
* * *



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

“VICENTE ROJO, CARTEL DÉCADA 60’s”

TESINA
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

PRESENTA:
JESSICA CORONADO SORIANO

DIRECTOR DE TESINA
DRA. LUZ DEL CARMEN VILCHIS ESQUIVEL

MÉXICO D.F. 2006



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

* * *

A mis padres y hermanos por ser quienes son...

...a Irving, por estar siempre a mi lado y querermme en todo momento...

...a la UNAM por ayudarme a ser quien soy desde ahora...

ÍNDICE

Vicente Rojo, Cartel Década 60's

Introducción

CAPÍTULO 1. ALREDEDOR DE VICENTE ROJO Y LA IMPRENTA MADERO

- 1.1. Un poco de historia
- 1.2. La Imprenta Madero
- 1.3. Vicente Rojo
- 1.4. Contexto visual de Vicente Rojo

CAPÍTULO 2. ENTENDIENDO EL DISEÑO Y ALGUNOS CONCEPTOS

- 2.1. El diseño, sus discursos sus géneros y códigos
 - 2.2. Qué es la forma, el color, la tipografía y la fotografía
 - 2.3. El cartel
-

* * *

- 2.4. Alto contraste
- 2.5. Plecas, viñetas y orlas

CAPÍTULO 3. UBICACIÓN Y ANÁLISIS

- 3.1. Ubicación de discurso y género
- 3.2. Análisis

Conclusiones

Bibliografía

Anexos

INTRODUCCIÓN

* * *

De lo que se trata este trabajo de investigación, es primeramente hablar un poco de la historia y del contexto que estuvo alrededor de la participación de Vicente Rojo en la Imprenta Madero, la cual fue parte importante para el desarrollo y divulgación de la cultura en ese entonces, este pretende conocer un poco más acerca de los inicios del diseño gráfico de manera más profesionalizada en México, a través de nuevas técnicas y de una manera nueva de ver el diseño.

Para esto primeramente hablaré de la historia y como dije del contexto alrededor de Vicente Rojo y la Imprenta Madero, para continuar con la mención de conceptos básicos que serán utilizados durante toda la investigación, conceptos que harán más entendible lo que hablaré y para tener en cuenta estos conocimientos al momento de analizar los carteles en el tercer capítulo.

Estos conceptos a los que me refiero son basados primeramente en el libro de la Doctora Vilchis de Diseño gráfico, Universo de conocimiento, para ubicar las imágenes en un discurso y género que con el paso de esta investigación se entenderá mejor, así como conceptos básicos como el cartel, el color, la forma y otros que serán de gran utilidad.

Finalmente en el tercer y último capítulo de esta investigación, se analizarán los carteles escogidos, de acuerdo a los conceptos mencionados en el segundo capítulo, para finalmente poder llegar a una conclusión, la cual tendrá que dejarnos un aprendizaje en el transcurso de esta investigación.

* * *

Cabe mencionar que el diseño editorial de este trabajo, es basado en el diseño editorial de Vicente Rojo, para seguir una secuencia y el estilo del mismo, no por la falta de creación propia, sino simplemente llevar el tema de mi tesina a todo lo que en ella se encuentre y que mejor que basarme en el diseño de Vicente Rojo.

Finalmente quiero agregar que en un principio, se me designó trabajar con el acervo del CODIGRAM (Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México), sin embargo al no encontrar mucha información, acerca de este Colegio, tomé la decisión de hablar de Vicente Rojo, y menciono esto, ya que es necesario mostrar las imágenes recolectadas de este Colegio, mismas que podrán ser consultadas en los anexos de este trabajo, al igual que todas las imágenes seleccionadas con su ficha técnica correspondiente.

CAPÍTULO 1

* * *

* Alrededor de Vicente Rojo y la Imprenta Madero *



1.1 Un poco de historia

* * *

A través del tiempo y la historia, México ha tenido momentos gloriosos y momentos de dificultades a nivel político, social y cultural, desde las maravillas de nuestras culturas prehispánicas que formaron nuestra identidad cultural hasta los cambios políticos que han hecho de México un país que a pesar de todo ha sabido salir adelante.

La historia de México, tan interesante y tan apasionante, que en un principio puede parecer sin importancia y al final de que uno se empapa de ella, ya no quiere detenerse en la búsqueda de su historia.

Desde la lucha de la triple alianza contra los aztecas, pasando luego por la época colonial esa tan sufrida pero tan rica pues formó esa mezcla que aún vivimos día a día; en medio de subes y bajas a nivel económico y social, entre luchas por construir una propia identidad de nación y adquirir una independencia que finalmente se logra; entre el surgimiento del arte con sus distintas manifestaciones según su época; con las ganas de algunos personajes que trataban de sacar adelante al México que poco a poco fue tomando forma y fue convirtiéndose en lo que es hoy, con luchas por los tratos autoritarios y represivos que algunos tuvieron para sus ciudadanos por sus distintas formas de pensar y de ver su realidad; esta historia en la que hombres trataron de abrirse paso en manifestaciones como la literatura, la música, la pintura, la escultura logrando dejar plasmada un poco de la realidad que les tocó vivir; con toda la fuerza que finalmente como mexicanos tuvieron todos aquellos a los que les debemos todo lo que disfrutamos y odiamos hoy y que en un futuro también gracias a nosotros los demás disfrutarán u odiarán.

* * *

Ahora bien el caso de todo esto y de poder entender la historia que México tiene, es simplemente con el fin de poder también comprender lo que en esta investigación me propongo que es analizar el uso de elementos ornamentales como la pleca, orla y viñetas, así como la imagen en alto contraste en carteles de Vicente Rojo realizados en los años 60 en la Imprenta Madero, así mismo ver como estos carteles tuvieron un enfoque cultural, más que publicitario..

Por lo tanto es necesario saber que esta Imprenta nació a principios de los años cincuenta, extendiéndose también a través del tiempo.

Sin embargo sus inicios se dieron justo cuando en México, gracias a la Segunda guerra mundial recibía en su economía flujos del exterior y lograba una estabilidad económica que a pesar de las devaluaciones que se dieron en esos años, México logró superar hasta la década de los sesentas.

También alrededor de ella, se experimenta un industrialización a nivel nacional en donde las urbanización viene de la mano construyendo así la obra de Ciudad Universitaria y el fraccionamiento de Cd. Satélite y la inauguración de la Torre Latinoamericana, naciendo así las tres ciudades más importantes de nuestro país como Guadalajara, Monterrey y obviamente la Ciudad de México, en donde se formaron Instituciones importantes como el IMSS y el ISSSTE.

* * *

Con toda esta nueva industrialización y modernización en la ciudad, también se ve el surgimiento de la televisión como medio masivo de comunicación cambiando la vida de los mexicanos, al transmitir nuevas ideas, formas de pensar, hablar y hasta de consumir, ya que al mismo tiempo se fueron abriendo las tiendas departamentales y también se fueron duplicando las compras y el uso de las nuevas tecnologías en automóviles, teléfonos, lavadoras, refrigeradores, radios y hasta maquinas de coser.

Toda esta nueva forma de vida nutrió a los intelectuales destacando algunos como Octavio Paz, Juan Rulfo, Carlos Fuentes y Rufino Tamayo quien enfrento el muralismo.

Con estas nuevas formas de pensar de expresión y de consumo que se vivían en los años cincuentas y sesentas en México, así como la necesidad de comunicación entre emisor ¹ y receptor ² pienso que el surgimiento de la Imprenta Madero debió haber sido una de las principales conductoras de esas formas de pensar de expresar y de consumir, sin embargo esta se dedico más que nada al trabajo en el sentido cultural, no tanto publicitario, donde surgieron diseñadores gráficos, y en donde Vicente Rojo tuvo una gran colaboración en el diseño gráfico (*“el cual es una disciplina orientada hacia la resolución de problemas de comunicación visual que el hombre se plantea, estudiando el comportamiento de las formas, sus combinaciones, su asociación, sus posibilidades de funcionalidad y sus valores estéticos, para que sean captados en integridad”*)³ ,siendo este quien me refiero y quien en este trabajo será protagonista.

1. me refiero a emisor a toda persona que tenía la necesidad de comunicar ideales, valores y necesidades de consumo

2. me refiero a receptor a la población en general que tomaba en cuenta esos ideales, valores y necesidades de consumo para su vida diaria

3. definición de libro Diseño Universo de Conocimiento de la Doctora Luz del Carmen Vilchis, pag.35

1.2. La Imprenta Madero

* * *

La Imprenta Madero surgió en un ambiente donde se veía como poco a poco la modernización en la industria y en la forma de vida, así como las nuevas formas de pensar y vivir empezaban a entrar en los hogares de la ciudad de México.

Pues fue así que en la librería llamada Madero, se formó una pequeña imprenta la cual debió su nombre a la librería formada primero; al ser una imprenta que nació poco a poco y en una casa, empezó con una pequeña máquina, la cual se transformó en cuatro al cambiar de domicilio y al mismo tiempo de nuevas formas de pensar por la gente joven que comenzó a colaborar con esta.

Fue hasta el año de 1954 cuando Vicente Rojo uno de los principales exponentes y de quien más adelante tomaré algunos ejemplos para ver y entender las técnicas utilizadas en la imprenta, así como diseño enfocado a la parte cultural.

Ya la imprenta madero en los años sesentas se cambia de nuevo de domicilio, con un nuevo equipo de trabajadores.

La imprenta madero siempre estuvo experimentando y buscando la diversidad visual, hecho que se ve en las ediciones que cambiaban cada año para felicitar a sus amigos.

La imprenta Madero también creo las ediciones Multiarte que se dedicaba a las impresiones en serigrafía, esto ya en los años ochentas. También se encargaba de imprimir la revista de Octavio Paz llamada Vuelta.

* * *

“El diseño gráfico de la imprenta madero, fue caracterizado por la experimentación que se daba en los recursos disponibles en aquel tiempo, para así poder lograr una expresividad mayor.

Estas experimentaciones dieron lugar al uso de las técnicas como la utilización de grabados, viñetas, marcos, orlas, plecas y elementos tipográficos como el uso de los asteriscos, así también la utilización de la fotografía en alto contraste, los barridos de color, el uso de las obras de artistas famosos, y hasta troqueles o suajes y dobleces de papel, no sin dejar a un lado las pantallas ampliadas o de grano.”⁴

Al encontrarme que la imprenta madero fue exitosa por su experimentación e innovación de técnicas, es sorprendente ver los diseños que se lograban con pocos elementos pues al final de cuentas lo que sobresalió fue la fuerza con la que los hacían ver.

Otro punto importante pienso que es como en la Imprenta Madero, el diseño gráfico vio su desenvolvimiento principalmente en el área cultural, promoviendo justamente eso, la cultura del cine, danza, pintura, literatura, etc.

En este caso para mi investigación quiero decir que solo me enfocaré a algunas de las técnicas utilizadas en los diseños de la Imprenta Madero y más específicamente, diseños hechos por Vicente Rojo en los años 60, impresos en la Imprenta Madero, las cuales son el uso de ornamentos como la pleca, la viñeta, la orla, las imágenes en alto contraste y el enfoque cultural de los mismos.

4. CELORIO, Gonzálo; Vicente Rojo, Diseño Gráfico; CONACULTA, pág.24

1.3 Vicente Rojo

* * *

Ahora bien, es necesario hablar de Vicente Rojo, ya que como dije en un principio, su trabajo es el protagonista de mi investigación.

Vicente Rojo nació en 1932 en Cataluña y en 1949 Vicente Rojo llega a México, su actitud siempre artística se nota al empezar a estudiar cerámica y escultura, también estudió en la Esmeralda, sin embargo sale y conoce a Miguel Prieto, quien trabajaba en la revista “Romance” y lo hace su ayudante en las oficinas de ediciones del INBA.

Al morir Prieto, Vicente Rojo toma su puesto y es cuando empieza su influencia en la parte cultural, así como en el desarrollo del diseño gráfico.

Justamente a finales de los 50 y principios de los 60 en México, existía un periodismo descuidado, que vivía sometido a la cultura prietista, donde la crítica no existía; por parte de las artes gráficas su situación era mala y no se tenían las técnicas adecuadas para un trabajo con calidad, y en cuanto a el trabajo editorial, pasaba de largo ya que no había suficientes lectores interesados.”

Es donde Vicente Rojo entra preocupado por la manera de atraer lectores diciendo que “los ofrecimientos culturales empiezan por la educación visual”.⁵

Rojo buscando siempre darle importancia a cualquier trabajo ya fuera de cine como de danza haciendo lo mejor en cada uno de ellos, provocando como dijera Carlos Monsivais, “Le da al diseño gráfico en México la dimensión específica que es el principio de la profesionalización”.⁶

Vicente Rojo como dije no resta importancia a un trabajo en específico, esto se ve en como trata a las revistas y libros como merecedores de un trato estético.

5. CELORIO, Gonzálo; Vicente Rojo, Diseño Gráfico; CONACULTA, pág.9

6. CELORIO, Gonzálo; Vicente Rojo, Diseño Gráfico; CONACULTA, pág.10

* * *

Rojo colaboró en muchos proyectos culturales como en las Ediciones Era, en la Revista de la Universidad y difusión cultural de la UNAM.

Ahora bien él busca un orden técnico y artístico y con esto elimina la improvisación, por eso mismo no le gusta la repetición, también trata de darle a cualquier trabajo el interés y así mismo los pone en hechos espectaculares.

Vicente Rojo combina la técnica con la información visual en primer orden y creo que finalmente su principal preocupación es diversificar la cultura específicamente, ya que como mencione le da a cualquier evento la mayor importancia, haciendo de este evento el mejor siempre.

Vicente Rojo como mencioné antes, colaboró en la Imprenta Madero por más de 28 años, empezando con la asesoría de la selección de los tipos de letras, luego así comenzó con la experimentación para buscar mayores posibilidades expresivas en el diseño gráfico.

Ya estando en la Imprenta Madero también ya el offset aparece ayudando a tener una mayor calidad en los impresos.

Vicente Rojo colaboro con diversas publicaciones, carteles, revistas, libros, periódicos, y yo decidí analizar 2 de sus carteles, y por que? Siempre he creído que el cartel es una manifestación del diseño muy complicada, ya que para que funcione como tal, es necesario impactar rápidamente y al mismo tiempo dejar claro lo que se quiere decir, y si algo encuentro en los carteles de Vicente Rojo, es precisamente es eso, una facilidad para entenderlos y captar lo que nos dice y hablaré más de esto en el tercer capítulo, donde serán

* * *

analizados de acuerdo a las clasificaciones de la Doctora Vilchis en cuanto a los discursos géneros y códigos.

En el caso de la clasificación de la tipología de los discursos, el libro plantea 6 diferentes, que son: el discurso publicitario, propagandístico, educativo, plástico, ornamental y perverso.

En el caso de los géneros se dividen en editorial, paraeditorial, extraeditorial, informativo e indicativo, ornamental, narrativo lineal y narrativo no lineal.

Y finalmente los códigos se dividen en morfológico, tipográficos, cromáticos y fotográficos.

De esta clasificación, en la cual me basaré para el análisis de las imágenes seleccionadas, hablaré en el segundo capítulo que se refiere mas a la parte teórica de esta investigación, para así poder ubicar las imágenes seleccionadas dentro de las clasificaciones anteriores y así poder entenderlas mejor.

1.4 Contexto Visual de Vicente Rojo

* * *

Como vimos, Vicente Rojo es una personalidad la cual realizó diferentes trabajos y la cual es muy importante en nuestro Diseño Gráfico, por eso es necesario también hablar de una manera visual de su trabajo y por eso lo dividiré en 5 partes, cartel, revista, libro y periódico y suplementos.

CARTEL



Imagen 1



Imagen 4



Imágenes 1-2-3-4-5-6, del libro: CELORIO, Gonzálo; Vicente Rojo, Diseño Gráfico; CONACULTA

* * *

REVISTA

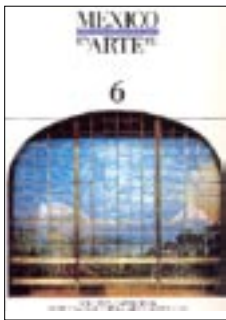
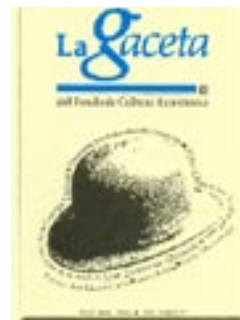


Imagen 7



LIBRO



Imagen 11



Imágenes 7-8-9-10-11-12-13-14 del libro: CELORIO, Gonzálo; Vicente Rojo, Diseño Gráfico; CONACULTA

* * *

PERIÓDICO



Imagen 15



Imagen 16

SUPLEMENTO



Imagen 17 □



Imágenes 15-16-17-18-19-20, del libro: CELORIO, Gonzálo; Vicente Rojo, Diseño Gráfico; CONACULTA

* * *

Como se puede ver estas imágenes representan claramente el trabajo de Vicente Rojo y nos da una información visual muy enriquecedora.

De estas imágenes seleccionaremos dos carteles que como dije ya se escogieron por ser a mi parecer claros y sin problema alguno de lectura y entendimiento y los cuales se realizaron en los años 60 y son los siguientes



Imagen 1



Imagen 2

Como se puede ver estos dos carteles son muy diferentes, con el fin de analizar los diferentes elementos en cada uno de ellos.

Ahora bien en el siguiente capítulo dedicado a la parte teórica de esta investigación hablaré y explicaré algunos de los elementos que forman parte de los carteles que se seleccionaron, dejando claro que esos conceptos no son la parte fundamental de mi investigación, solo son ayuda para poder hacer un análisis con bases.

*1 y *2 del libro: CELORIO, Gonzálo; Vicente Rojo, Diseño Gráfico; CONACULTA

CAPÍTULO 2

* * *

* Entendiendo el Diseño y algunos conceptos *



* * *

Como ya había mencionado anteriormente en el primer capítulo de esta investigación, este segundo capítulo tratará de explicar lo que es el diseño y su clasificación, basada en el libro de Diseño: Universo de conocimiento de la Doctora Luz del Carmen Vilchis, para poder ubicar las imágenes (que en este caso son todas carteles de los años 60 realizados por Vicente Rojo); por otro lado también se explicaran las técnicas que se usaban en la Imprenta Madero y por Vicente Rojo, las cuales determine que fueran las elegidas para trabajar en la investigación son: las imágenes en alto contraste, el uso de elementos ornamentales como el uso de plecas, orlas y viñetas que en este mismo capítulo explicaré también para seguir con el análisis de las imágenes seleccionadas y su enfoque cultural, y no podía faltar una breve explicación de lo que es el cartel, ya que todas las imágenes que se analizarán son carteles.

Cabe mencionar antes de empezar a dar explicaciones de los conceptos, que la teoría a continuación dada, es básica y no lleva un profundo análisis, ya que esta no será el motivo de mi investigación, el interés aquí son los carteles seleccionados y sus elementos que lo conforman, pero específicamente las técnicas del alto contraste en las imágenes y el uso de las plecas, orla y viñetas y como dije su enfoque cultural.

2.1 El diseño, sus discursos, sus géneros y códigos.

* * *

De acuerdo a la Doctora Vilchis, “el diseño gráfico *la disciplina proyectual orientada hacia la resolución de problemas de comunicación visual que el hombre se plantea en su continuo proceso de adaptación al medio y según sus necesidades físicas y espirituales. Esta disciplina se identifica con la acción humana de cambio consciente de la forma, es praxis, trascendente porque se origina en el propio agente y termina fuera de él: es poesis creativa porque agrega al ser algo que no existía- a ella responde por excelencia el arte- De esta manera el diseño grafico puede ser caracterizado como una forma específica de arte, como praxis poética y como tal responde a una función determinada que es la comunicación visual. Lo diseñado comprende el producto de la acción, cuya variedad abarca lo mismo sistemas de señalización, libros, revistas, periódicos, carteles, timbres postales, dibujo de animación, folletos, portadas, etc.”⁷*

A mi forma de ver el diseño si tiene que ver con todo esto que la doctora menciona pues el diseño grafico es una disciplina que busca la solución de problemas que atañen los constantes problemas de comunicación visual entre nosotros, ya que a diario es necesario estar en esas transmisiones de mensajes que se dan a conocer a los demás y que mejor que de forma visual, no solo para conocer un nuevo producto, sino también para hacer mas fácil la comprensión de mensajes que en un momento dado se necesita saber como las señales en un lugar determinado que nos ayudan a orientarnos y saber hacia donde vamos o queremos ir, así mismo creo que esta forma de definir el diseño como una poesis creativa es cierta ya que al estar trabajando en algún mensaje, el diseñador siempre trata de darle la mejor apariencia para hacer de el mensaje final algo no solamente funcional sino bello o estético, para que pueda ser agradable a los demás, y es en donde se transforma todo el problema en algo que solo el diseñador con su estilo, su personalidad y lo mucho o poco que

7. Definición del libro : VILCHIS, Luz del Carmen; Diseño Universo de Conocimiento, pag.35

* * *

ha experimentado alrededor del problema puede terminar de una manera en la que la solución final del problema de la comunicación visual se habrá transformado en un diseño que funcione como transmisor de lo que en un principio fue un problema de comunicación visual.

Después de haber dicho todo lo anterior me atrevo a dar una conclusión acerca de lo que para mí es el diseño gráfico de acuerdo también con lo mencionado anteriormente.

El diseño gráfico es una disciplina la cual trata de resolver problemas de comunicación visual, a través de conceptos como forma, color, tipográfico, fotográfico y teóricos así como sus aplicaciones y sus diferentes maneras de utilizarlos, para llevarnos a la conclusión de un mensaje visual funcional y estético que sea entendible para el público a quien va dirigido. El diseño gráfico es una disciplina la cual nos hace empaparnos cada día más de cualquier tema el cual necesite de un diseñador para transformar sus mensajes, y esto hace del diseño gráfico una actividad rica en conocimiento que cada día nos hace aprender algo nuevo y nos hace estar en contacto con mucho más áreas, tanto científicas, tecnológicas, artísticas, cualquiera que necesite del diseño que finalmente son todas, por eso creo que el diseño gráfico es una disciplina única que nos permite conocer, aprender y enseñar a los demás lo que muchos tratan de comunicar. En pocas palabras puedo decir que el diseño gráfico es un solucionador de problemas visuales a través del conocimiento.

También aparte de saber que es el diseño gráfico, es necesario saber su clasificación en cuanto a sus géneros y discursos que determinan los diferentes productos de diseño; en este

* * *



Imagen 21



Imagen 22

caso es necesario para poder entender en donde se encuentran las imágenes que en el tercer capítulo de esta investigación analizaré de acuerdo a los códigos morfológico, tipográfico y cromático que cada una de las imágenes tienen, por esto a continuación hablaré de estas clasificaciones que también están basadas en la Doctora Vilchis.

Discursos. *“Es la unidad máxima de determinantes del texto visual, está condicionada por los fines a los que es destinada, su forma de proceder comprende un modo de construir y organizar los mensajes. Los discursos visuales son sistemas de comunicación que muestra a sus emisores, mensajes y receptores específicos, que no encuentran la eficacia más que en ellos mismos.”*⁸

*Discurso Publicitario- se refiere a lo mercantil y publicitario y objetos de promoción.

*Emisor interno. Empresas, marcas, usuarios simulados y pseudo líderes de opinión.

*Receptor. Los grupos específicos como adultos, niños, mujeres, adolescentes, hombres, amas de casa, clase alta, media, baja, etc

*Contenido del mensaje. Se refiere a lo que tiene que ver con los valores que se les adjudican a los objetos, prestigio, calidad, comodidad.

*Recursos retóricos. Seducción, persuasión y convencimiento.

Ejemplos: veáanse imágenes 21 y 22

*Discurso Propagandístico- se refiere a la imagen diseñada y el pensamiento político, busca la persuasión y promoción de ideas.

*Emisor interno. Líderes de organizaciones políticas, sindicatos, grupos marginados.

8. definición del libro : VILCHIS, Luz del Carmen; Diseño Universo de Conocimiento . pag.45
Imágenes 21 y 22, ver índice de imágenes.

* * *



Imagen23 □

*Receptor. Grupos definidos como niños, madres, ancianos, pareja, familia, jóvenes, mujeres, trabajadores.

*Contenido del mensaje. Valores del combate político(voto, democracia, libertad, etc)

Problemas de población, económicos.

*Recursos retóricos. Implicación-invita a participar,

Denuncia-muestra lo verdadero de un conflicto.

Oposición-elección entre dos situaciones.

Exaltación-son dos la glorificación de sucesos o la memoria nostálgica.

Ejemplos: veáanse imágenes 23 y 24

*Discurso Educativo-se refiere a la comunicación didáctica, enseñanza escolarizada y no escolarizada, como la familia, calle, impresos, audiovisuales, etc.

*Emisor interno. Docentes, capacitados, informadores, líderes de opinión

*Receptor. Cualquier agente que participa en el proceso de enseñanza-aprendizaje

*Contenido del mensaje. Programas de estudio, información simbólica (como señales) y de contenido(editorial)

*Recursos retóricos. Formación-enseñanza sistematizada que busca repuesta y cambio de conducta, De la información-entera da a conocer sin esperar cambio de conducta en el receptor.

Ejemplos: veáanse imágenes 25 y 26

Imágenes 23, 24, 25 y 26, ver índice de imágenes.

* * *



I□

*Discurso Plástico-imagen, estética y pensamiento lúdico; las artes visuales y en la gráfica

*Emisores internos. Diseñadores o signos

*Receptores. Personas que tengan conocimiento de la comunicación gráfica

*Contenido del mensaje. Valores estéticos

*Recursos estéticos. Estética y lúdica-invitan a la contemplación

Ejemplo: veáanse imágenes 27 y 28

*Discurso Ornamental- se refiere a las artes decorativas y ornatos

*Emisores internos. Diseñadores o signos

*Receptores.No definidos

*Contenido del mensaje.Valores estéticos y Lúdicos- invitan a contemplación y comercialización del diseño

Ejemplos: veáanse imágenes 29 y 30

*Discurso Perverso- se refiere a la comunicación que daña en todos los sentidos al receptor, entre ellos se encuentran: la comunicación amarillista, violenta,aberrante,morbosa,escatológica,pornográfica.

Ejemplos: veáanse imágenes 31 y 32 (página siguiente)

*Discurso Híbrido-resultan de la unión de dos discursos diferentes y son confusos y se fragmenta el mensaje del resultado.

Ejemplos: veáanse imágenes 33 y 34 (página siguiente)

Imágenes 27, 28 29 y 30, ver índice de imágenes.

* * *



Imagen 31 □

Esta clasificación de los discursos de la Doctora Vilchis, nos muestra las diferentes vertientes hacia donde se enfoca la comunicación gráfica y nos ayuda a entender un poco más lo que en un momento dado necesitamos decir y necesitamos resolver como mensaje visual, así mismo nos muestra como en el trabajo del diseñador es necesario el saber identificar en que discurso se esta trabajando en cada problema que se nos presenta.

Quisiera decir también que los objetos de diseño pueden tener 2 o más discursos, ya que así como puede ser plástico, puede también tener una función educativa y lo menciono por que creo que en las imágenes que analizaré en el tercer capítulo de mi investigación algunas de estas creo yo tienen 2 discursos simultaneamente.

Ahora a continuación para también tener una identificación más específica hablaremos de lo que son los géneros y su clasificación para determinar en donde se encuentran las imágenes que analizaré en el tercer capítulo.

Géneros. *“Los géneros se dividen de acuerdo a sus características sus condiciones de configuración, producción y reproducción, permitiéndonos una clasificación que hace más clara la identificación de los objetos de diseño y comunicación gráfica”.* ⁹ y al igual que los discursos esta basada en la Doctora Vilchis.

A continuación mencionaré cada uno de los géneros, para entenderlos mejor y ver algunos ejemplos.

Imágenes 31, 32, 33 y 34, ver índice de imágenes.

9. Definición del libro : VILCHIS, Luz del Carmen; Diseño Universo de Conocimiento. pag.45

* * *



Imagen 35 □

*Editorial

Diseños que dan una información superficial o profunda y son los más cercanos al receptor y se basan en el texto.

Ejemplos: Libro, periódico, revista, folleto, catálogo

(Véanse imágenes 35 y 36)

*Paraeditorial

Ejemplos: Diseños con información específica y breve, que se puede acompañar de imagen

Volantes, etiquetas, calendario, timbres postales, portadas, empaques, promocionales

(Véanse imágenes 37 y 38)

*Extraeditorial

Se enfocan en un tema específico y se determina según la imagen

Ejemplos: Cartel, espectacular, anuncio mural, escenografía

(Véanse imágenes 39 y 40, página siguiente)

*Informativo e indicativo

Es el diseño que nos ayuda a informarnos a través de la imagen simbólica.

Ejemplos: Identidad corporativa, señalización, museografía, arqueografía

(Véanse imágenes 41 y 42, página siguiente)

Imágenes 35, 36, 37 y 38, ver índice de imágenes.

* * *

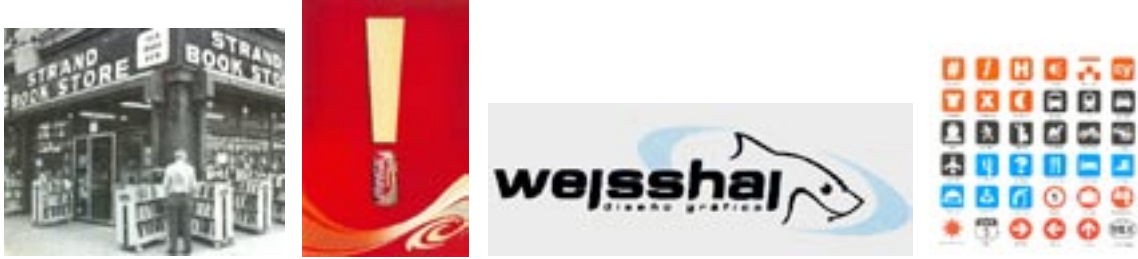


Imagen 39 □

***Ornamental**

Impresos en soportes varios como el papel, tela, por lo regular son repetitivos en sus formas

Ejemplos: Papeles y objetos decorativos, papel de envoltura, objetos promocionales y para fiesta.

(Veánse imágenes 43 y 44, página siguiente)

***Narrativo lineal**

Se basa en el dibujo para su interpretación y el texto puede o no acompañarlo

Ejemplos: Ilustración, historieta, dibujo animado, viñeta, fotonovela, diaporama.

(Veánse imágenes 45 y 46, página siguiente)

***Narrativo no lineal**

Para su interpretación se basa en el dibujo y texto pero en forma electrónica, provocando la interactividad

Ejemplos: Gráficos multimedia, presentaciones, paginas electrónicas

(Veánse imágenes 47 y 48, página siguiente)

Imágenes 39, 40, 41 y 42, ver índice de imágenes.

* * *



Ima□

Al entender más lo que son los discursos y los géneros podemos ver que cualquier género siempre estará dentro de un discurso no importando la combinación entre ellos, ya que a mi punto de vista, una presentación multimedia podrá estar dentro del discurso educativo siempre y cuando su mensaje vaya enfocado un aprendizaje de cualquier tipo; así mismo un volante hecho de manera artística y por algún diseñador reconocido por ejemplo, puede tal vez meterse dentro del discurso plástico, por que se convertiría en un volante que por el simple hecho de estar hecho por alguien con reconocimiento y con trayectoria puede llevarnos a la contemplación del mismo, para entender su conformación y su forma de estructurarlo, como en el caso de las imágenes que analizaré en el tercer capítulo, que por el solo hecho de haberlos hecho Vicente Rojo me llevan a la contemplación no importando si quiere dar un discurso educativo, ornamental o propagandístico; sin embargo eso lo explicaré como dije en el tercer capítulo dedicado al análisis de las imágenes seleccionadas.

Finalmente también es necesario que hable de los códigos cromáticos, tipográficos, formales y fotográficos, ya que estos códigos servirán al igual que los discursos y géneros para analizar las imágenes en el tercer capítulo de esta investigación.

Códigos. Estos códigos son aquellos elementos por los que cualquier objeto de diseño esta estructurado, son los que de acuerdo a su combinación nos darán el mensaje que se requiere, así mismo estos elementos se modifican de acuerdo a los demás, es decir si uno se modifica los demás también harán que la estructuración sea diferente y que se modifique en su totalidad, y a continuación los explico, también basandome en la Doctora Vilchis.

Imágenes 43, 44 y 45, ver índice de imágenes.

* * *

* Código Morfológico

* Se refiere a la forma ya sea orgánica, geométrica, regular, irregular, icónica o figurativa.

*Ejemplos de:

Abstractas-plecas, planos, contornos.

Figurativas- dibujo. Ilustración, viñeta.

*Código Cromático

*Se refiere al color.

*Ejemplos de:

Intensidad, legibilidad, contraste, armonía, fríos, cálidos, etc.

*Código Tipográfico

*Se refiere a el texto y por la elección de sus características en cada caso.

*Ejemplos de:

Negritas, cursiva, blanco y negro, con contorno, dirección específica, estilizadas, etc

*Código Fotográfico

*Se refiere a las imágenes fotográficas y sus características en cada caso.

*Ejemplos de:

Depende del encuadre, definición, tomas, el tramado.

* * *

Cabe mencionar que en el caso de los códigos tipográfico y fotográfico se tornan mas complicados ya que estos pueden utilizarse de las siguientes formas.

Tipográfico, de forma caligráfica que representa la escritura manual;

-legible, el texto es perfecto en su lectura;

-formal, el texto es la idea total;

-simbólica, que se asocia a un significado como los logotipos;

-ornamental, que utiliza el texto como un elemento decorativo.

Fotográfico, la imagen funge como núcleo, es el elemento principal en el diseño;

- testigo, testimonio para la memoria, nos ayuda a recordar;

- documento, nos muestra los acontecimientos;

-emoción, trata de exaltar nuestros sentimientos;

-narración, relaciona las ideas entre texto e imagen;

-símbolo, que ya tiene un significado propio;

- anclaje, pretende fijar el mensaje con la reiteración de lo dicho en el texto;

-soporte, apoya una idea y lo hace repetitivo;

-ornamento, su función es decorativa en el objeto de diseño;

-texto, como reiteración del mismo texto.

Como ya vimos los códigos de la comunicación gráfica, son los elementos que hacen que el objeto de diseño sea posible, ya que en estos códigos se encuentran los elementos que serán necesarios para la formación del mensaje visual y de acuerdo a el discurso y género en el

* * *

que se encuentre, también serán los elementos que se conjunten para hacer de la solución del problema de comunicación un objeto de diseño, coherente, funcional y estético.

Como conclusión de todo esto que anteriormente acabo de explicar, digo que el diseño gráfico es una disciplina la cual trata de resolver problemas de comunicación visual, a través de elementos que se encuentran en los códigos de comunicación gráfica como el morfológico, tipográfico, cromático y fotográfico, no sin antes saber para que y hacia quien va dirigido este mensaje que finalizará en un objeto de diseño que estará ubicado en un género de diseño como el editorial, informativo, narrativo no lineal, etc que a su vez pertenece a un discurso ya sea plástico, educativo o cualquiera que sea, dando como resultado un diseño el cual estará en el lugar correcto ya que tendremos bien definido el camino que deberá llevar su realización gracias a que podremos identificar su discurso y a su vez su género de comunicación.

Como ya hablé de los códigos de la comunicación gráfica y vimos que tienen que ver con el color, la forma, la tipografía y al fotografía creo necesario explicar un poco más de cada uno de estos conceptos, ya que en el tercer capítulo serán utilizados y es mejor saber de una vez a que me refiero, por lo tanto en el siguiente punto de este capítulo daré una explicación breve pero con lo necesario para entender un poco más estos conceptos básicos de los códigos de comunicación.

2.2 ¿Qué es el la forma, el color, la tipografía y la fotografía?

* * *



Imagen 46

Como en el punto anterior hablamos de lo que son los códigos de comunicación gráfica, es necesario entender un poco mejor estos conceptos, y por esto mismo a continuación hablaré de ellos de una manera simple y concreta, para tenerlos presentes en el análisis del tercer capítulo.

Forma. Recordando la explicación de los códigos, la forma esta dentro del código morfológico, donde se menciona que tiene que ver con todo lo que es la forma en cualquiera de sus maneras de representarse, pues bien la forma es según Wucius Wong “*cualquier entidad visual que comprenda todos los elementos visuales de la figura que son tamaño, color y textura*”.¹⁰ ahora bien creo que lo que dice Wong es en cierta medida cierto pues a continuación pondré unos ejemplos de formas las cuales tendrán los elementos visuales a los que se refiere, sin embargo pienso que la textura no necesariamente aparecerá en todas las formas a menos que lo plano se tome como una manera de representar una textura sólida, lisa y sin complicación alguna.

Como vemos en los ejemplos (veáse imagen 46) todas estas formas cuentan con lo que según Wong debe tener una forma que es la textura, tamaño y color, sin embargo también en la última figura como dije su textura podría ser nula, a menos que lo plano y liso se cuente como una textura de solidez, entonces lo que Wong dice sería cierto sino de lo contrario ya que podría afirmar que no todas las formas cuentan con los tres elementos visuales a los que se refiere.

Seguiré con los elementos de los códigos de comunicación gráfica, primeramente del color.

10. WONG, Wucius; Fundamentos del diseño; G.G. pág. 346
Imagen 46, ver índice de imágenes.

* * *



Imagen 47

Color. *“El color es simple y sencillamente la luz reflejada y percibida por nuestro ojo en cualquier forma que tenemos a nuestro alrededor, sin embargo por las características propias de los objetos reflejados estos colores cambian”*.¹¹, por otro lado hablar del color, es un poco más complicado ya que el color es un elemento visual que es muy sugestivo de acuerdo a las diferentes características que este tenga según sus tres cualidades que son el tono o matiz el cual se refiere al color en sí, la saturación que tiene que ver con el porcentaje del color y finalmente el brillo que es cuando el color se acerca más al blanco o al negro, haciéndose más claro o más oscuro, a veán se los ejemplos (imagen 47).

En estos ejemplos trato de hacer visual lo que dije anteriormente acerca de las características del color, como se puede ver el primer círculo nos muestra lo que es el color puro, tal cual es refiriéndonos a lo que es el tono, en segundo lugar se encuentran tres círculos los cuales nos muestran los diferentes porcentajes a los que se encuentra el mismo color el primero es del 100%, el segundo del 50% y el tercero del 20%, mostrando su diferentes saturación y finalmente nos referimos a lo que es la brillantes del color donde se puede observar en el primero su cercanía al color negro, luego se encuentra el color tal cual es y finalmente el color dirigiéndose al color blanco, demostrando las tres cualidades del color.

A continuación seguiré con la tipografía, para terminar con la fotografía.

Tipografía. Se refiere a las letras que dan forma al mensaje escrito en un diseño, formando palabras, enunciados o párrafos; Estas letras o tipografía, al igual que los demás elementos

11. WONG, Wucius, Fundamentos del diseño; G.G. Pág.345
Imagen 47, ver índice de imágenes.

* * *

Romanas Palo Seco GÓTICAS

Imagen 48

tiene sus características propias que hacen de ella un elemento importante en un diseño, y esta puede dar por sí sola el mensaje que se quiere o ayuda a reforzar la idea que se trata de comunicar junto con los demás elementos. La tipografía se puede utilizar de distintas maneras como de forma cursiva, negrita, subrayada, a color, con contorno, como podemos imaginarla siempre tratando de comunicar algo en el mensaje visual. Así mismo en la tipografía existen tantas que se pueden agrupar también en familias de acuerdo a sus características, en mi opinión las principales son: las Romanas, las Palo seco, Las Góticas, que podemos ver en el ejemplo. (véase imagen 48)

Como podemos ver en los ejemplos solo es una muestra de algunas tipografías, sin embargo cabe mencionar que existen muchísimas variaciones de cada una de ellas, así como la variada gama de tipografías que existen.

También como se ve las tipografías simplemente por su forma nos dan significados diferentes y si están junto con otros elementos, será más el significado que se logre de acuerdo al conjunto de elementos en un diseño.

Fotografía. Es una profesión la cual es capaz de captar imágenes mecánicamente, con cualquier fin desde personal, noticioso, hasta de comunicación más específicamente dirigida al diseño gráfico; la fotografía se basa mucho en la creatividad, ángulos, contornos, texturas y escalas, este medio de captación de imágenes, es rico en sus posibilidades expresivas, ya que un mismo objeto puede ser fotografiado de distinta manera según el contexto y mensaje que se quiera dar y esto se logra a través de elementos como la luz, el encuadre, el ángulo

Imagen 48, ver índice de imágenes.

* * *



Imagen 49

desde el cual se tome de esos elementos los cuales ya había mencionado al hablar del código fotográfico en el punto 2.1 de este capítulo.

Veáse el ejemplo (imagen 49) de fotografía que muestra una misma imagen pero tomada con diferentes tipos de luz, y veamos como es que cambia.

Finalmente quiero decir que todos estos elementos de los cuales hablé anteriormente, son necesarios para la elaboración de un diseño y de una comunicación gráfica y tal vez en algunos casos no se usen todos, pero siempre tendrá que haber por lo menos uno que nos permita leer el mensaje que se quiere dar a los demás a través del diseño.

Un punto importante es estos elementos se complementan y se transforman según se cambien, pues el color puede afectar la forma cambiando radicalmente el significado, así como, la tipografía puede cambiar su significado también si se acomoda de cierta manera y todavía se le agregue un color específico que hará que el mensaje cambie totalmente, por eso digo que estos elementos de comunicación para el diseño, se modifican de acuerdo los unos de los otros, pero tratando siempre de dar el mensaje que se necesita en cada caso de diseño.

Ahora diré que en el siguiente punto de este capítulo hablaré de lo que es el cartel ya que las imágenes que seleccione son precisamente carteles, y es necesario hablar de que es un cartel si es que son estos los que analizaré en el tercer capítulo.

Imagen 49, ver índice de imágenes.

2.3 El cartel

* * *

Este capítulo habla de lo que es el cartel, ya que las imágenes que analizaré en el tercer capítulo son precisamente carteles.

El cartel es según el libro Dibujando carteles de Ivan Tubau, “*un medio de comunicación de masas, ya sea homogénea o heterogénea*”.¹²

El cartel a mi punto de vista si es un medio de comunicación de masas ya que el cartel es un soporte que trata de dar un mensaje claro y directo a los demás y es necesario entonces un diseño que utiliza los elementos de los códigos explicados en el punto anterior del capítulo, así como saber en que discurso se encuentra, pero lo más importante del cartel creo que es que debe tener un diseño simple e impactante, ya que el cartel se utiliza para llamar la atención de mucha gente ya sea con fines educativos, propagandísticos, artísticos o como sea, tratando de tener una respuesta en el espectador, como la conciencia en un tema, la adquisición de productos, adaptación de nuevas ideas, etc, finalmente el cartel es un arma de comunicación y de difusión de mensajes cualquiera que este sea.

El cartel en estos días de comunicación visual en donde todo esta repleto de imágenes, pienso que es un elemento difícil de manejar ya que la gente ya no pone atención en todo lo que ve, pues se encuentra saturado de imágenes a su alrededor, por eso el cartel debe ser claro y preciso en el mensaje.

Existen diferentes carteles como existen discursos de comunicación gráfica ya que el cartel puede abarcar cualquier discurso que se le presente, para mí el cartel no tiene limitaciones

12. TUBAU, Iván, Dibujando carteles.

* * *



Imagen 50



Imagen 51

en cuanto a los mensajes.

El cartel como cualquier objeto de diseño, esta estructurado a través de los elementos de los códigos (veán se imágenes 50 y 51) que se mencionaron en el punto 2.1 que se refiere a la forma, color, tipografía y fotografía de este capítulo, ya que estos elementos dan significado al mensaje a través de sus distintas características y maneras de utilizarse, y como dije antes transforman el significado como cambian entre ellos.

Finalmente como ya vimos el cartel como objeto de diseño es también un objeto de comunicación y esta formado por los elementos de los códigos de comunicación gráfica que ya mencioné; pues en los carteles seleccionados para ser analizados en el tercer capítulo son los que tienen que ver con el alto contraste y con viñetas, orlas y plecas por eso mismo a continuación hablaré de estos conceptos empezando por el alto contraste en las imágenes.

Imágenes 50 y 51, ver índice de imágenes.

2.4 Alto contraste

* * *



Imagen 52



Imagen 53

Al hablar de las técnicas usadas por la Imprenta Madero en carteles de Vicente Rojo, yo seleccioné dos y una de ellas es el alto contraste en las imágenes por esto es necesario saber que y como se forma un alto contraste y es de lo que hablaré a continuación.

El alto contraste en las imágenes es una técnica de reproducción de tonos continuos simplemente en blanco y negro y se les llama reproducciones o conversiones a línea.

Para poder hacer este efecto en la imagen es necesario fotografiar la ilustración o fotografía original sin trama “(la trama es de acuerdo al libro de *Comunicación Gráfica*, vidrio o película cuadrículados utilizados en las cámaras que fotografían las imágenes para descomponer el original de tono continuo en puntos desde el blanco al negro pasando por la escala de grises)”¹³ en la cámara, provocando que los medios tonos de la ilustración o fotografía se pierdan y da un resultado de alto contraste en la imagen, esto quiere decir que la imagen esta formada por plastas negras que hacen de ella una imagen que va de extremo a extremo del blanco al negro sin pasar por grises, o sea que no dan tonos intermedios, esto hace ver el resultado de la imagen de una manera artística y a mi punto de vista le da un toque dramático a la misma.

Las imágenes en alto contraste fueron utilizadas en la Imprenta Madero, y por los diseñadores que trabajaban en esta como Vicente Rojo, del cual analizaré dos de sus carteles con esta técnica que empezó gracias a la experimentación que se dio en la Imprenta Madero, por la gente nueva y joven que comenzó a trabajar ahí en los años 50 y 60.(veáanse imágenes 52 y 53)

13. TRUNBULL, Arthur, *Comunicación Gráfica*, Ed. Trillas, Pág.431

2.5 Plecas, viñetas y orlas

* * *



Imagen 54



Imagen 55

Otro de los elementos que utilizaban en la Imprenta

Madero, y así mismo por Vicente Rojo, fue el uso de plecas, viñetas y orlas, por lo mismo a continuación explicaré que se refiere con cada uno de estos conceptos.

Pleca. O también llamado filete son líneas rectas ya sea vertical, horizontal o diagonal que se hacían de latón o metal para imprimirlas en varios grosores y estilos, por lo regular se utiliza para separar las columnas de los periódicos, para los finales de capítulos o simplemente para guiar al lector.

También se pueden colocar debajo, a un lado o arriba de las palabras para hacerlas destacar; también se pueden usar en grupos acomodados a diferentes distancias lo que provoca diferentes efectos visuales, con gradación de grosores por ejemplo.

También un uso muy frecuente es el uso de ellas para enmarcar palabras enfatizando la palabra que se quiera, de la manera en que se utilicen de color, gruesos, delgados, hacen que la tipografía se embellezca siempre y cuando no se abuse de ellas.

Como quiera que se utilicen siempre serán un elemento ornamental que servirá para realzar la tipografía, y por que no el diseño en general.

Como ejemplos, veáanse imágenes 54 y 55.

Imágenes 54 y 55, ver índice de imágenes.

* * *



Imagen 56

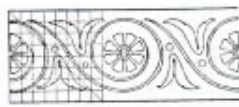


Imagen 57



Como vemos en el primer ejemplo, la plecra o filete se utiliza como adorno y como separación de texto, así mismo la línea rojo es una plecra que forma un marco en la imagen.

En el segundo ejemplo vemos un uso de la plecra mas decorativo en cuestión de imagen gráfica, y si vemos también se nota como son 3 líneas con diferentes grosores y así como estos ejemplos, existen más en donde se demuestra como e puede jugar con estos elementos, para formar usos agradables en la imagen.

Orlas. Es una derivación o nace de las plecra o filetes ya que estas son de manera natural más ornamentales y por lo regular están inspiradas en los estilos de cada época y estas son figuras que se repiten hasta formando un dibujo lineal.

Estas se usan por lo regular en la cabecera y pie de página, como para separar temas o simplemente como marco en una hoja

Las orlas al igual que las plecra también tienen sus estilos y se han utilizado durante muchos años como por ejemplo los muy gruesos son de la tipografía vanguardista, los ornamentados son mas victorianos, el grueso y dibujado refleja el estilo del movimiento Arts and Crafts, en el Art Deco se usaban mas geométricos contrastantes, y en el modernismo se usarían de forma en que se retorcerían alrededor del texto. Para entenderlas mejor veáanse los ejemplos 56 y 57.

Estos ejemplos de orlas son muy claros, ya que de acuerdo a la explicación son formas que

Imágenes 56 y 57, ver índice de imágenes.

* * *



Imagen 58



Imagen 59

repite hasta terminar un dibujo lineal y en el primer ejemplo eso es claro, y en el segundo vemos como también se pueden utilizar como marcos en las hojas.

Viñeta. Es un adorno como la pleca y la orla, pero esta se utiliza de adorno en el principio y fin de los libros y capítulos, así también se puede utilizar para los contornos de las páginas. Por lo regular las viñetas constan de un dibujo más elaborado que finalmente como los anteriores, sirven de elemento ornamental en el diseño, sobre todo en el editorial.

Al igual que en las plecas y orlas, podemos ver unos ejemplos en las imágenes 58 y 59, estos ejemplos nos muestran lo que dijimos anteriormente acerca de la viñeta y estos pueden utilizarse si también al margen de las páginas en forma de repetición como en el caso de las orlas.

Como vimos, la pleca, orla y viñeta son elementos ornamentales en la elaboración de un diseño, y al igual que las imágenes en alto contraste, fueron elementos utilizados en la Imprenta Madero y propiamente por Vicente Rojo, el cual estuvo siempre en la búsqueda de nuevos elementos para hacer del diseño algo nuevo, no cayendo en la monotonía.

Por último en este capítulo quiero decir, que todo lo visto anteriormente es solo un poco de teoría en base a lo que voy a analizar en el tercer capítulo de esta investigación, por lo tanto era necesario entender más los conceptos mencionados, primeramente para ubicar las

Imágenes 58 y 59, ver índice de imágenes.

* * *

imágenes en un discurso y un género específico y luego para poder entender un poco más como estas imágenes que son carteles, están compuestas y por que están estructurados de la manera en que están, a base de los códigos que menciona la Doctora Vilchis y de los cuales también hablé en el capítulo.

Sabiendo la teoría estudiada anteriormente será más fácil comprender un poco más lo que analizaré.

CAPÍTULO 3

* * *
* Ubicación y Análisis *

* * *

Como ya había mencionado antes, este capítulo como lo dice el título, analizará las imágenes seleccionadas que son carteles de Vicente Rojo, con uso de imágenes en alto contraste y de plecas, viñetas y orlas, impresos dentro de la Imprenta Madero.

Este análisis consistirá en ubicar primeramente los carteles en los discursos y géneros, para finalmente analizar sus elementos que componen los códigos morfológico, tipográfico, cromático y fotográfico.

Como los carteles que escogí, tienen sus semejanzas, decidí hacer dos análisis, el primero que tiene que ver con los carteles que utilizan las plecas, orlas y viñetas y el segundo los que tienen el uso de la imagen en alto contraste.

3.1 Ubicación de discurso y género

* * *



Imagen 1



Imagen 2

Como podemos ver estos dos carteles son muy semejantes empezando desde el concepto que lo que esta divulgando es el cine y la música, ambas formas artísticas que como dije en el primer capítulo fue parte importante del diseño que se manejó en la Imprenta Madero y prueba son estos carteles que Vicente Rojo realizó en los años 1961 y 62, pues lo que se buscaba era precisamente eso, divulgar la cultura y hacer que todos se interesaran en ella, y como se podía hacer, pues desde un diseño que pudiera ser directo y entendible fácilmente, como a mi manera de ver lo es.

Ahora bien, es necesario hablar de estos carteles y su ubicación dentro de un discurso y un género basados en la Doctora Vilchis, y pienso que no es fácil, pues a mi forma de ver, estos carteles tienen no solo un discurso, y a continuación diré por que.

Primeramente creo que su fin principal de estos dos carteles es el de una divulgación de la cultura como dije antes y por eso mismo tengo que meterlos dentro del discurso publicitario, pues como dice la Doctora Vilchis, “*el negocio del entretenimiento, también son actividades consideradas como mercancía*”.¹⁴ y la cultura es eso, entretenimiento para todos.

En segundo lugar a mi forma de ver y entender los discursos, también puedo encajarlos dentro de lo que es el discurso educativo, ya que esta divulgación cultural a través de carteles en este caso, lo que trata es de acercar a la gente a la cultura, al arte, llevándolos finalmente a un aprendizaje cultural y en el caso de la gente que ya tenía ese acercamiento con el cine y con la pintura, todavía es mayor el aprendizaje, pues en el cine podrían entender mejor lo que tal vez ya supieran como los encuadres, los planos, etc, viendo claramente lo que han aprendido y por esto es que digo que puede estar dentro del discurso educativo también.

14. Definición del libro: VILCHIS, Luz del Carmen, Diseño Universo de Conocimiento, pág.46

* * *

Ya en otro plano y viéndolo desde otros tiempos que me refiero ahora, los puedo colocar dentro de lo que es un discurso plástico, por que?, pues sencillamente como dice la Doctora Vilchis “*en el caso de los carteles hechos para el Campeonato Mundial de Futbol en España en 1982, que simplemente por haber sido hechos por artistas visuales, se convirtieron en un objeto de contemplación total*”¹⁵, y creo que en estos tiempos esos carteles se vuelven eso, objetos de contemplación por haber sido realizados por Vicente Rojo que ahora sabemos es uno de los principales diseñadores gráficos que con su manera de decir lo que tenía que decir claramente y dándole esa interpretación exacta, ahora nosotros podemos ver estos carteles con el simple hecho de analizarlos como ahora lo hago yo.

Tal vez en esos años no hubiera podido colocarlo en este discurso, por que tal vez no hubiera tenido todavía el reconocimiento que hasta hora hacemos, pero en este momento yo lo pongo dentro de este discurso.

Para terminar con el asunto de los discursos quiero decir entonces que si estos carteles los englobo en tres discursos, entonces es necesario decir que podrían estar dentro del discurso híbrido, por que este discurso maneja la unión de dos en un solo objeto de diseño, por ser confusos, con seguridad no lo sé, pero cabe la posibilidad, si el discurso híbrido solo se refiere a la unión de dos discursos o más como en este caso, , si el discurso híbrido se refiere a la unión de discursos con una mala interpretación de estos mensajes, no creo que pueda poner estos carteles en este discurso, ya que los carteles son claros en cuanto al mensaje que dan, que es precisamente la divulgación de eventos culturales.

15.VILCHIS, Luz del Carmen, Diseño Universo de Conocimiento, pág.50

* * *

Una vez hablado de los discursos en los que a mi parecer estén colocados los 2 carteles que seleccioné, es necesario también decir en que género se encuentran.

Esta ubicación no es tan compleja, pues basándonos en lo que dice la Doctora Vilchis, estos carteles están dentro del género extraeditorial, donde tienen como principio un tema determinado que como vemos en los carteles es el cine y como ya había dicho la divulgación de la cultura, este género comprende texto e imagen o cualquiera de los dos, según la Doctora Vilchis están condicionados por la imagen y esto los hace efímeros o sea que son pasajeros y de corta duración, tal vez por que lo que están comunicando tendrá una fecha límite de exhibición como en el caso de estos carteles de cine que solo serán utilizados para dar a conocer esos eventos y nada más.

Sin embargo creo que estos carteles a pesar de que son efímeros en cuanto a lo que están exhibiendo, pero puede ser que en el sentido de no volverlos a ver no lo sean, ya que por haber sido realizados por Vicente Rojo, todavía podemos verlos, aunque sea en un libro pero siguen presentes.

Ya ubicados los carteles en discurso y género, no me queda más que analizar un poco lo que tiene que ver con la estructura de acuerdo a los elementos utilizados y que de alguna forma perteneces a los códigos de los cuales hablé en el segundo capítulo.

3.2. Análisis

* * *

Este análisis quiero hacerlo de manera simultánea para ver algunas semejanzas que así como en sus discursos los hay, también en la estructura de su diseño se encuentran algunos.(ver imágenes 1 y 2, página siguiente)

Análisis morfológico.

Primeramente en cuanto a su forma creo que es muy notoria su similitud en cuanto a la estructura manejada que en este caso es rectangular ya sea vertical u horizontal, pero el acomodo de todos los elementos nos hacen ver un diseño englobado en una forma rectangular, que hace verlos en conjunto, ya que sus elementos muestran esa unión haciéndolos ver como parte del mismo diseño.

Aunque las formas como tal no se encuentran los carteles, el de Buñuel, por ejemplo, nos hace referencia a una forma rectangular, ya que gracias al acomodo de los elementos se logra formar una figura rectangular viendo en conjunto el cartel, así mismo en el del Ciclo de Cómicos, maneja el uso de las plecas y orlas (de las cuales hablamos en el segundo capítulo/, y como se puede ver, en este cartel estos elementos decorativos tienen una función muy específica que es la de separar el título de la película del Director de la misma, y así mismo separar cada una de ellas. Las plecas o filetes, que son las líneas rectas, son las que separan el nombre de director de la película de este, y las orlas que son las más elaboradas, son las que separan cada película con su director de la que sigue.

En este cartel las formas son estas, haciéndolas de manera constante, y coherente, estas

* * *



Imagen 60

formas en las plecas y orlas también hacen del uso de las mismas algo útil que tiene su función y como ya dije es la de separar para no confundir las películas y tener una lectura corrida que podría ser confusa, por eso me atrevo a poner el mismo cartel pero sin el uso de estas formas a continuación. (imagen 60)

Como vemos en este ejemplo del mismo cartel sin el uso de las plecas y orlas, hace ver el diseño confuso y con mucha información, que se confunde por estar toda junta, sin espacios y sin esas formas que simples, hacen un buen trabajo delimitando cada línea de texto como en el cartel original.

Sin embargo cabe mencionar que el uso de la tipografía le da esa forma que también se puede apreciar sin el uso de las plecas y orlas.

Análisis cromático.

Ahora bien, otra similitud que encuentro en estos carteles, es el uso del color, ya que ambos solo manejan dos tintas el negro y el rojo, colores contrastantes y al mismo tiempo impactantes, aunque en el cartel de Ciclo de cómicos se usan de manera de barrido o *degradado*.¹⁶, y en el segundo cartel el de Buñuel, solo los colores se utilizan en plasta.

El uso de dos colores en estos carteles imagino que no solo tiene que ver con el diseño, sino también con la manera en que en esos años se tenían que hacer las cosas, ya que por la falta de maquinaria tal vez no podían recurrir a más, sin embargo en el caso del cartel de

16. Cuando un color va hacia al otro de manera en que en el momento de juntarse, los colores se unen.

* * *



Imagen 1



Imagen 2

hace entender algo, que así como diferentes tipografías también así son de diferentes los cómicos a los cuales se refiere el cartel, que a pesar de ser todos de un género que en este caso es cómico, no serán iguales, las formas de ver la comedia; así mismo las tipografías, no por ser todas tipografías, serán iguales y así cada una tendrá su propio estilo.

En cambio en el cartel de Buñuel solo utiliza 3 tipos de letra que también lo hacen ver contrastante, con el color y con la forma, vemos como en rojo están las letras más elaboradas y a una escala mayor y con el color rojo le dan un brillo especial, que permite saber claramente de quien se está hablando, una tipografía mas discreta y sencilla menciona el nombre de las películas, no sin perder la fuerza por estar mas gruesas, ya que las más pequeñas que son las que mencionan el día y hora de la exhibición son más pequeñas, ya que al ver el título de la película y si te interesa, ya te acercará a ver cuando será exhibida.

En el caso de este cartel, el de Buñuel, creo que el uso de tres tipografías, tiene que ver con el hecho de que se habla de una sola persona, la cual necesita tener un mismo orden, una misma lectura, la cual nos haga referencia a un solo protagonista; es así el uso de la tipografía de Buñuel, el nombre es el que contrasta con las demás, para enfatizar el nombre de quien se habla.

Como se puede ver el manejo tipográfico es rico en contraste tanto de tamaño, color y tipo, y creo que es algo que en estos días no se maneja tanto, nos da miedo jugar con los diferentes estilos de tipografía que existen, pero también no se si pudiera ser por el hecho de que la saturación de información a nuestro alrededor, nos hace pensar en algo más simple.

* * *



Imagen 2

Análisis fotográfico.

Finalmente hablar de la fotografía en estos carteles es necesario por el hecho de que como dije en el primer capítulo, dentro de la Imprenta Madero y junto con Vicente Rojo, se buscó la experimentación que buscaban una mayor expresividad en los mensajes y creo que un elemento que a mi me gustó mucho y que por eso escogí, fue la imagen en alto contraste, que aparece solo en el cartel de Buñuel, sin embargo es suficiente para ver como esa fotografía si logra esa expresividad buscada en el mensaje.

La fotografía a color no era utilizada en esos años por que era difícil mantener sin que se moviera la impresión y que los colores por así decir cazaran donde debían, como dije la experimentación llevó a sacar estas imágenes en alto contraste que como ya explique en el segundo capítulo solo tenían plastas negras sobre una fotografía o ilustración, en el cartel de Buñuel como dije antes, creo que el contraste logrado es hermoso, ver la imagen en alto contraste le da un toque dramático y fuerte visualmente, la imagen de Buñuel en el cartel, no solo reafirma de quien se está hablando, sino reafirma el sentido de la importancia de este personaje y de el homenaje que obviamente no se hace a cualquier persona, un homenaje se hace a alguien grande con trayectoria, con éxito y la imagen en alto contraste lo hace ver así, pues el negro predominante en la fotografía para mí es algo que le da mucho sentido y mucha expresividad, esa que se buscaba en el diseño.

El uso de los diferentes encuadres, tomas hace que la fotografía tome su propio sentido, en

* * *

cartel de Buñuel no podría faltar el uso del close up a la cara de Buñuel y enfatizar su rostro es algo que le da mas fuerza aún, ya que la cara es parte principal de nuestra expresividad y aquí no podría ser la excepción.

Como podemos ver en estos dos carteles y en otros más de Vicente Rojo, el uso de las plecas, orlas y de la imagen en alto contraste son característicos de ese tiempo al que me referí en un principio, el tiempo justo donde Vicente Rojo y la Imprenta Madero estuvieron juntos, trabajando con otros diseñadores e impresores, pero siempre con una estilo personal y buscando esa divulgación cultural, que aunque yo solo me basé en carteles, también estuvo presente en revistas, libros, periódicos, dándole siempre importancia a la transmisión de mensajes que acercarán a la gente a conectarse con el arte y literatura.

CONCLUSIONES

* * *

Algo que pensé desde el primer momento en que ví los carteles de Vicente Rojo y que señalo como conclusión y como un punto importante en el análisis de estas imágenes y otras más, es que Vicente Rojo supo como hacer del diseño algo claro y sin interpretaciones ambiguas, ya que las palabras y las imágenes decían lo que tenían que decir, eran directas y no llevaban a la confusión, al contrario te aclaraban lo que veías y leías, te lo reafirmaba el texto con una imagen y todo quedaba claro sin temor a pensar en algo más.

Aunque en este punto cabe mencionar que influye mucho el hecho de que Vicente Rojo se dedicó a promover la cultura y no diseñaba en el sentido publicitario que conocemos en estos tiempos.

Otro punto notorio es que no hizo discriminación de diseño, me refiero con esto a que a cada trabajo que se le presentaba, era un trabajo que lo hacía tratando de que fuera el mejor, cosa que hizo del diseño algo que se pudiera tomar en cuenta para divulgar cualquier cosa, ya que de ella hacía que se viera como el mejor espectáculo, como el mejor trabajo, como el mejor libro que se pudiera comprar. En este punto quiero decir que muchas veces como diseñadores, hacemos mejor las cosas que nos gustan, que nos interesan dejando a un lado lo que no queremos hacer por gusto propio, y es necesario entender que para hacer de nuestra disciplina algo que se valore más, que se tome en cuenta, debemos amar cada cosa que se nos presente como problema, ya que en nosotros esta el hecho de que los demás vean en el diseño algo necesario y funcional, algo que se torne tan importante como cualquier otra disciplina, el diseño también trabaja en conjunto con los demás, pensando siempre en el bienestar de el cliente.

* * *

Algo importante y que me emociona mucho es pensar en la divulgación cultural, ya que a mí me gustaría trabajar haciendo eso, haciendo diseño para divulgar precisamente la cultura en México, donde todavía hay mucha gente a la cual no le interesa, y ver como Vicente Rojo y muchos más en la Imprenta Madero, trabajaban para eso, es también ver como no solo trabajar en el diseño es para anunciar el nuevo producto que esta de moda, ya que en mi transcurso en la escuela era muy claro ver como la mayoría de los que estaban ahí, lo primero que se les venía a la mente era hacer diseño en un despacho, para que? , pues para hacer la imagen del nuevo producto que saldría ala venta o el empaque o lo que fuera y era raro escuchar alguien que saliera de ese punto como si fuera el máximo en el diseño, y lo que siempre he pensado es que el diseño no es solo eso, también existen muchísimas cosas que como diseñadores podemos hacer y a veces no nos damos cuenta, un ejemplo que pondré es el de una persona cercana a mí que buscando trabajo como diseñador fue a dar en una empresa la cual necesitaban un diseñador para hacer el diseño que se pondría en azulejos, al principio pareció extraño pero al contarme que vió que lo hacían con serigrafía, con positivos y negativos, le interesó más, ya que a él le interesaban las técnicas de impresión, y entonces se dio cuenta también que el diseño es más que la imagen gráfica de Sabritas, por poner un ejemplo, el diseño es finalmente comunicar y que mejor que tratar de comunicar algo que hará que nuestra gente sea mejor, ya sea en cuestión cultural como Vicente Rojo, o también en cuestión de enseñanza, ya sea para vivir mejor, como cuidar el agua, el ambiente, los animales, no perder lo humano ante los demás, no convertirnos en hombres grises que solo piensan en que el tiempo es importante como en el libro de momo de Michael Ende, y me refiero a hombrecitos grises, a los diseñadores que con tal de ver su diseño en la tele, revistas, etc, pueden ser capaces de engañar a la gente

* * *

para hacerlos presa de su mensaje.

Mi conclusión final se ha formado, el diseño gráfico es una disciplina que puede lograr algo más que un mensaje que al mes terminará por que ya salio el nuevo producto que desplazara al nuestro, para mí el diseño gráfico es un arma para hacer de nosotros mismos y los demás, personas mejores donde nuestros mensajes sean objetivos y claros y como lo podemos hacer, empezando por nosotros como diseñadores y como personas.

BIBLIOGRAFÍA

* * *

- * VILCHIS, Luz del Carmen; **Diseño: Universo de Conocimiento, Investigación de proyectos en la Comunicación Gráfica**; 2ª edición 2002; Centro Juan Acha, A.C.; Impreso en México; Pág.163
- * ESCALANTE, Pablo; **Nueva Historia mínima de México**;1ª edición; Editorial: El Colegio de México; México D.F.; 2004; Pág: 315
- * DONDIS, D.A.; **La sintaxis de la imagen**; Editorial G.G.;13ª edición 1998, Impreso en España; Pág.213
- * WONG, Wucius; **Fundamentos del diseño**; Editorial G.G.; 3ª edición 2001; Impreso en España; Pág.352
- * CELORIO, Gonzalo; **Vicente Rojo: Diseño grafico**; CONACULTA, TRAMA VISUAL, EDICIONES ERA, Coordinación de difusión cultural de la UNAM; 2ª edición 1996; Impreso en México; Pág.94
- * KARCH, Randolph R; **Manual de artes gráficas**; Editorial, Trillas; 4ª reimpresión 1999; México D.F.; Pág. 436.
-

* * *

* TURNBULL T. Arthur; **Comunicación Gráfica;** Editorial Trillas; 5ª reimpresión abril 2001; México D.F.; Pág. 431.

* FIORAVANTI, Giorgio; **Diseño y reproducción: Notas históricas e información técnica para el impresor y su cliente;** Editorial G.G.; Impreso en España, Barcelona 1988; Pág. 208.

* GORDON, Maggie y DODD, Eugenia; **Tipografía decorativa;** Editorial G.G.; Impreso en España; 4ª reimpresión; Pág. 144.

* MEYER, F.S.; **Manual de ornamentación;** Editorial G.G. México 1994; Impreso en México; 5ª edición ampliada; Pág. 795.

* ROCKPORT, Publishers; **The best of the best brochure design;** Editorial: Rockport Publishers, Inc.; Impreso en China; Pág:272

* TUBAU, Iván; **Dibujando Carteles;** Editorial CEAC; Barcelona España 1991; 7ª edición; Pág. 131

ANEXOS

* * *

Nueva Historia Mínima de México

Este libro habla de la historia de México, empezando por lo que son las Glaciaciones que fueron causa de la llegada del hombre a México, nos narra como fueron las culturas prehispánicas las cuales son historia básica en nuestra cultura, terminando esta primera parte con la lucha para derrotar a los mexicas.

Después de esto empieza la época Colonial que justamente empieza con la derrota de Tenochtitlan, y es donde se le da la denominación de Nueva España.

En esta época de la historia en México, se dan los señoríos y donde surge un mestizaje tanto biológico como cultural, también en esta etapa es donde se ve afectada la ciudad por las epidemias traídas por los españoles. Así mismo en la parte cultural, los frailes desarrollaron obras arquitectónicas y hubo expresiones artísticas tanto en la pintura, retablos y escultura.

Las Reformas Borbónicas son parte importante donde las ideas basadas en la Ilustración con valores como la confianza en la razón, defensa del conocimiento científico y tecnológico, buscan la solución de problemas sociales; estas ideas eran traídas de Europa En esos tiempos es cuando se le da una visión masculina a la Iglesia y donde se dice que el Rey es el padre y la Iglesia la Madre del pueblo, poniendo a la cabeza al Rey.

Ya se ve como el liberalismo y nacionalismo empiezan a imponerse, donde gracias a las

* * *

Revoluciones Norteamericana y francesa, llegan nuevas ideas de rechazo ala monarquía absoluta, estableciendo que la soberanía reside en el pueblo y deben elegir a sus gobernantes a través de los poderes ejecutivo, legislativo y judicial.

Se ven las reuniones entre opositores como con Josefa Ortiz de Domínguez, Allende, Hidalgo Aldama, pero siendo estos acusados, se lanzan en lucha, invadiendo Hidalgo, Acapulco y Guadalajara.

Y a en 1811 los insurgentes son derrotados y buscando ayuda Norteamericana son traicionados y matados.

En 1812 se promulga la Constitución que establecía monarquía constitucional, división de poderes, libertad de imprenta y abolición de virreyes.

Morelos es llamado Siervo de la Nación por organizar un congreso donde se da la lectura de "Sentimientos de l Nación" donde América es libre y en 1814 se promulga la Constitución de Apatzingan.

Cuarenta años de lucha transforman a Nueva España.

Durante todo estos, inconformidades y oposiciones dieron lugar a traiciones y nuevos líderes. Maximiliano personaje importante el cual ocuparía el trono en México, embelleciendo la ciudad, y promulgando la ley agraria con 10 horas de trabajo, prohibía el castigo corporal y pretendía dar educación e investigación científica, así mismo la mujer tenia derecho a ella.

Juárez en la presidencia en 1859 promulga las Leyes de Reforma y su principal pre-ocupación es la educación, separa la Iglesia del Estado, suprime las ordenes religiosas, crea el Registro civil, cementerios y la libertad de cultos; sin embargo la ocupación francesa

* * *

hizo que Juárez se fuera al Norte.

Luego Juárez, Lerdo de Tejada y Porfirio Díaz se promulgan para presidentes, y gana Juárez lo cual hizo que tuviera muchos enemigos, pero no por eso Juárez dejó su cometido y promulgo la educación gratuita y obligatoria y fundó la escuela Nacional Preparatoria.

Al morir Juárez en 1872, Lerdo se hace presidente, pero Díaz en desacuerdo se levanta en el plan de Tuxtepec y gana haciéndose Díaz presidente.

En cuanto a la parte cultural, el Nacionalismo hizo florecer la novela costumbrista y la histórica y el estudio de la historia tomo un lugar privilegiado, haciendo de esta, libros escolares.

Gracias a la lotería, la Academia de San Carlos se renovó y las artes plásticas reviven, la escultura y pintura con estilos europeos, donde los paisajes y temas históricos, suplen a los religiosos, la litografía y caricatura critican la política.

Llega el Porfiriato de 1877 a 1911, esta etapa fue de construcción de obras públicas, fundación de instituciones y reglamentación, pero los más beneficiados fueron los ricos.

Algunos de los puntos importantes fueron: que el gobierno no debía intervenir en la economía y el salario debía darse de acuerdo a la oferta y demanda; había libertad de asociación pero no de huelgas; jornadas de de 12 a 14 horas diarias por 7 días.

Hubo diferentes formas de ver el país, cada uno con lo que creía, sin embargo había puntos en los que coincidían, como la familia y función de la mujer en la familia, mismo que se veía en cualquier manifestación tanto literaria, clero, revistas, etc; el esposo era la cabeza

* * *

manejaba los bienes y tenía la patria potestad, cada género tenía lo suyo, el hombre- a lo público-político-laboral, la mujer-privado-doméstico; empieza el movimiento feminista.

La literatura y arte con influencia francesa, la arquitectura con estilos clásicos, romántico, gótico, barroco.

En el país se fomentaba un sentimiento de identidad. La cultura porfirista admiró lo extranjero, pero presentó carácter nacional, se rescató lo mexicano.

Viene la Revolución mediante la cual se destruye el estado oligárquico y neocolonial de fines del siglo XIX.

Hacia 1900 la ideología liberal quiere reorganizar el grupo político a través de la libertad de expresión, democracia electoral, separación de poderes, administración de justicia y autonomía judicial.

Durante la Revolución las luchas e inconformidades fueron una tras otra, llegando hasta que Carranza triunfa con el movimiento constitucionalista, teniendo en su poder dos fases, la pre constitucionalista y la constitucionalista.

En su primera etapa necesitó de un proyecto de país donde la Constitución de 1917 fue parte aguas de un nuevo pensamiento y fundamento normativo del nuevo Estado.

En esta etapa también hubo inconformidades, sin embargo Carranza antes de morir apoyó a Obregón el cual quedó como presidente y al terminar este Elias Calles quien fue presidente de 1924 a 1928.

En 1929 se crea el Partido Nacional Revolucionario empezando una nueva etapa en la historia.

* * *

Estos últimos 71 años son el tránsito de sociedad agraria a urbana, con un régimen autoritario centrado en la figura de la república y el partido oficial.

En estos últimos años presiente fueron como Calles, Cárdenas Ávila Camacho, y en 1946 el partido es sustituido por el Partido Revolucionario Institucional con el presidente Miguel Alemán, López Mateos, Díaz Ordaz, Echeverría, Portillo, Miguel de la Madrid y Salinas.

Durante todo estos años y cambios de presiente hubo cambios sociales, como la televisión se volvió el medio masivo que reorganizaba la actitud, imponiendo ideas, valores, así mismo el teléfono.

Escritores como Octavio Paz, Juan Rulfo, Carlos Fuentes; en el muralismo Rufino Tamayo.

También aparecen nuevas instituciones y construcciones como La Secretaría de Recursos Humanos, Ciudad Universitaria, el fraccionamiento de ciudad Satélite, tiendas departamentales.

Para años 80's se impulso el neoliberalismo y ya en los 90's se dio el TLC con Estados Unidos y Canadá, y se formo el Ejercito Zapatista.

También las mujeres tuvieron un cambio, ya trabajaban más y se hicieron los derechos en defensa de las mujeres, desaparecidos, sida, indígenas, etc.

Siguió una desigualdad social que se lleva hasta ahora y termina con la elección presidencial de Fox, que esta por terminar este año.

* * *

DISEÑO: UNIVERSO DE CONOCIMIENTO

Este libro es en el que me base para hacer mi análisis de los carteles de Vicente Rojo y es necesario hablar un poco de el, por eso a continuación diré lo más representativo para mí de este libro y lo que me ayudo a realizar este trabajo de tesina.

Primeramente habla de lo que es el diseño gráfico y dice que es una disciplina la cual trata de resolver los problemas de comunicación visual que el hombre se plantea, y dice que es una poesis creativa, ya que al mensaje se le agrega algo más, algo que no existía y en ello se refiere a lo que nosotros le añadimos como la estética y nuestro estilo. Lo diseñado comprende el producto final tal como libro, revista, folletos, carteles, animación, etc.

La Doctora Vilchis habla de otros términos a través de su libro, como la sintáctica que aunque no es un concepto que utilice como tal si lo que lo forma como la forma, el color , tipografía y fotografía que son los elementos de los cuales habla la sintáctica, ya que ahí también están las reglas de organización y composición de los elementos visuales.

En este libro de la Doctora Vilchis me base básicamente en los discursos, géneros y códigos por eso a continuación halo de ellos.

Discurso. Es la unidad máxima por la que se condiciona la comunicación visual, por los fines a los que esta es destinada, cada uno de los diferentes discursos tiene sus propias maneras de mostrar sus mensajes, y cambian sus emisores, receptores, mensajes.

* * *

Entre los discursos están los siguientes:

- Publicitario
- Propagandístico
- Educativo
- Plástico
- Ornamental
- Perverso
- Híbrido

Cada uno de ellos son explicados dentro del segundo capítulo de este trabajo.

Ahora los Géneros, los cuales permiten percibir las diversas manifestaciones del diseño gráfico, como objetos o soportes visuales; entre ellos están los siguientes:

- Editorial, donde se encuentran el libro, revista, periódico, folleto, catálogo
 - Pareditorial; volantes, calendarios, etiquetas, envases, promocionales, portadas
 - Extraeditorial; cartel, espectacular, anuncio mural, periódico mural, escenografía
 - Informativo e indicativo; arquigrafía, imagen institucional, identidad corporativa, sistemas de identificación,
 - Ornamental; papeles decorativos, objetos decorativos, papeles de envoltura, promocionales, objetos para fiesta
 - Narrativo lineal; ilustración, historieta, dibujo animado, multivisión, viñeta, fotonovela, diaporama
-

* * *

-Narrativo no lineal; gráficos multimedia, presentaciones, páginas electrónicas.

Finalmente hablo de los códigos que maneja la Doctora, donde estos son los elementos que conforman los soportes de comunicación visual.

Estos códigos son:

-Morfológico, el que se refiere a todo lo que tenga que ver con la forma

-Cromático, el referente a l color y sus diferentes modalidades en cuanto a matiz, saturación, contraste, etc.

-Tipográfico, el que como su nombre lo dice tiene que ver con la tipografía, sus tamaños, sus formas, sus significados.

-Fotográfico, que ve los diferentes formas de representar un foto de acuerdo al significado y sus tomas, encuadre, acercamiento, etc.

* * *

4. Clave iconográfica: Cartel
Nombre de la imagen: HOMENAJE A ERICK SATIE
Diseñador de la imagen: Vicente Rojo
Lugar y fecha del diseño: México 1965
Medidas y técnicas: 31 x 45 cm. Offset
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Libro Vicente Rojo:
Diseño grafico, Colección personal y Biblioteca Central de la UNAM.



5. Clave iconográfica: Cartel
Nombre de la imagen: NUEVE PINTORES
Diseñador de la imagen: Vicente Rojo
Lugar y fecha del diseño: México 1962
Medidas y técnicas: 28.5 x 24 cm. Offset
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Libro Vicente Rojo:
Diseño grafico, Colección personal y Biblioteca Central de la UNAM.



6. Clave iconográfica: Cartel
Nombre de la imagen: PICASSO
Diseñador de la imagen: Vicente Rojo
Lugar y fecha del diseño: México 1961
Medidas y técnicas: 69.5 x 47.5 Tipografía
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Libro Vicente Rojo:
Diseño grafico, Colección personal y Biblioteca Central de la UNAM.



* * *

7. Clave iconográfica: Revista

Nombre de la imagen: MÉXICO EN EL ARTE

Diseñador de la imagen: Vicente Rojo

Lugar y fecha del diseño: México 1984

Medidas y técnicas: 27 x 20.5 cm. Offset

Estado de la imagen: óptimo

Ubicación de la imagen: Libro Vicente Rojo: Diseño grafico, Colección personal y Biblioteca Central de la UNAM.



8. Clave iconográfica: Revista

Nombre de la imagen: ARTES VISUALES

Diseñador de la imagen: Vicente Rojo

Lugar y fecha del diseño: México 1973

Medidas y técnicas: 27 x 21 cm. Offset

Estado de la imagen: óptimo

Ubicación de la imagen: Libro Vicente Rojo: Diseño grafico, Colección personal y Biblioteca Central de la UNAM.



9. Clave iconográfica: Revista

Nombre de la imagen: LA GACETA

Diseñador de la imagen: Vicente Rojo

Lugar y fecha del diseño: México 1979

Medidas y técnicas: 32 x 23 cm. Offset

Estado de la imagen: óptimo

Ubicación de la imagen: Libro Vicente Rojo: Diseño grafico, Colección personal y Biblioteca Central de la UNAM.



* * *

10. Clave iconográfica: Revista

Nombre de la imagen: vuelta
Diseñador de la imagen: Vicente Rojo

Lugar y fecha del diseño: México 1981
Medidas y técnicas: 27.5 x 21 cm. Offset

Estado de la imagen: óptimo

Ubicación de la imagen: Libro Vicente Rojo:
Diseño gráfico, Colección personal y Biblioteca Central de la UNAM.



11. Clave iconográfica: Libro

Nombre de la imagen: EL LAGARTO

Diseñador de la imagen: Vicente Rojo

Lugar y fecha del diseño: México 1973

Medidas y técnicas: 19.5 x 13 cm. Offset

Estado de la imagen: óptimo

Ubicación de la imagen: Libro Vicente Rojo:
Diseño gráfico, Colección personal y Biblioteca Central de la UNAM



12. Clave iconográfica. Libro

Nombre de la imagen: LA PALABRA MAGICA

Diseñador de la imagen: Vicente Rojo

Lugar y fecha del diseño: México 1983

Medidas y técnicas: 20.5 x 13.5cm.

Offset

Estado de la imagen: óptimo

Ubicación de la imagen: Libro Vicente Rojo:
Diseño gráfico, Colección personal y Biblioteca Central de la UNAM.



* * *

13. Clave iconográfica: Libro
Nombre de la imagen: EL TAMBOR DE HOJALATA
Diseñador de la imagen: Vicente Rojo
Lugar y fecha del diseño: México 1963
Medidas y técnicas: 19.5 x 12.5 cm. Offset
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Libro Vicente Rojo:
Diseño grafico, Colección personal y Biblioteca Central de la UNAM.



14. Clave iconográfica: Libro
Nombre de la imagen: LOS RECUERDOS DEL PORVENIR
Diseñador de la imagen: Vicente Rojo
Lugar y fecha del diseño: México 1963
Medidas y técnicas: 19.5 x 12.5 cm. Offset
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Libro Vicente Rojo:
Diseño grafico, Colección personal y Biblioteca Central de la UNAM.



15. Clave iconográfica: Periódico
Nombre de la imagen: LA JORNADA
Diseñador de la imagen: Vicente Rojo
Lugar y fecha del diseño: México 1984
Medidas y técnicas: 38 x 29 cm. offset
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Libro Vicente Rojo:
Diseño grafico, Colección personal y Biblioteca Central de la UNAM.



* * *

16. Clave iconográfica: Periódico
Nombre de la imagen: LA JORNADA
Diseñador de la imagen: Vicente Rojo
Lugar y fecha del diseño: México 1987
Medidas y técnicas: 38 x 29 cm. Offset
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Libro Vicente Rojo:
Diseño grafico, Colección personal y Biblioteca Central de la UNAM



17. Clave iconográfica: Suplemento
Nombre de la imagen: LA CULTURA EN MÉXICO
Diseñador de la imagen: Vicente Rojo
Lugar y fecha del diseño: México 1962
Medidas y técnicas: 39 x 28 cm. Rotograbado
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Libro Vicente Rojo:
Diseño grafico, Colección personal y Biblioteca Central de la UNAM.



18. Clave iconográfica: Suplemento
Nombre de la imagen: LA CULTURA EN MÉXICO
Diseñador de la imagen: Vicente Rojo
Lugar y fecha del diseño: México 1962
Medidas y técnicas: 39x28 cm. Rotograbado
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Libro Vicente Rojo:
Diseño grafico, Colección personal y Biblioteca Central de la UNAM



* * *

19. Clave iconográfica: Suplemento
Nombre de la imagen: LA CULTURA EN MÉXICO

Diseñador de la imagen: Vicente Rojo
Lugar y fecha del diseño: México 1967
Medidas y técnicas: 38 x 27.5 cm. Rotograbado

Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Libro Vicente Rojo:
Diseño grafico, Colección personal y Biblioteca Central de la UNAM



20. Clave iconográfica: Suplemento
Nombre de la imagen: LA CULTURA EN MÉXICO

Diseñador de la imagen: Vicente Rojo
Lugar y fecha del diseño: México 1969
Medidas y técnicas: 38 x 27.5 cm. Rotograbado

Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Libro Vicente Rojo:
Diseño grafico, Colección personal y Biblioteca Central de la UNAM



21. Clave iconográfica: Anuncio de revista

Nombre de la imagen:
Diseñador de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas: 30x23
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Revista Quo, colección personal



* * *

22. Clave iconográfica: Anuncio de revista
Nombre de la imagen: CANON
Diseñador de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas: 323x30
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Revista Quo, colección personal.



23. Clave iconográfica: Banner
Nombre de la imagen: LOPEZ OBRADOR
Diseñador de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas: .
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: página del prd, internet.



24. Clave iconográfica:
Nombre de la imagen:
Diseñador de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas:
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Página del PAN, internet



* * *

25. Clave iconográfica: Libro
Nombre de la imagen: EL DESAFIO DE EDUCAR
Diseñador de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas: 35x 30 cm
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Colección personal



26. Clave iconográfica: Libro
Nombre de la imagen: EL PERFUME
Diseñador de la imagen: Vicente Rojo
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas: 23x18cm
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Colección personal.

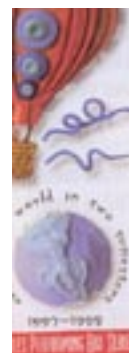


27. Clave iconográfica: Invitación
Nombre de la imagen: VLADY
Diseñador de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas: 25x10cm
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Colección personal



* * *

28. Clave iconográfica: Invitación
Nombre de la imagen: PERFORMING ARTS SERIES
Diseñador de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas:
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Rockport Publishers, The best of the best brochure design;Ed. Rockport.pág.199



29. Clave iconográfica: Bolsa
Nombre de la imagen: Diseñador de la imagen: Vicente Rojo
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas: 60x45cm
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Colección personal.



30. Clave iconográfica: Papel
Nombre de la imagen:
Diseñador de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas:25x10cm
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: papel para forrar, colección personal.



* * *

31. Clave iconográfica: Periódico
Nombre de la imagen: LA PRENSA
Diseñador de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas:
Estado de la imagen:
Ubicación de la imagen: Internet



32. Clave iconográfica: Portada
Nombre de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas:
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Internet



33. Clave iconográfica: cartel
Nombre de la imagen:
Diseñador de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas:
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: internet

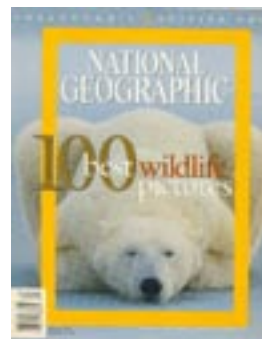


34. Clave iconográfica: Imagen gráfica
Nombre de la imagen:
Diseñador de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas:
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: internet.



* * *

35. Clave iconográfica: Revista
Nombre de la imagen: NATIONAL GEOGRAPHIC
Diseñador de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas: 30X38cm
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Colección personal



36. Clave iconográfica: Manual
Nombre de la imagen: ADO
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas: 36X20cm
Estado de la imagen: maltratado
Ubicación de la imagen: Colección personal



37. Clave iconográfica: Calendario
Nombre de la imagen: ADO
Diseñador de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas: 15X19cm
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Colección personal



* * *

38. Clave iconográfica: Empaques

Nombre de la imagen:

Diseñador de la imagen:

Lugar y fecha del diseño:

Medidas y técnicas:

Estado de la imagen: óptimo

Ubicación de la imagen: Revista A Diseño,
colección personal.



39. Clave iconográfica: Cartel

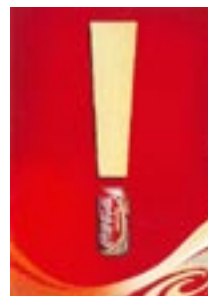
Nombre de la imagen: COCA COLA

Lugar y fecha del diseño:

Medidas y técnicas:

Estado de la imagen: óptimo

Ubicación de la imagen: Revista A Diseño,
Colección personal



40. Clave iconográfica: Anuncio

Nombre de la imagen:

Diseñador de la imagen:

Lugar y fecha del diseño:

Medidas y técnicas:

Estado de la imagen: óptimo

Ubicación de la imagen: Revista Quo Col-
lección personal



* * *

41. Clave iconográfica: Tarjeta
Nombre de la imagen: WEISSHAI
Diseñador de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas: 9X5cm
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: colección personal.



42. Clave iconográfica: Señales
Nombre de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas:
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Revista Axe, colección personal.



43. Clave iconográfica: Promocional
Nombre de la imagen: CACHIBACHE
Diseñador de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas: 15x7 cm
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Revista Quo Colección personal



* * *

44. Clave iconográfica: Ilustración

Nombre de la imagen:

Diseñador de la imagen:

Lugar y fecha del diseño:

Medidas y técnicas:

Estado de la imagen: óptimo

Ubicación de la imagen: Revista Quo, colección personal.



45 Clave iconográfica: Página web

Nombre de la imagen: CARTOON NETWORK

Lugar y fecha del diseño:

Medidas y técnicas:

Estado de la imagen:

Ubicación de la imagen: Internet



46. Clave iconográfica: formas

Nombre de la imagen:

Diseñador de la imagen: Jessica C.

Lugar y fecha del diseño:

Medidas y técnicas: 15x8 cm

Estado de la imagen: óptimo

Ubicación de la imagen: colección personal.



* * *

47. Clave iconográfica: Color
Nombre de la imagen:
Diseñador de la imagen: Jessica C.
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas: 15x 8 cm
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: colección personal



48 Clave iconográfica: tipografía
Nombre de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas: 15x8cm
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: colección personal.

Romanas
Palo Seco
GÓTICAS

49. Clave iconográfica: foto
Nombre de la imagen:
Diseñador de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas:
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: Libro, de
grafía, colección personal.



* * *

50. Clave iconográfica: Cartel
Nombre de la imagen:
Diseñador de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas:
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: internet



51 Clave iconográfica: Cartel
Nombre de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas:
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen: internet



52. Clave iconográfica: foto
Nombre de la imagen: ALTO
CONTRASTE
Diseñador de la imagen:
Lugar y fecha del diseño:
Medidas y técnicas:
Estado de la imagen: óptimo
Ubicación de la imagen:Thurnbull,Arthur, Co-
municación gráfica



* * *

53. Clave iconográfica: Cartel

Nombre de la imagen:

Diseñador de la imagen:

Lugar y fecha del diseño:

Medidas y técnicas:

Estado de la imagen: óptimo

Ubicación de la imagen: Libro, FORAVANTI,
Giorgio, Diseño y Reproducción



54 Clave iconográfica: Pleca

Nombre de la imagen:

Lugar y fecha del diseño:

Medidas y técnicas:

Estado de la imagen: óptimo

Ubicación de la imagen: Libro, GORDON,
Maggie, Tipografía decorativa, ed.G.G..



55. Clave iconográfica: Pleca

Nombre de la imagen:

Diseñador de la imagen:

Lugar y fecha del diseño:

Medidas y técnicas:

Estado de la imagen: óptimo

Ubicación de la imagen: Libro, GORDON,
Maggie, Tipografía decorativa, ed.G.G..



* * *

56. Clave iconográfica: Orla

Nombre de la imagen:

Diseñador de la imagen:

Lugar y fecha del diseño:

Medidas y técnicas:

Estado de la imagen: óptimo

Ubicación de la imagen: Libro, MEYER,F.S;

Tipografía decorativa; ed.G.G



57 Clave iconográfica: Orla

Nombre de la imagen:

Lugar y fecha del diseño:

Medidas y técnicas:

Estado de la imagen: óptimo

Ubicación de la imagen: Libro, MEYER,F.S;

Tipografía decorativa; ed.G.G



58. Clave iconográfica: Viñeta

Nombre de la imagen:

Diseñador de la imagen:

Lugar y fecha del diseño:

Medidas y técnicas:

Estado de la imagen: óptimo

Ubicación de la imagen: Libro, GORDON,

Maggie, Tipografía decorativa, ed.G.G..





* * *

59. Clave iconográfica: Viñeta

Nombre de la imagen:

Diseñador de la imagen:

Lugar y fecha del diseño:

Medidas y técnicas:

Estado de la imagen: óptimo

Ubicación de la imagen: Libro, GORDON,
Maggie, Tipografía decorativa, ed.G.G..

