummy del cartel que propongo.

EL NO TUVO OPORTUNIDAD



¿Y TU?

¡ INFORMATE

Y

¡ PROTEGETE !

En algunas zonas el 25 % de los niños infectados de SIDA han contraído el virus por medio de sangre contaminada usada para la su aguda desnutrición.



CONASIDA

5.2 Sistemas de Impresión

En cuanto a los sistemas de impresión con los que se cuenta actualmente, mencionaré brevemente los más importantes, en que consisten y como funcionan, así como sus aplicaciones más comunes, mencionaré también el sistema de impresión que se eligió y cuales fueron las características que lo hicieron el más apto para este proyecto.

Se conocen como sistemas de impresión a los métodos por los cuales se reproduce cualquier tipo de gráfico, por la transferencia de tinta al soporte generalmente papel, y se dividen en 3 tipos (2,12):

1.- **Tipográfica o relieve:** La superficie de impresión tiene en relieve las partes impresoras, de manera que los rodillos entintadores depositen la tinta sólo en dichas partes.

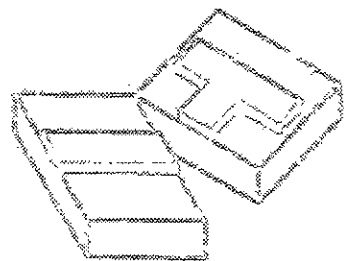
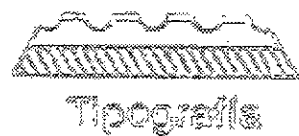
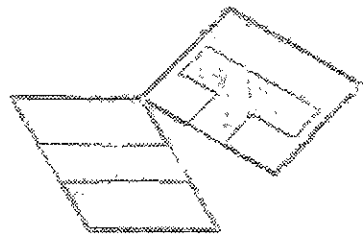
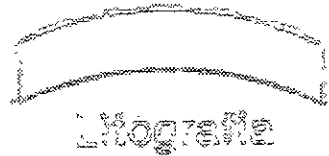
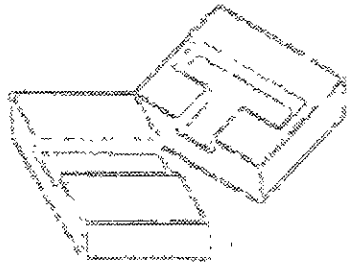
2.- **Planográfica o de superficie:** Aquí las partes impresoras y las que no deben imprimir están en el mismo nivel, pero las primeras mediante un proceso químico aceptan la tinta mientras que las otras la rechazan.

3.- **En hueco:** En éste sistema la superficie de impresión tiene en hueco las partes que han de portar la tinta, la cual sale de ellos cuando el papel entra en contacto con dichas partes.

Del primer grupo de sistemas de impresión los de relieve, tenemos a la xilografía, compuesto por placas de madera grabadas en relieve con todo lo que va a ser impreso, esto se impregna de tinta y ésta pasa al papel por medio de presión, así mismo la flexografía es un método de impresión de relieve aquí las placas grabadas con lo que se va a estampar son de caucho flexible, y se colocan en los rodillos de las rotativas. La litografía, e. offset, la calotipia, serigrafía, termografía y los procesos más modernos como la xerografía, la impresión láser y por sublimación de tinta, pertenecientes al segundo grupo, están basados en el mismo principio, el de sensibilizar las planchas de impresión (ya sean piedras especiales, gomas de caucho, ondas magnéticas o eléctricas, placas de metal o rodillos eléctricos) con ciertas sustancias para rechazar la tinta en las partes que no queremos imprimir y dejar libres para aceptarlas las partes que queremos dejar impresas. Por último tenemos los sistemas en hueco como el huecograbado y el rotograbado, en éste método se utilizan superficies con huecos que son los que se llenan de tinta, y son los que transfieren la imagen al papel.

El tiraje de el cartel que sustentó este proyecto se planeó basado en un muestreo hecho en diferentes escuelas y teniendo en cuenta el público que buscamos captar, la frecuencia del mensaje y el presupuesto con el que se cuenta, que por no tener un financiamiento externo, es reducido.

Teniendo en cuenta éstos requerimientos el sistema de impresión más adecuado para la reproducción de éste trabajo es el offset, por sus características. Qué entre otras nos brinda el ser un sistema que permite impresión de tirajes largos, manteniendo una calidad constante en todas las copias, muchas ventajas en cuanto a rapidez de impresión y en el secado de las tintas. Además que un tiraje largo disminuye los costos.



Esquemas de los métodos de impresión más comunes.

El papel elegido por tener una buena resistencia en máquina con respecto a las líneas y secado fue couoné mate de 135 grs. de 70x100 cm., el cual se dividirá en dos partes, obteniendo así un formato de 70x50, que será el tamaño del soporte del cartel (considerando el margen de rebase y refina), ésto nos permite no desperdiciar papel adaptandonos a las medidas comerciales y también facilita la impresión, ya que este tamaño es común para la entrada de las máquinas de offset. La impresión será de 4X0, en tintas mate, para dar al cartel un efecto de sobriedad.

5.2.1 Original mecánico

En lo referente al original mecánico, actualmente este trabajo es mucho más sencillo que hace algún tiempo gracias al uso de la computadora, y de programas especiales de diseño que nos permiten ahorrar mucho tiempo al ser más precisos y brindar todas las posibilidades para realizar un trabajo completo.

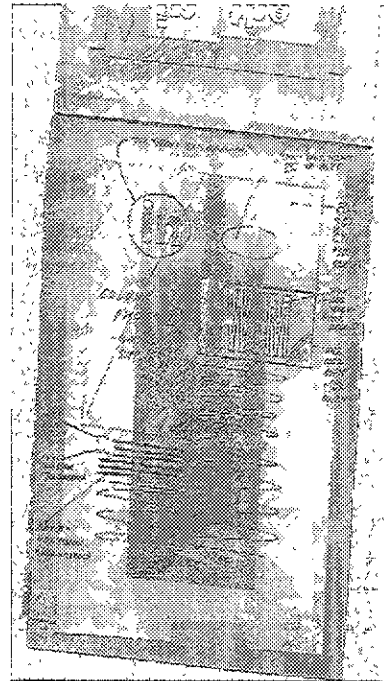
En este caso se eligió Quark X Press 3.31, un programa para maquetación y trabajo editorial por ser el indicado para armar un original mecánico y dar salida directa a película de negativos sin pasar por la formación del original mecánico tradicional, montado en cartulina rígida y con camisas de papel albanene para marcar las guías de color.

Todo inicia al elegir el formato adecuado para el trabajo y acordar las medidas para tener en cuenta el espacio de impresión para la salida a película para los negativos. Una vez definido el formato y el tamaño del soporte, se procede a armar un dummy, se trasladan todos los elementos del diseño, imágenes, textos y fondos creados en otros programas.

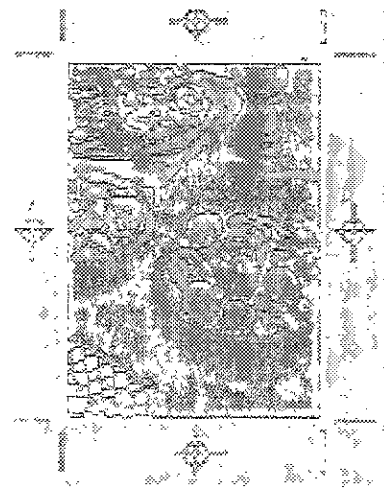
Al "armar" el dummy que se traducirá después en un original mecánico electrónico debemos tomar en cuenta ciertos requerimientos, como la resolución en las imágenes, el lineaje en placas de negativos, la separación de color entre otras.

El tamaño de la imagen depende por supuesto de cual vaya a ser su aplicación y la proporción que guarda con el diseño, esto se debe atender en el momento de escanear o digitalizar la imagen ya que entre más grande sea en dimensiones, más grande será el archivo electrónico que resulte, lo cual tendrá como consecuencia una imagen difícil de manejar, y hará el proceso en la máquina lento, restándole capacidad a un archivo que podría tener por ejemplo mayor resolución pero con dimensiones más pequeñas. Para evitar estos contratiempos al empezar a formar el diseño se trabaja con lo que se llaman fotos de posición, que son fotos digitalizadas a un tamaño escala y con una resolución mínima de 70 a 120 dpi, ésto da una imagen de calidad aceptable en cuanto al punto, pero pequeña en espacio en disco, y por lo tanto más manejable al trabajar.

Se llama resolución a la calidad que tiene la imagen en cuanto a puntaje y se mide en DPI (dots per inches) ó puntos por pulgada. Para una imagen normal se puede usar una resolución de 400 a 600 dpi, proporciona detalles y calidad aceptable para un trabajo de impresión que podríamos llamar común, con un promedio de 170 líneas por pulgada haciendo de offset. El lineaje se relaciona estrechamente a la resolu-



Los originales mecánicos tradicionales, montados en cartulina rígida y con camisas de papel albanene para marcar las guías de color y demás indicaciones.



ción, ya que el resultado de la impresión, depende de: lineaje en los negativos, éste es como un filtro por el que van a pasar las imágenes, lo cual provoca que al final todos los elementos gráficos tengan una misma trama; la resolución inicial con la cual fueron digitalizados se anula, y todo queda en un mismo estándar, lo cual roba detalles en cuanto a calidad de imagen. Por esto es importante conocer desde un principio el medio de impresión que se va a utilizar, para a su vez conocer el lineaje que se va a emplear en éste, y así poder digitalizar las imágenes adecuadamente.

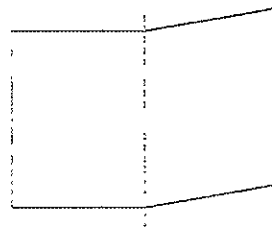
Va que está "armado" el diseño dentro del programa de maquetación y se han revisado todos los detalles en cuanto a fijar los elementos para evitar que en el taller de pre prensa sufran un desajuste o se muevan de posición, se procede a dar algunas indicaciones: para mayor facilidad en el manejo de colores y no hacer un gasto extra, todos los colores empleados que no requieran un pantone específico deben convertirse a CMYK (selección de color) para simplificar el proceso de filmación de negativos.

Deben incluirse igualmente las fuentes tipográficas empleadas en el diseño para que se mantengan sin cambio en el momento que se abra el archivo para proceder a dar salida a negativos y así evitar errores o pérdidas de tiempo que en un ciertos momentos son fundamentales para el éxito de un diseño, así como todos los archivos independientes de fotografías, fondos, texturas, textos y demás elementos gráficos que se hayan utilizado para la elaboración del diseño, a esto se le llama archivos de vinculación y sirven para que el diseño siga siendo visto e impreso tal y como fue creado, fiel a su original y no presente las fallas antes mencionadas.

Las guías de registro, así como las de corte y dobliez pueden colocarse con un comando especial que da las medidas exactas de papel y márgenes para guardar la distancia entre el área de impresión del soporte y la orilla del mismo, o se pueden colocar manualmente, lo cual nos permite elegir nosotros mismos el margen de rebase en platas o fotografías desbordadas del diseño en cuanto a la proporción que queremos que guarde con respecto al soporte. Es importante dejar al menos 2 mm de margen de rebase. Del mismo modo éste programa- (Quark X Press) nos brinda la posibilidad de hacer una placa con cada uno de los colores a emplear, o sea la separación de color automática.

Una vez concluido este proceso contamos con las placas de negativos y cromalines listos para que pasen al proceso de impresión.

Cuando todo el trabajo está listo, y se ha concluido la impresión incluso, lo único que queda pendiente es la distribución del cartel, en este punto es donde se decidirán los puntos en donde debe colocarse el cartel y en que cantidades. Es el subcomité de educación para la salud y comunicación social el que se encarga de la elaboración de las estrategias de comunicación para el público en general, poblaciones de alto riesgo y personal de salud, de acuerdo a sus necesidades y estilo de vida. éstas estrategias van desde la planeación y diseño de impresos como carteles y folletos para el público en general, hasta programas de radio, televisión, boletines de prensa y materiales audiovisuales para capacitación de personal especializado.



Esquema de la división del pliego de papel para obtener el formato del cartel. De 70 x 95 cms. a 70 x 47.5 cms.

Lo siguiente es un esquema aproximado de los tirajes o producciones de materiales educativos que elabora el CONASIDA, y a quien se distribuye (7):

- folletos para público en general: 80,000
- folletos para población de alto riesgo: 40,000
- folletos explicativos de prueba de Elisa: 40,000
- carteles sobre riesgo de SIDA: 15,000
- carteles sobre transmisión por vía sanguínea: 15,000
- calcomanías de uso de preservativos: 7,500
- calcomanías del riesgo del SIDA: 3,500
- carteles de boletines de prensa: 40,000
- cerillos promocionales con preservativo: 30,000



Ahí donde hay, hay placer, Suiza, 1995, 55 x 39.1 cms.

Para este proyecto en particular se tomará para la distribución un universo de 50,000 personas, teniendo en cuenta que el cartel se manejará dentro de instituciones educativas de nivel medio y superior (Escuela Nacional Preparatoria y algunas facultades de la U.N.A.M.).

El perfil de nuestro receptor potencial es de hombres y mujeres jóvenes, con una edad media de entre 15 y 24 años, como es obvio con niveles de estudios medio y superior, y habitantes de una zona urbana. Es por ésto que la distribución se planeó en escuelas, se ha pensado en un tiraje de 5,000 ejemplares que se colocarán en los espacios designados para avisos, en lugares visibles y concurridos por la comunidad escolar, por ejemplo cerca de la biblioteca, oficinas administrativas, sanitarios y teléfonos, y muy especialmente cerca de la enfermería del plantel, además de en corredores y pasillos que lo permitan, por ejemplo en Ciudad Universitaria en los corredores del campus.

(7) CONASIDA, Programa Nacional para la Prevención y Control del SIDA, Edición CONASIDA, México, 1994.

En el tiempo en que desarrollé este trabajo, me di cuenta de que aunque la enfermedad de Inmuno Deficiencia Adquirida es algo lamentablemente cotidiano en nuestra vida, aún existen personas que se sienten intocables por el virus o que bien por ignorancia, pasan diariamente a engrosar las estadísticas de enfermos de SIDA, no obstante las muchas campañas informativas que se han hecho. Tal parece que los recursos nunca serán suficientes.

Esto a la vez que es preocupante, plantea una obligación para cada uno de nosotros como personas, la de tratar por los medios que nos sean posibles, de informarnos, de practicar y transmitir estos conocimientos. Esta inquietud fue la que me llevó a realizar éste proyecto aplicando los conocimientos que tengo de diseño para procurar que la información en torno a la infección sea difundida y que un mayor número de personas estén al tanto de los riesgos que implica.

Ahora que está concluido este proyecto, espero que no quede como un mero trámite, confío que sirva para que alguien más sienta la necesidad de informarse y ayudar a que éste virus no siga avanzando.

En cuanto al material informativo que está disponible actualmente, creo que es necesario que sea más directo y real, que sus enfoques sean más concretos para poder obtener los resultados deseados, ya que hasta el momento la educación y conscientización hacia la enfermedad son la única manera de protegernos. Al mismo tiempo debemos aprender a no culpar, rechazar y excluir a las personas que por un motivo u otro han contraído la enfermedad, no digo que sea una tarea fácil, pero si tenemos la oportunidad de ayudarlas, tratemos de mejorar su calidad de vida.

Espero que mi propuesta sea una aportación positiva a los esfuerzos que se hacen para frenar esta enfermedad. Si con este trabajo logro hacer consciencia tan sólo en una persona (y espero, confío que no sea solo una) creo que habré cumplido mis expectativas.

COMITE: Comisión, conjunto de personas. Reunión de personas encargadas de trabajos porficios.

CONSEJO: Cuerpo administrativo o consultivo en las compañías o sociedades particulares. En administración pública es una corporación consultiva que informa al gobierno sobre una determinada causa.⁽⁹⁾

CARTEL: Se puede definir a cartel como una pieza por lo regular de papel con dimensiones diversas, escrita que contiene noticias, anuncios, propaganda, etc., y que se exhibe en alguna ocasión determinada a todo público.⁽⁹⁾

CRIDIS: Centro Regional de Intercambio de Documentación.

COESIDAS: Centros Estatales para la Prevención y Control del SIDA.

DIAGRAMA: Dibujo geométrico para demostrar una proposición, resolver un problema o expresar gráficamente la ley de variación de un fenómeno. Esquema.

RED: Estructura dividida en módulos idénticos, repetitivos, unidos tangencialmente por uno de sus lados, pueden ser a base de triángulos, cuadrados, hexágonos, etc. Son más frecuentes las hechas a base de un sólo tipo de polígono.

RETICULA: Hoja utilizada en diseño para representar una página o área de diseño en la que se han impreso todas las medidas relevantes, tamaño de página, márgenes, marcas de corte, etc., lo que permite al diseñador situar con precisión todos los componentes del dibujo. Se divide en módulos llamados campos, espaciados por intervalos conocidos como constantes. Generalmente usadas para el diseño editorial.

TRAMA: Estructura que tiene módulos que ascienden o descienden en tamaño, en esta sólo existen líneas perpendiculares, no hay diagonales. Dibujos o series de puntos creados en el proceso de formar una imagen de tono continuo adecuado para la reproducción.

SISTEMA DE PROPORCION: Son las estructuras y sistemas de medidas creadas expresamente para cada proyecto, las más usadas son las estructuras aureas y los generados por uno mismo de acuerdo a las necesidades propias.

SINTAXIS: Orden dado a los elementos verbales y visuales para mostrar sus relaciones a fin de que el receptor interprete correctamente el significado pensado.

- Apoyo Promocional Especializado, SA de CV, Edit. Revista APE, Octubre 1995, artículo de medicina "Y si tengo SIDA".
- Salvat, Enciclopedia Salvat, Edit. Salvat.
- CONASIDA, Informe de labores 1994, S.S.A., Subsecretaría de Servicios de Salud, Edit. CONASIDA, México, 1994.
- CONASIDA, Programa Nacional para la Prevención y Control del SIDA, Edit. CONASIDA, México, 1994.
- CONASIDA, Propuesta del plan de medios de comunicación del CONASIDA 1992 - 1995, Edit. CONASIDA, México, 1992.
- CONASIDA, "Situación del SIDA en México", Revista SIDA / ETS, Vb. 1 No. 2, 1995, Edit. CONASIDA.
- Tubau Ivan, Dibujando carteles, Edit. CEAC, Barcelona 1987.
- Parramón José Ma., Así se pinta un cartel, Barcelona 1987.
- Barricóat J. Los carteles : su historia y su lenguaje. Edit. Gustavo Gili. Barcelona, 1973.
- Pantoja Millán Yuriria. Cartel, Folleto y encuesta contra el SIDA, Tesis, UNAM, ENAP, 1994.
- Chicurel Heibing Verónica, Cartel como medio de difusión en la danza, Tesis, UNAM, ENAP, México, 1992.
- Turnbull Arthur, Comunicación Gráfica, Edit. Trillas
- Eneí Francoise, El cartel,
- CONASIDA, Edit. CRIDIS, 1992
- Wong Wucius, Fundamentos del Diseño Bi y Tr. Dimensional, Edit. Gustavo Gili, Barcelona 1982
- Munari Bruno, ¿Cómo nacen los objetos?, Edit. Gustavo Gili, Barcelona
- Costa Joan, Imagen global, Edit. Gustavo Gili, Barcelona
- Santos Torrella Rafael, El cartel, Edit. Argos SA Barcelona.
- Bann Davis, Como corregir pruebas en color, Edit. Gustavo Gili, Barcelona 1992.
- Lynn John, Como preparar diseños para la imprenta, Edit. Gustavo Gili, Barcelona 1989.
- Collier David, Diseño para la autoedición, Edit. Gustavo Gili, Barcelona 1992.
- Alan Swann, La creación de bocetos gráficos, Edit. Gustavo Gili, Barcelona 1990.

- Alan Swann, Bases del diseño gráfico, Edit. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.
- Bendavid Leah, National Geographic: the photographs, Edit. National Geographic, 1994.
- Bridgewater Peter, Efectos en fotografías ramados, Edit. Gustavo Gili, Barcelona, 1993.
- Alan Swann, Como diseñar revistas, Edit. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.
- Langford Michael, Efectos especiales en fotografía.
- World press photo 1995, Edit. Ominicon, Madrid, 1995.
- World press photo 1996, Edit. Ominicon, Madrid, 1996.
- World press photo 1991, Edit. Ominicon, Madrid, 1991.
- Cabrera Velasco Alejandra, La fotografía como elemento principal de un cartel, Tesis, UNAM, ENAP, 1993.
- Marshall Hugh, Diseño fotográfico, como preparar y dirigir fotografías para el diseño gráfico, Edit. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.
- Trama visual, Primera bienal internacional del cartel en México, México, 1990.
- Trama visual, Segunda bienal internacional del cartel en México, México, 1992.
- Ley Federal de Derechos de Autor, México, 1997.
- Legislación sobre derechos de autor, Edit. Porrúa, México, 1997.