



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**Facultad de Estudios Superiores Acatlán**



**“Serie de Carteles Culturales para la Secretaría  
de Cultura G.D.F. (2002 2006)”**

**TRABAJO PROFESIONAL**

Que para obtener el título de  
**LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO**

Presenta:

**ISMAEL VANEGAS OLMOS**

Asesor:

**ALEJANDRO CORNEJO LÓPEZ**

2007

---



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.

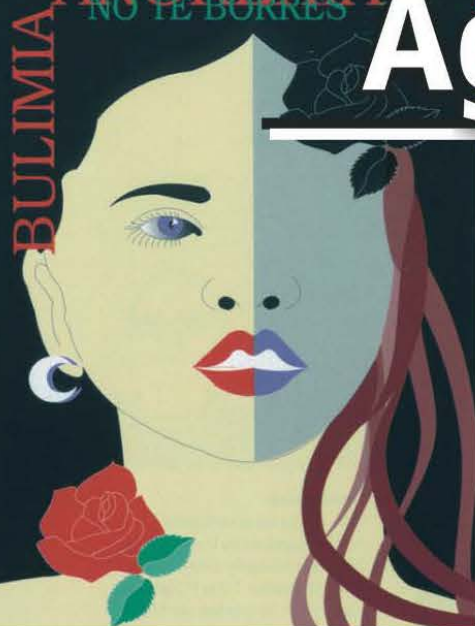
Llevas la música por dentro,  
pero del celular

**SI**  
EVITA RIESGOS

**TE  
TENGO  
NOTICIAS**

# Agradecimientos

**ANOREXIA**  
NO TE BORRES



# Agradecimientos

Gracias a:

**A mis padres:**

**Ruben Vanegas Sarmiento y Pilar Olmos González**

Por su confianza y apoyo que siempre han tenido en mí, por sus consejos que día a día me han transmitido, por su ejemplo de trabajo y superación, que desde muy niño me transmitieron, gracias por todo lo que nos han dado, y por todos los sacrificios que hicieron por nosotros. Son un ejemplo de superación. **Siempre les estaré infinitamente agradecido**

**A mis Hermanos:**

**Gustavo, Ruben, Demetrio, Susana e Imelda**

Por apoyarme en mi vida educativa y per-

sonal, por transmitirme sus conocimientos y experiencias, también por compartir tantos buenos momentos a lo largo de nuestra vida juntos, lo mejor para ustedes y sus Familias ¡Gracias carnales!

**A Karina:**

Por apoyarme y comprenderme, gracias por compartir tu vida y tantos momentos a mi lado durante todo este tiempo. Eres una persona especial te quiero mucho, ¡Muchas gracias!

**A mis sobrinos:**

Javier, Alfonso, Gustavo, Adriana, Mariana, Armando, Cristian, Alejandro, Daniela, Victor y Lourdes. Por estar aquí y transmitir con sus risas gritos y peleas, una chispa de vida a nuestra familia

¡Muchas gracias!

**A mis cuates:**

Kith, Betito, Tona, Lalo, Fabian, (Genaro) Mohicano, Jurich, Armando (Lobo), por los buenos momentos que hemos vivido no solo, en la escuela si no en la vida misma, saben que siempre pueden contar conmigo gracias por estar aquí.

**A Las Sister's:** Aline, Anallely (Rosita) Paty, Sarita y Sara por ser como son nunca cambien chavas.

**A mis sinodales:**

**Gerardo Cervantes, Martha Rodríguez, Blanca Estela Galicia, Maria de Lourdes Cardoza**

Por sus atinados comentarios y sugerencias que hicieron para que este trabajo se enriqueciera de forma notable.

¡Gracias Maestros!

A mi Asesor y amigo:

### **Alejandro Cornejo Lopéz**

Por la dedicación que tuvo no solo en todo el proceso de este trabajo, si no en todas las enseñanzas que me transmitió en la escuela y en mi vida profesional.

Gracias Alejandro por ser la persona que fuiste y por todo lo que nos enseñaste, siempre estarás con nosotros  
¡Muchas Gracias!

### **A la Secretaria de Cultura:**

Por permitirme desarrollarme profesionalmente y por disfrutar mi estancia en esta noble institución, a todas las áreas y la gente que trabajo y trabaja actualmente:

**Área de Diseño Gráfico:** Gustavo Resendiz gracias por la oportunidad. Javier Curiel,

por ser mi cuate y por todo lo que hemos aprendido mutuamente en esta parte de mi vida profesional. Sr. Julio, Cabo Marroquin, Adrian (Chachito), Yaneth (Güereja), Blas y Toño, por todos los buenos momentos que hemos pasado en esas 4 paredes y por las enseñanzas mutuas y la experiencia de haber compartido con ustedes todo este tiempo en esta área tan especial.

!Gracias Muchachos.!

**Area de Prensa:** Gaby, Hector, Willy, Martin, Carmela, Israel y Diana por los buenos momentos que he pasado con cada uno de ustedes y por ser el área de prensa tan suigeneris.

!Gracias!

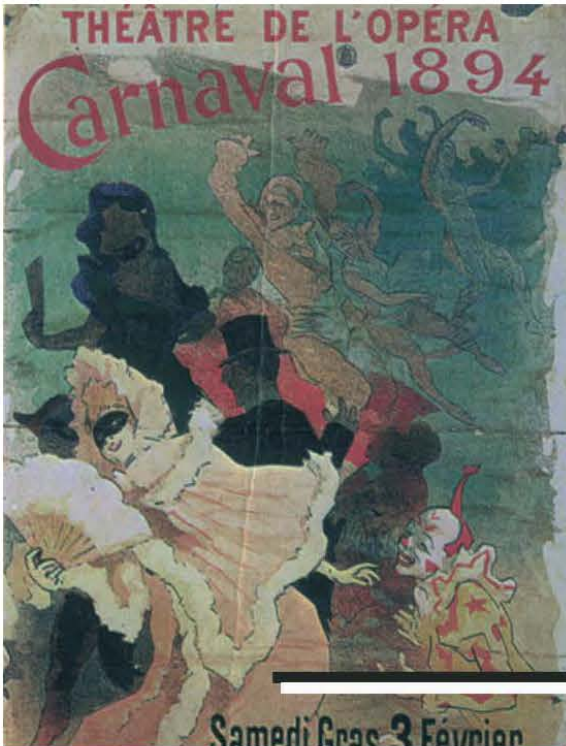
**Culturama:** Nora y Juan Carlos por la buena música y por las enseñanzas y consejos que siempre nos transmitimos

Al diseño gráfico que me ha permitido explorar experimentar equivocarme y aprender todos los días de mi vida.

A la vida a Dios y la Música

**¡Gracias Totales!**





# Índice



---

# Índice

## Introducción

### CAPITULO 1 El Cartel

1 Breve historia del Cartel.....	19
1.1 Antecedentes del Cartel.....	23
1.2 Florecimiento del Cartel.....	25
2 Clasificación del Cartel .....	33
2.1 Informativo .....	33
2.2 Formativo .....	33
2.3 Formativo Informativo.....	33
2.4 Cartel por ubicación.....	34
2.4.1 Cartel Urbano.....	34
2.4.2 Cartel Institucional.....	34
2.4.3 Cartel de uso Cotidiano...	35
2.5 Cartel por uso.....	35
2.5.1 Cartel Político.....	35
2.5.2 Cartel Cultural.....	36
2.5.3 Cartel Social.....	36
2.5.4 Cartel Educativo.....	36
2.5.5 Cartel Decorativo.....	37

2.5.6 Cartel Publicitario.....	37
Elementos del Cartel.....	39
3.1 Formatos y Tamaños.....	39
3.2 Diagramación.....	42
3.3 Motivo Gráfico.....	45
3.4 Tipografía.....	46
3.5 Color.....	52

### CAPITULO 2 Secretaría de Cultura

2.1 Historia de la Secretaría de Cultura.....	63
2.2 Organigrama y funciones.....	65
2.3 Misión, Visión y Filosofía.....	67
2.4 Recintos Culturales.....	69
2.5 Eventos Organizados y Dirigidos.....	74

### CAPITULO 3 Proyectos Realizados en Orden Cronológico

3.1 Rockeros Urbanos en el José Martí.....	79
3.1.1 Brief.....	79
3.1.2 Motivo Gráfico.....	79
3.1.3 Tipografía.....	79
3.1.4 Formato.....	80
3.1.5 Diagramación.....	80
3.1.6 Diseño Final.....	80
3.2 Tania Pérez Salas Compañía de Danza.....	81
3.2.1 Brief .....	81
3.2.2 Motivo Gráfico.....	81
3.2.3 Tipografía.....	81
3.2.4 Formato.....	82
3.2.5 Diagramación.....	82
3.2.6 Diseño Final.....	82
3.3 Fiestón de Calaveras.....	83
3.3.1 Brief.....	83
3.3.2 Motivo Gráfico.....	83
3.3.3 Tipografía.....	83
3.3.4 Formato.....	84

---

---

3.3.5 Diagramación.....	84	3.6.1 Brief.....	89
3.3.6 Diseño Final.....	84	3.6.2 Motivo Gráfico.....	89
<b>3.4 Fiestas patrias</b>		3.6.3 Tipografía.....	89
<b>en la Ciudad de México</b> .....	85	3.6.4 Formato.....	90
3.4.1 Brief .....	85	3.6.5 Diagramación.....	90
3.4.2 Motivo Gráfico.....	85	3.6.6 Diseño Final.....	91
3.4.3 Tipografía.....	85	Conclusiones.....	95
3.4.4 Formato.....	86	Bibliografía .....	99
3.4.5 Diagramación.....	86	Anexos.....	102
3.4.6 Diseño Final.....	86		
<b>3.5 Orquesta Filarmónica</b>			
<b>de la Ciudad de México</b>			
<b>Temporada de Otoño</b> .....	87		
3.5.1 Brief.....	87		
3.5.2 Motivo Gráfico.....	87		
3.5.3 Tipografía.....	87		
3.5.4 Formato.....	88		
3.5.5 Diagramación.....	88		
3.5.6 Diseño Final.....	88		
<b>3.6 Bicentenario de Benito Juárez..</b>	89		

---



# Introducción



---

## Introducción

Desde su aparición en la Tierra el hombre ha desarrollado diferentes formas de comunicación para interactuar con sus semejantes y transmitir sus ideas y pensamientos, muchos autores mencionan que la comunicación, es un intercambio de mensajes y actos, además de una relación entre estos sujetos; haciendo que la comunicación tome nuevas formas de reproducción partiendo de sistemas complejos para su diseño.

La comunicación es primordial para la evolución y el desarrollo de la sociedad humana y sus diferentes culturas, además necesita adaptarse al entorno en donde se desarrolla, una forma de comunicación utilizada en nuestros días que es la que se lleva a cabo de forma directa es por medio del cartel, que tiene como principal objetivo comunicar una idea o mensaje a través de un soporte gráfico (en la mayoría de los casos se imprime en

papel) que es colocado en un lugar estratégico para que el público perciba su mensaje en el menor tiempo posible.

El cartel es un recurso visual muy utilizado en nuestros días, se aprovecha su función comunicativa tanto en el ámbito público como en el privado, al ser un medio que puede llegar a gran cantidad de espectadores dado su tamaño y ubicación. El cartel se considera un artículo valioso y coleccionable, ha sido expuesto en museos y ha cumplido una función social que otros medios impresos no han alcanzado, el cartel es quizá el elemento más perdurable y con mayor repercusión en el medio del Diseñador Gráfico.

Desde la política a la publicidad, el cartel en todas sus formas y variantes continúa siendo el vehículo de transmisión pública de las ideas y la información masiva.

Los carteles en nuestro país son un gran recurso de comunicación muy utilizado por diferentes empresas y dependencias del sector público como privado, para transmitir sus mensajes al público en general o en específico.

Por ello son un recurso muy utilizado en la Secretaría de Cultura del GDF donde tuve la oportunidad de realizar una serie de carteles para transmitir o difundir eventos en su mayoría de índole cultural; en algunos eventos o espectáculos iban dirigidos al público en general mientras que otros, a un público en específico.

En todos los proyectos (carteles) se buscaba que el diseño final fuera muy atractivo e impactante, que se entendieran inmediatamente al contacto con el receptor para comunicarle el evento que promocionaba, el

---

objetivo principal de esta serie de carteles fue convocar a un gran número de personas para que asistieran a los eventos y espectáculos organizados por la Secretaría de Cultura, donde en la mayoría de los casos la única forma de difundir estos eventos es por medio de un cartel, en esto radica la importancia de este recurso gráfico.

Este proyecto de Trabajo profesional consta de tres capítulos principales, los cuales se dividen en temas y subtemas donde se mencionan puntos específicos de cada tema principal.

En el Capítulo 1 se hace un análisis histórico del cartel, se mencionan sus antecedentes y los principales movimientos artísticos en los que ha participado a lo largo del tiempo, y la evolución que ha tenido con el correr de los años, en este capítulo se mencionan

también todas las clasificaciones que existen para los carteles de acuerdo a su ubicación y uso más común, por último se mencionan los elementos básicos que integran o componen un cartel.

En el Capítulo 2 se habla del cliente para el que se realizaron los carteles, en este caso la Secretaría de Cultura del GDF, se menciona la parte histórica, su creación, cómo se encuentra organizada esta dependencia; sus funciones, sus compromisos, objetivos que persigue, los recintos que la integran además de los eventos que organiza y dirige, por último se mencionan las actividades principales que realiza para difundir la cultura en el Distrito Federal.

En el Capítulo 3 se detallan los 6 proyectos (carteles) realizados para difundir los eventos que la Secretaría de Cultura organiza,

se analiza desde los requerimientos que el proyecto demandaba, la elección de la imagen principal, la tipografía utilizada en cada proyecto, así como el formato elegido y el sistema de diagramación aplicado, por último se presenta el cartel final que se utilizó en cada proyecto.

La aportación en este proyecto es en mi función de Diseñador Gráfico, ayudé a resolver problemas de comunicación, por medio de un recurso tan importante como el cartel y con ello facilitar la divulgación de eventos de tipo cultural que son tan necesarios para un país como el nuestro que tiene, tantos rezagos educativos y culturales, donde la mayoría de la gente no lee ni siquiera un libro al año.



INSTITUTO  
GOETHE  
THE  
TUTITZNI

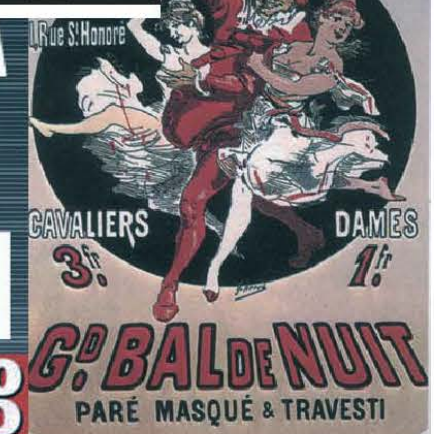
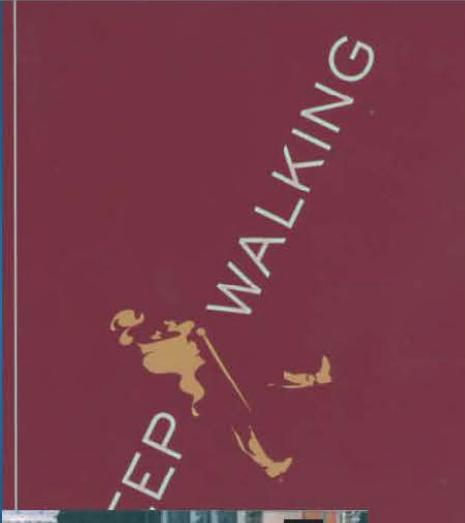
# Capítulo 1

# El cartel

25 marzo • 8 abril 2006



**XXII FESTIVAL DE MEXICO**  
EN EL CENTRO HISTÓRICO



# 1 El Cartel

## 1 Breve historia del cartel

El cartel es una forma de comunicación tan importante y tan vigente en nuestros días, en el se encuentra una de las formas más comunes y rápidas de comunicación masiva.

El cartel es un medio de comunicación gráfica, que ha pasado por una serie de cambios y evoluciones a lo largo de la historia, además se vio influenciado por los diferentes movimientos artísticos de cada época y por cada una de las civilizaciones que lo aprovecharon para transmitir diferentes ideas y conceptos.

A continuación se hará un breve recorrido por la historia del cartel, mencionando los movimientos en los que participó y las características principales de cada uno de ellos.

El precursor del cartel aparece en Grecia, en la época clásica algunas lecherías utilizaban para anunciarse el dibujo de una cabra y las

tabernas colocaban la imagen de Baco, el dios del vino. En Pompeya se descubrió el emblema de una de estas tabernas donde se podía apreciar el dibujo de cuatro mujeres, cada una de ellas con un vaso en la mano.

En la Roma imperial aparecieron los primeros *slogans*, las frases que incluían eran ingeniosas, un ejemplo es el slogan de un vendedor de flores: "solo vendo flores a los enamorados"; también las representaciones del teatro eran anunciadas mediante *carteles* al exterior.

Estos carteles eran pintados en negro y rojo comúnmente sobre muros blancos, y se colocaban en lugares estratégicos donde se concentraban los ciudadanos; estos carteles estaban cerca del palacio, del mercado y el teatro, a la par de ellos, existían los relacionados con los combates de gladiadores, lugares turísticos, funerarias, etc.



Fig.1 Cartel antiguo anunciando una obra de Teatro.

Los antecedentes de lo que ahora es el cartel contemporáneo contenían, un diseño puramente tipográfico y los pocos tenían ilustraciones o imágenes, éstas eran pequeños bosquejos o representaciones del elemento en cuestión. ( Fig. 1 )

La invención de la xilografía ( grabado en madera) y la imprenta de tipos móviles contribuyó de forma notable el auge del cartel. El primer cartel impreso ilustrado que se conoce apareció en Francia en 1482,





Fig. 2 Primer Cartel impreso 1842.

y anunciaba "el gran perdón de nuestra señora de París". De esta forma los cartelistas tuvieron la fortuna de poder reproducir un gran número de sus obras. ( Fig. 2 )

En el año de 1518, el pintor alemán Altdorfer fue el primero en imprimir colores vivos al cartel; se puede mencionar a un cartel impreso en color, anunciando el libro "Cómo mueren las mujeres" como el precursor de la reproducción litográfica, pero es hasta el siglo XIX, con la popularidad y expansión de los procesos litográficos, cuando el cartel

empieza a alcanzar la gran difusión que hoy conocemos.



Fig. 3 Cartel Theatre de ' L Opera de Jules Cheret.



Fig. 4 Cartel Divan Japonais de Toulouse Lautrec.

En Francia a lo largo del siglo XIX estuvo a la vanguardia el cartel y empiezan a destacar a partir de 1830 varios cartelistas: Raffet, Gavarni, Grandville pero es Jules Cheret, quien se considera el padre del cartel moderno ( Fig. 3 ) pues utilizó de forma sobresaliente los procesos cromolitográficos.

A finales del siglo XIX aparecerían los carteles de Toulouse Lautrec (considerado el padre del cartel propiamente dicho) ( Fig. 4 ) con características propias para ser considerados como un verdadero cartel. A diferencia de Cheret, Toulouse Lautrec siempre supo que un cartel es un cartel, y nunca quiso convertirlo en un cuadro.

En Inglaterra destacaron en la mitad del siglo XIX, Godfroy Durand, Frederick Walker y Wilkie Collins que realizó en 1831 el célebre cartel “la mujer de blanco”, entre otros la mayoría de ellos en blanco y negro. En esa época también se realizó cartel humorístico muy solicitado por los fabricantes de whisky de aquella época.

Con la aparición del movimiento conocido como Art Nouveau, el diseño de carteles se vio influenciado; de forma notable y se le aplicó un valor decorativo que comúnmente derivaban en líneas ornamentales inspiradas principalmente por los grabados japoneses. Destacó en países como Gran

Bretaña, Alemania, Italia, Austria, siendo sus principales exponentes los cartelistas: Thomas Theodor Heine, Leo Putz, Mucha, Moser y Mackintosh. Poco tiempo después aparecería el movimiento simbolista que retomaba algunas ideas del Art Nouveau y era afecto al diseño de carteles introduciendo el uso de la iconografía como elemento pictórico, las imágenes que se utilizaban estaban cargadas principalmente de referencias clásicas o religiosas.

Ya para inicios de 1900 aparecen los carteles formales donde el cartel prácticamente deja de ser un objeto de exposición para convertirse en una máquina de anunciar. Aparecen movimientos como el cubismo donde recurren a uso del collage como otro recurso para realizar carteles, destacándose Cassandre y Oskar Schiemmer en este periodo.

A inicios de 1920, el cartelista de la reciente creada Bauhaus, Laszlo Moholy-Nagy utilizaba trucos fotográficos como ángulos de cámara para la creación de carteles de esa

época, de este periodo se destaca Jooste Schimidt en el diseño de carteles tridimensionales.

Aunque los movimientos artísticos habían contribuido a los cambios de estilo en el diseño de carteles, se empezaba a producir un fenómeno que afectaría al papel de los carteles, de la publicidad en general y en último caso también a su estilo.

Comenzaba a aparecer la figura del llamado grafista profesional, influyendo de forma notable la realización de carteles en la época de los años 40 y 50 ya para el inicio de los años 60 aparece el cartel Hippié que como características principales utiliza colores chillantes y pasteles en su mayoría, evocando a los temas principales de esa época: Amor, Paz y Flores utilizando preferentemente tipografía decorativa.

En la década de los 70 y 80 con el surgimiento de máquinas de impresión de mejor calidad y mayor rapidez comienzan a im-

primirse mayor cantidad de carteles, destacándose por su novedad los que utilizaban fotografías como su elemento gráfico central y aparecen los primeros carteles de mayor tamaño que el común, los llamados espectaculares, que eran colocados principalmente arriba de los edificios y casas de altura considerable.

Al inicio de 1980, aproximadamente, se dio el *boom* de los llamados programas de diseño gráfico, junto con la aparición de las computadoras tanto Macintosh y PC, donde prácticamente se podría realizar cualquier efecto, técnica o manipulación de imagen, y así los diseñadores de carteles podrían explotar todos los efectos posibles que la computadora tuviera en el software instalado, ( Fig. 5 ) a mediados de la década de los 90 comenzaron a aparecer la llamadas impresiones de gran formato donde el diseñador podría imprimir a un tamaño mas grande en diferentes sustratos y en cantidades pequeñas reduciendo costos y tiempo; hoy en día el diseño de carteles sigue tan vigente

como cualquier área del diseño y es de los recursos más socorridos por las empresas y particulares del sector público y privado.



Fig. 5 Cartel *Radioactivo 98.5 El ruido de la Ciudad*, de Erich Martino.



## 1.1 Antecedentes del cartel

El cartel es un medio de comunicación gráfica que tuvo que pasar por una etapa histórica ligada directamente con la evolución y desarrollo del hombre, así podemos mencionar algunas culturas que utilizaron algunos objetos precursores del cartel para transmitir instrucciones o mensajes; un ejemplo evidente es el código Hamurabi (1750 A.C.) (Fig 6) el cual contenía las normas con que se regían todos los habitantes de la antigua Babilonia, las principales instituciones del reinado, los principios de la vida social, cuestiones administrativas etc.

Todos estos aspectos de la vida diaria fueron colocados en una estela de piedra que se ubicó en un lugar estratégico a la vista de todos los habitantes, para difundir su mensaje a toda la población.

Las estelas egipcias son otro ejemplo evidente de los carteles. Desde hace 2200

años, había piedras que anunciaban decretos y proclamos de distinta índole, las inscripciones estaban esculpidas en jeroglíficos, la lengua de los dioses y en *domotica*, la lengua del pueblo, la más famosa de estas estelas es la llamada rosetta.

En la Grecia antigua, en algunas lecherías se podía ver el dibujo de una cabra anunciando la venta de leche; además en las tabernas se colocaba la imagen de Baco, dios del vino.

En la antigua ciudad de Pompeya se encontraron letreros en piedra o terracota con anuncios que ilustraban las actividades comerciales de los tenderos. Era una práctica común darle forma visual al mensaje escrito; por ejemplo, si se anunciaba una carnicería la imagen utilizada era una hilera de jamones, si era una zapatería la imagen era una bota, etc.



**Fig. 6** El Código de Hamurabi, de la antigua Babilonia, objeto precursor del cartel

Desde aquella época el objetivo principal de estos primeros carteles era llamar la atención de espectadores, por ello se elaboraban fórmulas atrayentes para convencer al público, también se grababan mensajes y símbolos en diversos materiales como la corteza de los árboles, lienzos de algodón, incluso la misma pared servía como soporte.

Roma y Grecia dan al mundo los primeros vestigios de lo que hoy conocemos como cartel, que no era otra cosa que paredes pintadas o madera pintada proclamando la venta de productos o de esclavos o con mensajes emanados de los reinos con comunicados dirigidos al pueblo sobre las próximas actividades del rey, además empezaron a aparecer los primeros carteles con frases o slogans, las frases que incluían eran ingeniosas en su semántica; un ejemplo es el slogan del cartel de un vendedor de flores que decía: "Sólo vendo flores a los enamorados".

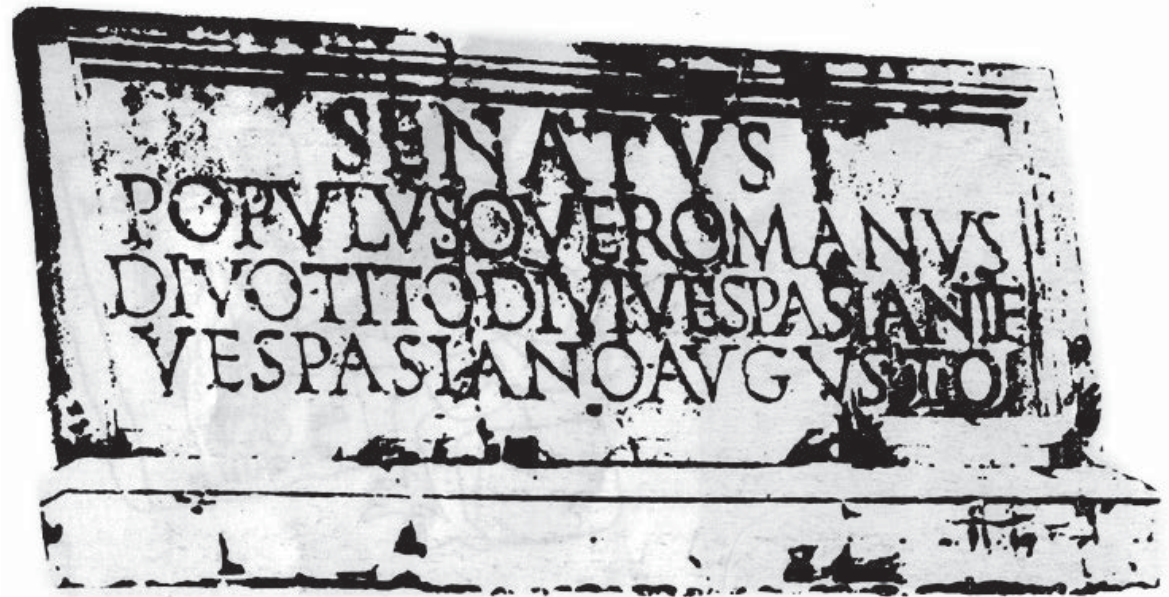


Fig. 7 Inscripción de la antigua Roma

A la par de estos carteles existían los llamados "libelli", comunicados en papiro que anunciaba los combates de gladiadores, los que anunciaban obras de teatro, lugares turísticos, funerarias y comercios en general. Los carteles se colocaban en lugares estratégicos en donde se concentraban los ciudadanos, estos lugares estaban cerca del pala-

cio, del mercado, la plaza pública, etc. ( Fig. 7 )

Los antecedentes de lo que es ahora el cartel contemporáneo, poseían un diseño puramente tipográfico sin más estructura que el mismo formato y los pocos que tenían dibujos o imágenes, eran pequeños bosquejos o representaciones del evento en cuestión.



## 1.2 Florecimiento del cartel

En esta parte se menciona la etapa de esplendor y florecimiento del cartel donde hubo un avance significativo en la parte técnica y en los recursos gráficos utilizados por sus creadores, esta etapa fue muy prolífica para la evolución y consolidación del cartel de tal forma que muchos de estos avances y recursos gráficos se aplican hasta nuestros días.

En el siglo XV con la aparición de la imprenta de tipos móviles inventada por Johan Gutenberg, junto con la litografía descubierta posteriormente (1756) por Aloy Senefelder, dieron a los primeros cartelistas la fortuna de poder reproducir una amplia cantidad de carteles.

A finales del siglo XIX (1891) aparece en Francia en pleno movimiento del Art Nouveau el artista Toulouse Lautrec ( Fig. 8 ) que retoma ciertos elementos de la obra de Jules Cheret

utiliza el color negro en sus primeras obras, entrelaza las formas lisas y crea una ilusión de relieve, se incorporan los elementos caricaturesco, irónico y satírico. Las líneas sencillas y lisas eran elementos que empleaba Lautrec en sus carteles, sus diseños alejaban al cartel de las ilustraciones de libros y de la pintura tradicional de caballete. Los carteles de Toulouse Lautrec constituyen una aportación fundamental al desarrollo del cartel del siglo XX, su contribución se ve reflejada indirectamente en todos los diseños de carteles; Toulouse Lautrec puede ser considerado el padre del cartel propiamente dicho como hoy lo conocemos.

### Cartel Simbolista

El arte simbolista afecto al diseño de carteles, reintroduce en él la iconografía como elemento pictórico, los artistas utilizaban las retorcidas configuraciones lineales y los contornos amorfos del Art Nouveau para des-



Fig. 8 *Moulin Rouge*, primer cartel elaborado por Toulouse Lautrec en 1891.



Fig. 9 Anónimo probablemente de Marcel Lenoir 1897.

cribir tanto lo sagrado como lo profano. Las imágenes que podían expresar en términos equivalentes, la pasión y las excitaciones estaban cargadas de referencias clásicas pues así lo exigía una sociedad que necesitaba enmarcar sus sentimientos. ( Fig. 9 )

“Los carteles asociados a este movimiento afectaron directamente al cartel, pues sus carteles contenían en cuanto a documentos una información visual que no había de presentarse necesariamente en forma naturalista. Rostros agrandados casi expresionistas, festones decorativos compuestos de ojos signos antiguos y símbolos se mezclan unos con otros sin excesivo cuidado por respetar las tradicionales reglas de la composición pictórica.”<sup>1</sup> La mayoría de los cuadros simbolistas parecen carteles con temas alegóricos, este resurgimiento de la iconografía fue de gran importancia, para la pintura y el grafismo.

El uso de símbolos confiere al diseño una realidad y una unidad propias; ya no es necesario disponer los objetos dentro de los lí-

mites naturalistas propios de la visión unilateral impuesta por la tradición de la pintura de caballete, lo importante es encontrar una silueta que sea expresiva, un símbolo que sólo por su forma y colorido sea capaz de atraer la atención de la multitud, los simbolistas logran otras aportaciones importantes al diseño pictórico que afectaron al curso de la pintura y el diseño publicitario, desarrollaban diversos aspectos de una sola idea dentro de una misma obra de arte; de esta forma podían tratar simultáneamente el pasado y el presente o diferentes aspectos de un mismo tema, por ejemplo lo sagrado y lo profano. Además combinaban las formas de arte para que la misma idea pudiera expresarse pictórica musical y oralmente.

### Cartel Futurista

Dos factores parecen haber actuado en esta época de forma crucial: el diseño formal y el modernismo decorativo. El primero está íntimamente relacionado con el concepto de

<sup>1</sup> Barnicoat John Los carteles su historia y su lenguaje Ed. Gustavo Gili 1995 Pag. 48



Fig. 10 Wladimir Lebedew Ejército y Armada rojos 1919

función que ocupó el lugar de término *ornamento*, utilizado para describir el diseño decimonónico. Implica un diseño con visión de futuro que enlazaría el arte con la industria en la era de la tecnología. El segundo factor, el modernismo decorativo, prosperó de una época de abundancia. Representaba fundamentalmente un trabajo individual y en lo que a carteles se refiere estuvo relacionado con la pintura. ( Fig. 10 )

### Cartel de la Bauhaus

La Bauhaus ha resaltado la forma geométrica, el espacio reticulado y el uso racionalista de la tipografía además de la aplicación sumamente analizada de los recursos gráficos aplicados a soportes gráficos como el cartel. En la Bauhaus se reunieron varias corrientes vanguardistas y se dedicaron a la producción de tipografía, publicidad, productos y arquitectura. En lo referente a la publicidad uno de los soportes gráficos más representativos es el cartel, soporte que hace alarde de sus recursos gráficos utilizados y pone de manifiesto sobre todo en la etapa de la Bauhaus su efectividad en la interacción e influencia con el público. El modernismo formal alcanzaría su síntesis en el modernismo decorativo del movimiento del Bauhaus, en él existieron dos periodos, el primero abarca desde los finales del Art Nouveau en 1900 hasta el auge de la Bauhaus en los años treinta y el segundo coincide con la primera etapa decorativa de la sociedad de consumo que se inicia tras la Segunda Guerra Mundial. ( Fig. 11 )



Fig. 11 Cartel para la exposición Bauhaus de Joos Schmidt, 1923.

### Cartel Dadaísta

El movimiento dadaísta surgió de la angustia que provocó la guerra mecanizada. El elemento más importante del diseño de la época es la búsqueda de un nuevo orden estructural además coincide con el movimien-





Fig. 12 Cartel para un recital de Dada Kurt Schwitters y Theo van Doesburg, La Haya, 1923.

to futurista en el uso de la tipografía caótica con movimientos que es más latente en lo que llamamos aquí movimientos artísticos formales como el cubismo y el constructivismo entre otros. ( Fig. 12 )

### Cartel cubista

“La pintura suponía un nuevo lenguaje que tendía a la abstracción, sin embargo por mucho que se alejaron los cubistas de

<sup>2</sup> Ibid. P. 75

la realidad, siempre regresaban a ella pues el cubismo fue un arte preocupado por la realidad”<sup>2</sup> y los cubistas una doble aproximación intelectual y sensual del artista a la realidad, la invención del artificio técnico del collage apareció en esta época. El artista cubista analizaba lo que él sabía del objeto que tenía ante él y lo representaba desde todos sus ángulos simultáneamente, lo cual obligaba a descomponer la realidad en piezas para luego componer estos fragmentos en un obra estructural, el cubismo fue una revolución tanto intelectual como sensorial, que influyó de forma importante en la evolución del cartel.

### Cartel Formal

El cartel se convierte de manera más directa en una máquina de anunciar y en parte integral del proceso repetitivo de la comunicación en serie. ( Fig. 13 )

El cartel exige una absoluta renuncia por parte del artista. Éste no debe de afirmar en su



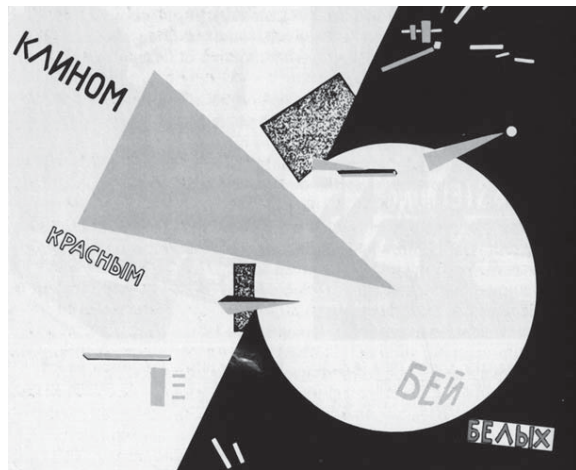
Fig. 13 Cartel Formal *Etoile du Nord* de Cassandre, 1927.

personalidad si lo hiciera actuaría en contra de sus obligaciones, la pintura es un fin en sí misma “El cartel es sólo un medio para un fin, un medio de comunicación entre el comerciante y el público algo así como el telégrafo. El diseñador de carteles tiene el mismo papel que el funcionario de telégrafos: él no inicia

las noticias simplemente las trasmite; nadie le pide su opinión, sólo se le pide que proporcione un enlace claro, bueno y exacto.”<sup>3</sup>

### Cartel Suprematista

La conexión entre pintura abstracta y la nueva tipografía no está en el uso de las formas abstractas si no en la similitud de los métodos de trabajo. En ambas el artista debe



**Fig. 14** Cartel Suprematista El Lissitzky, Golpeando a los Blancos con la Cuña Roja, 1919

<sup>3</sup> Ibid., p. 81

<sup>4</sup> Ibid., p.147

de hacer primero un estudio científico de los materiales disponibles y después forjarlos en una entidad.

Las obras de arte, (carteles) son creaciones sutiles de orden conseguido a partir de elementos simples y opuestos. ( Fig. 14 )

Esto expresivamente es lo que la tipografía está intentando hacer y por ello busca estímulos y conocimientos en el estudio de tales pinturas.

“Las formas del suprematismo están incluidas de las mismas fuerzas que las formas de la naturaleza, el suprematismo es una nueva forma de realismo pictórico un realismo que es puramente formal porque no hay montañas, ni cielo, ni agua.”<sup>4</sup>

Cada forma auténtica es un mundo en sí mismo y cada superficie pura y sin marcas tiene más vida que un rostro dibujado o pintado con un par de ojos y una sonrisa.

### Cartel Decorativo

La exposición celebrada en París en 1900 y con el fin del Art Noveu en 1925 en Europa apareció el cartel decorativo, donde los artis-



**Fig. 15** Cartel Decorativo *Dubonnet* de Cassandre, 1945

tas aplicaban las formas sencillas y lisas inspiradas en los hermanos Beggarstaff. ( Fig. 15 ) En Francia, los diseños de los modistos como Paúl Poiret y Jean Cocteau prepararon el camino a un estilo decorativo que sería más evidente en aquellos días, ejemplos de cartelistas importantes de esta época son: A Mercier Bernard Becan, Le Transport Gratuit, Paúl Thevenez, Lucian Bernhard.



## Cartel Expresionista

A finales del siglo XIX apareció una de las principales corrientes artísticas, el llamado movimiento del expresionismo, una declaración artística alternativa al naturalismo, este movimiento adquirió vigencia con las pinturas de Van Gogh y Edgard Munich, podemos mencionar el cartel que diseñó Ernst Ludwig Kirchner en 1910 como un ejemplo característico del cartel expresionista.

El expresionismo tenía sus fuentes que se sumaron a la creciente historia del cartel, éstas eran entre otras las xilografías y grabados medievales, el auge del expresionismo como movimiento artístico coincidió con el desarrollo del cine, y al diseño del cartel lo afectó de forma directa, se aplicó mucho el manejo del claroscuro y la sombra en carteles de películas como *Metrópolis*, aunque también en el cartel expresionista existió el brillante color pero con una tendencia muy marcada por un grueso contorno negro,

aunque también aplicaron recursos como el gesto distorsionado o la pincelada gruesa o el uso pictórico de grandes superficies de color. ( Fig. 16 )

## Cartel realista

“La ilustración directa y sin modificaciones en los carteles es tan antigua como el



Fig. 16 Cartel Expresionista *Wozzeck* de Jan Lenica, 1964.

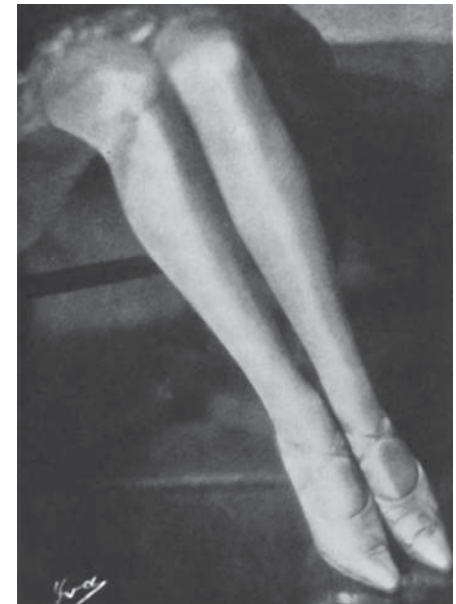


Fig. 17 Cartel Realista *Toller Yva Berlín* Jelsbach & Co 1927.

cartel mismo. La fuerza publicitaria, lograda mediante la pureza del diseño puede alcanzarse también limitándose a reproducir el artículo mismo clara y bellamente, con lo que éste se convierte en un agente publicitario muy potente para los clien-

tes".<sup>5</sup> Los carteles realistas se identifican desde ilustraciones sin modificación o exageración alguna, hasta fotografías, todos ellos con el fin de realizar una imagen lo más cercana a la real ( Fig. 17 ) artistas desde Leger a Andy Warhol son grandes exponentes de este tipo de carteles.

### Cartel surrealista

El movimiento surrealista se puede definir como la revelación de una nueva dimensión de la realidad revelación que es posible cuando no se requiere de la racional para sustituirla por una asociación arbitraria de imágenes del mundo real esto da por resultado una experiencia de nuevo tipo, los artistas surrealistas también utilizaron los métodos dadaístas de la yuxtaposición y la sorpresa que se experimenta al ver una asociación insólita o inesperada de elementos realistas. ( Fig. 18 )"Los diseñadores de carteles han utilizado el surrealismo por tres razones muy simples. En primer lugar el empleo del realismo hace

<sup>5</sup>Ibid., p. 147

<sup>6</sup>Ibid., p. 77

<sup>7</sup>Ibid.,P. 56



Fig. 18 Cartel Surrealista *Jazz St Germain* de Tetsuo Miyahara 1968.

de su obra algo familiar y aceptable. En segundo lugar la sacudida que provoca el descubrir que la imagen se suponía actúa como un enérgico recordatorio de ésta y

en tercer lugar dentro del surrealismo es lícito presentar una misma idea de varios modos simultáneamente" <sup>6</sup>.

### Cartel hippie

El movimiento hippie contenía una estimulante forma de decoración que debe mucho al Art Nouveau y al simbolismo de principios de siglo.

"Los puntos de coincidencia son numerosos, los diseñadores del cartel hippie recurren mucho al pasado,"<sup>7</sup> como si éste se constituyera parte integrante de su experiencia; estilísticamente hablando, el pasado participa del presente, las largas túnicas, las barbas al viento, las drogas ( Fig. 19 ) y el unisexo son expresiones tan simbólicas como hippies, este cartel es más brillante que su predecesor; se han resucitado algunos métodos empleados por los diseñadores pero exagerándolos y ampliando sus defectos, así el cartel hippie se utiliza para crear un entorno total al igual que el Art Nouveau.



Fig. 19 Cartel Hippie *Dylan* de Alfred Leete 1964.

### Cartel Político

El mundo con cambios constantes en su forma de gobernar, requirió del cartel para promover y comunicar al mundo las nuevas formas de gobernar, así al final de la primera Guerra Mundial las conmociones políticas

de Rusia y otros países señalaron una nueva dirección al cartel político aprovechándolo de forma notable, ( Fig. 20 ) y así los cartel- es políticos han seguido siendo una forma más de la persuasión comercial o una forma artística de un anuncio político.



Fig. 20 Cartel Político *Tu país te necesita* de Alfred Leete 1914.

El cartel es un sistema de comunicación gráfica que existe desde hace tiempo, ha estado presente en buena parte de la historia de mundo y del ser humano; se ha utilizado como un sistema para comunicar desde ideas, conceptos e información hasta convocar a movimientos armados o políticos. Este medio ha evolucionado y se ha transformado con el paso del tiempo, ha influenciado y también se ha visto influenciado por los movimientos artísticos donde ha intervenido en el tiempo. Gracias al cartel destacaron figuras como Toulouse Lautrec y Cassandre. Es importante conocer la parte histórica en la que ha intervenido el cartel, para poder aprender de las diferentes manifestaciones artísticas en donde ha estado inmerso. Además es necesario para el diseñador conocer la parte evolutiva en que el cartel ha estado presente para conocer analizar y tener las bases de lo que ya se hizo, aprender de ello y mejorarlo. En el siguiente punto mencionaremos la clasificación del cartel, y las diferencias que existen entre los diferentes tipos de cartel, e identificarlos.

## 2 Clasificación del cartel

El cartel es un medio de comunicación masivo que informa una gran variedad de temas, "constituye un recurso valioso para la difusión de información o para objetivos estéticos."<sup>8</sup> En nuestros días existen una gran variedad de carteles, es por ello que para poder saber las diferencias entre ellos se han creado distintas clasificaciones, las principales son las que se mencionan a continuación.

### 2.1 Cartel Informativo

Es aquel que nos proporciona información sobre algún tema o evento en particular, por ejemplo un curso, conferencia, reunión social, este tipo de cartel utiliza un tratamiento de tipo directo, sin alteraciones en su información, en muchos casos su mensaje es de mucha importancia, existen carteles que sólo llevan texto, los cuales en la mayoría de los casos este se convierte en un motivo gráfico. ( Fig. 21 )

<sup>8</sup>Prieto Daniel Elementos para Análisis del mensaje Barcelona España Instituto Parragón 1968 Pag. 97



Fig. 21 Cartel Informativo promoviendo el XXII Festival del centro Histórico 2006.

### 2.2 Cartel Formativo

Es aquel que se emplea para influir de manera directa en el comportamiento del receptor nos invita a la reflexión, formando hábitos, criterios o aptitudes, y en algunos casos nos hace cambiar de actitud, en la mayoría de los casos la imagen domina sobre el texto y a ésta se le

aplican diferentes factores físicos y emotivos; debe de poseer un intenso atractivo visual, es un excelente medio para persuadir y formar alguna conducta en el perceptor. ( Fig. 22 )

### 2.3 Cartel Formativo Informativo

Es la función de ambos contenidos, dando como resultado un cartel que crea con-



Fig. 22 Cartel Formativo sobre los niños de la calle.



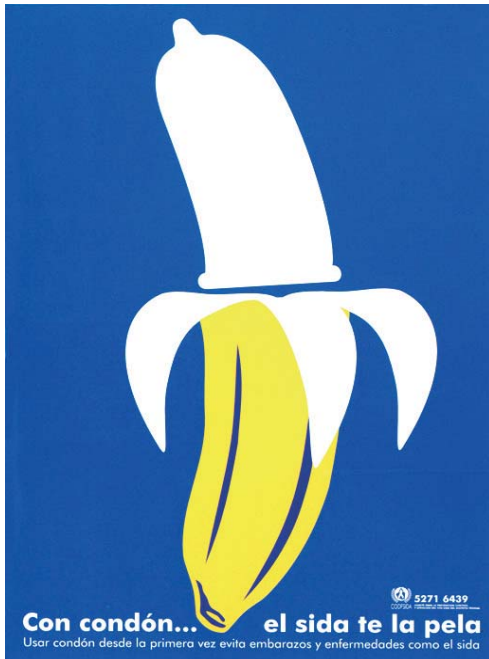


Fig. 23 Cartel Formativo Informativo de la prevención del SIDA.

ciencia de un tema en específico, informa y hace reflexionar puede crear conductas y criterios por ejemplo los carteles del ahorro del agua o el de las campañas de vacunación contra el SIDA. ( Fig. 23 )

## 2.4 Cartel por ubicación

Esta clasificación fue realizada por Daniel Prieto tomando en cuenta el lugar donde se colocan los carteles:

### 2.4.1 Cartel Urbano

Se divide a su vez en espectaculares y dimensionales, los espectaculares se colocan en puntos estratégicos de la ciudad o en lugares muy transitados, para ser vistos con facilidad; por sus grandes dimensiones son captados a grandes distancias. ( Fig. 24)

Los carteles dimensionales se encuentran en muros de supermercados, medios de transporte y en general en lugares concurridos por el perceptor.( Fig. 25 ) El cartel urbano debe de atraer la atención instantáneamente, porque regularmente las personas no se detienen a leer el texto u observar los gráficos; en pocos segundos debe ser percibido. Debe de tener un mínimo de tipografía y una imagen clara.

### 2.4.2 Cartel Institucional

Es el que se encuentra colocado dentro de edificios, universidades, sindicatos, escuelas etc. A diferencia del anterior a éste se le dedica más tiempo para ser observado; el texto puede aumentar y la imagen en ocasiones se vuelve más compleja. ( Fig. 26 ) Hay que cuidar no exagerar en el uso de la tipografía y de la información, porque entonces se convertirá en un periódico mural, este cartel está diseñado para un tipo de personas, que conocen en mayor o menor medida el tema que se está tratando.



Fig. 24 Cartel Espectacular colocado en una estructura de metal para verse a gran distancia.





Fig. 25 Cartel Dimensional colocado en la calle.

### 2.4.3 Cartel de uso Cotidiano

Estos carteles se colocan en viviendas y habitaciones particulares, comúnmente son decorativos aunque y con funciones de tipo referencial, contiene información respecto a un lugar colonia o delegación en específico. ( Fig. 27 ) El motivo gráfico ocupa un primer plano, es un factor primordial para el perceptor aunque en ocasiones se utilizan textos abundantes.

## 2.5 Cartel por uso

Esta clasificación fue creada para diferenciar todas las características de los carteles, de acuerdo al uso que se le da o con el fin que fueron realizados.

### 2.5.1 Cartel Político

Este cartel se encarga de difundir las ideas o acciones entre la ciudadanía; hoy en día se utiliza para promover o postular algún par-



Fig. 26 Cartel Institucional del 30 aniversario de una institución educativa.

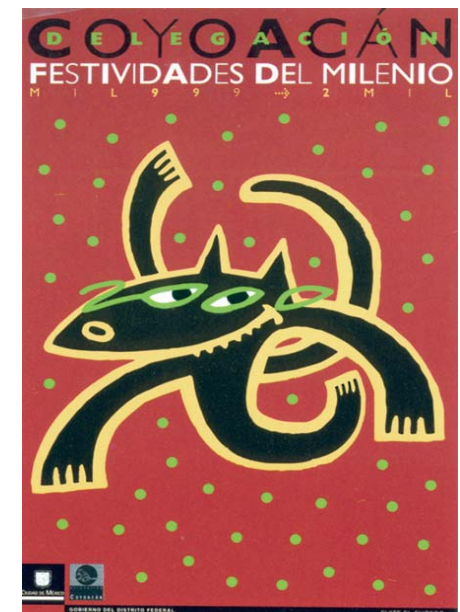


Fig. 27 Cartel uso cotidiano, invitando a una fiesta en una delegación.

tido candidato u organización de carácter político, también se conoce como carteles de propaganda, el cartel político nace como consecuencia del cartel comercial, el diseño de este cartel debe ser actual, de acuerdo al tiempo de las elecciones donde se utilizará. ( Fig. 28 )



Fig. 28 Cartel Político, de un candidato para un puesto de elección popular.

### 2.5.2 Cartel Cultural

La función de este cartel es promover conciertos, exposiciones, muestras o cualquier tipo de evento cultural o artístico, comúnmente va dirigido a un público específico alguna veces con cierto nivel de cultura, este tipo de cartel le permite (en la mayoría de los casos) al diseñador una mayor libertad para poder crear. ( Fig. 29 )

### 2.5.3 Cartel Social

Es el que está relacionado con asuntos donde se involucra la sociedad, su objetivo principal es captar la atención del público con problemas que lo rodean, muchos de estos carteles son de temas de salud, prevención de accidentes, deportes, concursos y educación. ( Fig 30 )

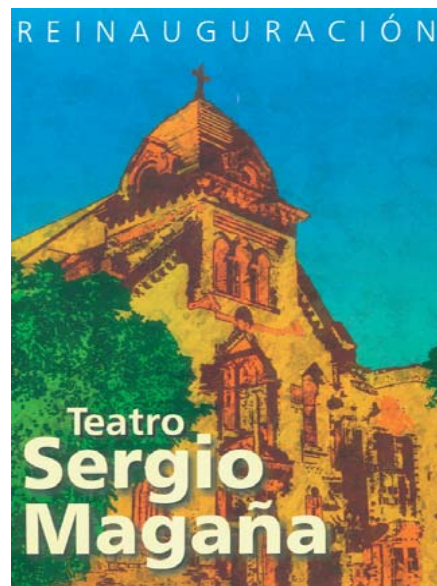


Fig. 29 Cartel Cultural, invitando a la reinauguración de un teatro.

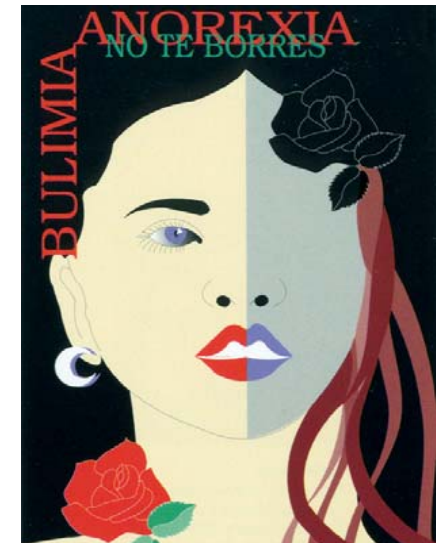


Fig. 30 Cartel Social, previniendo la anorexia.

### 2.5.4 Cartel Educativo

Este tipo de cartel es muy importante porque con él se hacen aportaciones al perceptor, lo informa y lo guía. Es difundido por instituciones que benefician a la comunidad, por lo común el cartel de este tipo es sólo un medio más de un sistema más amplio de comunicación, se emplean otros medios para



Fig. 31 Cartel Educativo, apoyando la salud mental.

difundir la información, como el radio y televisión, regularmente abunda el texto y su distribución es irregular; por lo general cae en la redundancia, la imagen complementa la información que se quiere comunicar. Este tipo de cartel se considera un instrumento pedagógico actual y muy útil en la enseñanza. ( Fig. 31 )

### 2.5.5 Cartel Decorativo

Está diseñado para responder a necesidades visuales, casi es seguro que el perceptor al mirarlo experimentará un goce estético independiente de su mensaje, el elemento principal es la imagen y si presenta texto éste es muy pequeño, en ocasiones el diseñador de este tipo de cartel le resta importancia a la cuestión de la comunicación y antepone lo estético, este tipo de cartel suele llamársele póster por no cumplir una función social, como ejemplo podemos mencionar a los que se colocan en las revistas de moda. ( Fig. 32 )

### 2.5.6 Cartel Publicitario

Este tipo de cartel se dedica a promover y persuadir al perceptor para que adquiera objetos, alimentos o servicios, mostrando el suyo como el mejor producto y convencerlos que hemos hecho una gran adquisición; los carteles publicitarios se basan en imágenes muy atractivas y lo más apegadas a



Fig. 32 Cartel Decorativo, de lucha libre.

la realidad, además son reforzados con tipografía llamativa y con un pequeña frase llamada slogan; se recomienda que "la redacción básica no exceda de siete palabras" su diseño se realiza pensando en una clase social en particular comúnmente es la clase media o alta, este tipo de cartel ha tenido un rápido y amplio desarrollo en nuestros días gracias a la gran cantidad de productos que han salido al mercado. ( Fig. 33 )

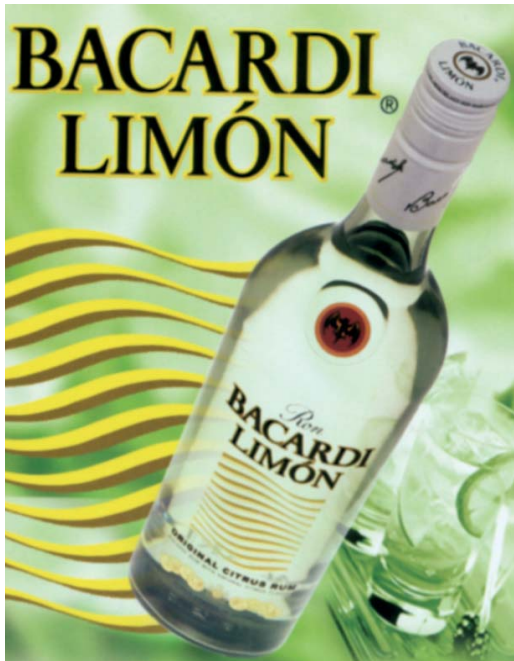


Fig. 33 Cartel Publicitario promoviendo vinos.

En nuestros días existen una infinidad tipos de carteles, por ello es necesario clasificarlos para diferenciarlos y comprenderlos mejor. Desde la recurrente clasificación de formativo, informativo, formativo-informativo, pasando por la clasificación

de acuerdo a su ubicación, su utilización o uso hasta el tipo de información y el fin que persigue. Este tipo de clasificaciones, que parecieran innecesarias o hasta cierto punto exageradas, son importantes para entender mejor la gran variedad de carteles que existen hoy en día, además nuestra función como diseñador, no sólo se enfoca en realizar un cartel, debemos de conocer las diferencias que existen entre cada uno de ellos para poder obtener un resultado satisfactorio para nuestro cliente y principalmente para el público al que va dirigido.

En el siguiente punto se mencionarán los principales elementos de que está compuesto un cartel hoy en día.



### 3 Elementos de un cartel

En todo cartel deben de existir elementos básicos para que sea considerado como tal, estos elementos que describiremos a continuación son: Formato, Tamaño, Diagramación, Motivo gráfico y Tipografía.

#### 3.1 Formato y Tamaño

##### Formato

Es la superficie bidimensional (anchura por altura) del papel u otro material en el cual se va a diseñar el cartel, existen dos tipos de formato: el vertical y el horizontal, el primero de ellos es el más utilizado por el diseñador, ( Fig. 34 ) aunque también existen carteles horizontales también conocidos como apaisados. ( Fig. 35 ) La elección de un formato dependerá en gran medida de las intenciones del mensaje y la composición, el formato del cartel está en manos del diseñador y las necesidades del cliente.

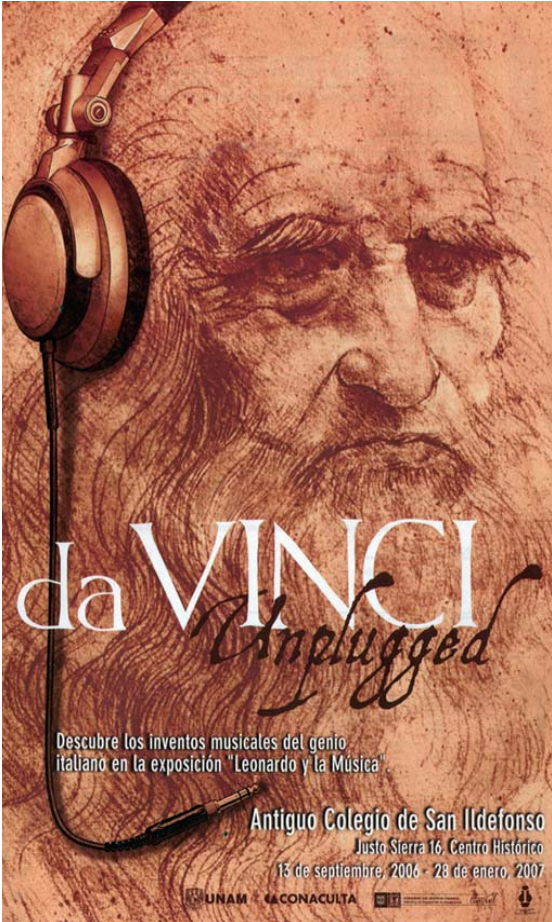


Fig. 34 Cartel Vertical, el formato más común para un cartel.

##### Tamaño

El tamaño del cartel se debe de considerar dependiendo del lugar en el que se colocará, el público al que va dirigido y la distancia que estará en contacto con el público en general.

Existen dos tipos de cartel: los que se colocan en muros y paredes al exterior, dirigidos a personas que van de paso, por lo tanto



Fig. 35 Cartel Horizontal, un formato que es menos utilizado.



Fig. 36 Cartel colocado al exterior, para ser visto por los transeúntes.

el mensaje debe de presentarse de forma tal que pueda ser captado rápidamente. (Fig. 36)

Y los carteles de menor tamaño diseñados para colocarse en muros interiores, escaparates, vitrinas y mostradores, se dirigen a un público especializado que tiene un interés determinado para observarlos con calma, en algunas ocasiones son reducciones de los carteles exteriores. ( Fig. 37 )

La variedad de tamaños que existen para el cartel es muy amplia, por una par-



Fig. 37 Cartel colocado en el interior de una galería, para ser visto por los visitantes con más tranquilidad.

te existe el formato internacional o DIN (Deutsche Industrie Norm) la medida Standard o típica para ser vista por el espectador a uno o dos metros es de 70 x 100, de aquí surge la mitad de la hoja que mide 50 x 70 cm, el cuarto de hoja que mide 35 x 50 y el octavo de hoja que mide 25 x 35 cm, aunque este tamaño no es muy usado para realizar carteles. ( Fig. 38 )

Por otra parte existe también el cartel que mide 40 x 60 cm, que en la mayoría de las ocasiones se utiliza en las calles de nuestro país, además de los carteles con las medidas de 57 x 87cm y 70 x 95cm. ( Fig. 39 )

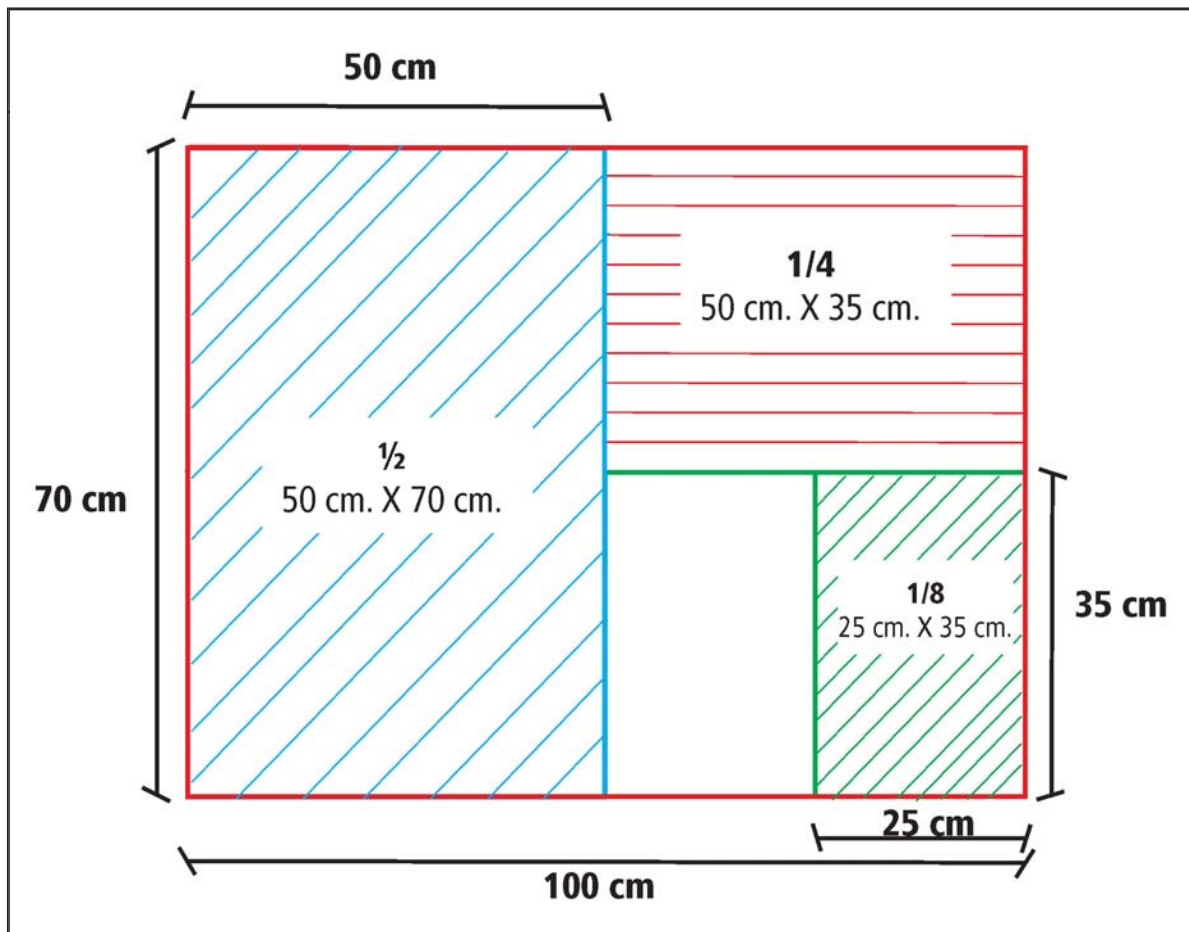


Fig. 38 Medidas *Din* Internacionales, utilizadas para hacer carteles.

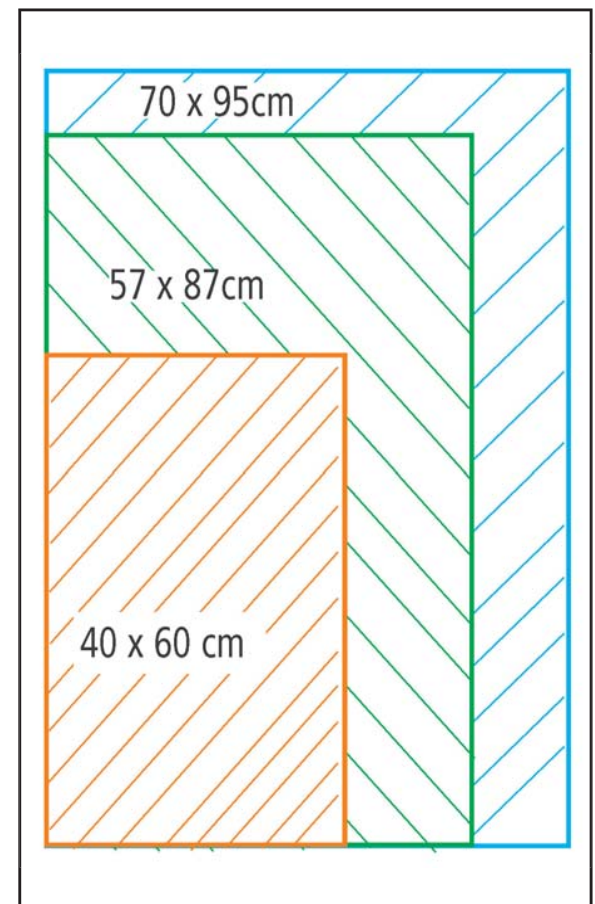


Fig. 39 Medidas más utilizadas en México para hacer carteles.



### 3.2 Diagramación

Para realizar cualquier cartel el diseñador necesita de un apoyo para poder distribuir el o los elementos que colocará en el cartel, es por ello que se auxilia en la diagramación o estructura para realizar de forma coherente y correcta el diseño de carteles.

Llamamos diagramación a toda estructura que sirve de apoyo para la buena distribución de elementos, con coherencia y organización del diseño en cualquier soporte gráfico. Es toda división coherente de un espacio-formato y puede servir de diagramación como principio ordenador pero es claro que cierto tipo de seccionamientos del plano resultan más adecuados, a continuación se mencionan algunos:

#### Red

La red es una de las diagramaciones más usadas en los aspectos gráficos una red básica, "un enrejado básico consta de una serie de módulos cuadrados perfectos que a su vez

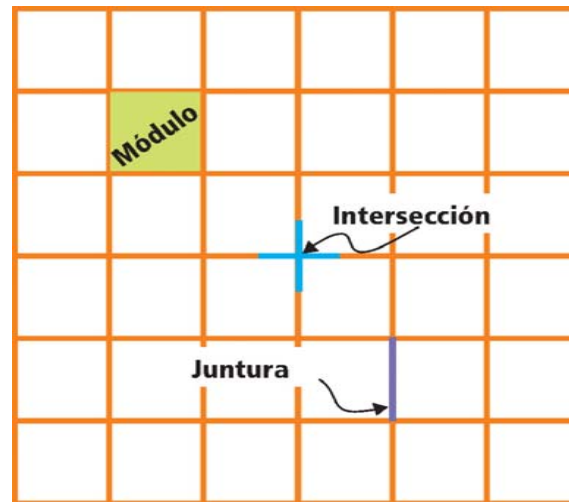


Fig. 40 Red, una de las diagramaciones más usadas en aspectos gráficos.

se forman por otros elementos que son los siguientes: Modo, Intersección y Juntura"<sup>7</sup> ( Fig. 40 )

#### Retícula

Es una serie de líneas verticales y horizontales que forman módulos separados por un pequeño espacio uniformemente provocado de manera horizontal y vertical, los espacios quedan

alternados uno menor y uno mayor, de manera horizontal y vertical, los elementos de una retícula son campos y constantes; ( Fig. 41 )

"El uso de retícula en soportes gráficos puede producir la impresión de armonía global, transparencia, claridad y orden configurador que favorece la credibilidad de la información y la confianza"<sup>8</sup>

La retícula es otro recurso que el diseñador puede utilizar para diseñar carteles.

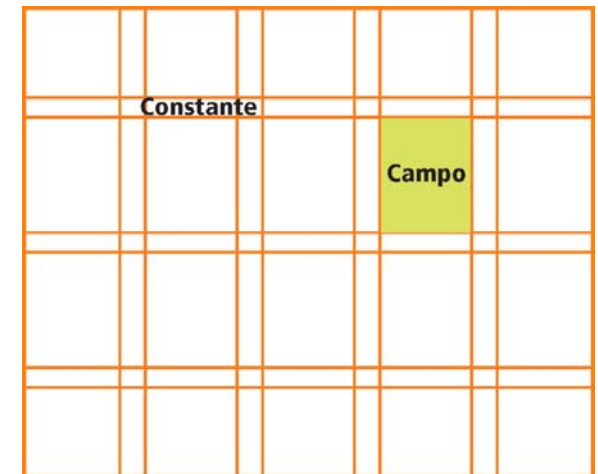


Fig. 41 Retícula es recomendada para todo tipo de soportes gráficos.

<sup>7</sup> Muller Brockman Sistema de Retículas un manual para diseñadores Barcelona Ed. Gustavo Gili1982 pag 16

<sup>8</sup> Muller Brockman Sistema de Retículas un manual para diseñadores Barcelona Ed. Gustavo Gili1982 pag 13



### Trama

Es una serie de líneas horizontales o verticales separadas por espacios diferentes que pueden crecer o decrecer geoméricamente o bajo cualquier otro principio organizador. (Fig. 42 )

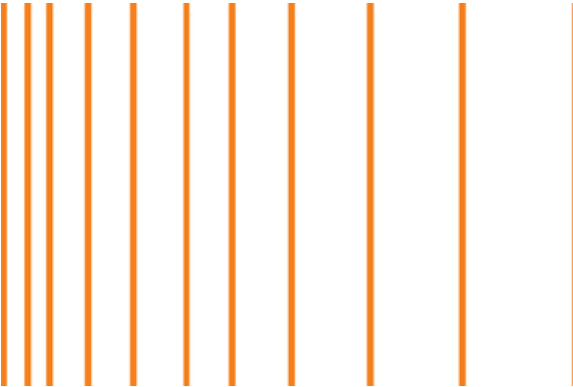


Fig. 42 Trama es recurso menos utilizado para auxiliar en la creación de materiales gráficos.

### Medianas

Es una diagramación en donde el plano se secciona por mitades las veces que sea necesario y una vez trazadas todas las medianas ( Fig. 43) estas se utilizan para organizar y distribuir los

elementos gráficos sobre el espacio-formato, en la diagramación por medianas es factible continuar seccionando el formato, tanto como lo requiera el soporte grafico que se vaya a diseñar, sin perder de vista que el éxito del uso de la diagramación depende en gran medida de la pericia y experiencia del diseñador.

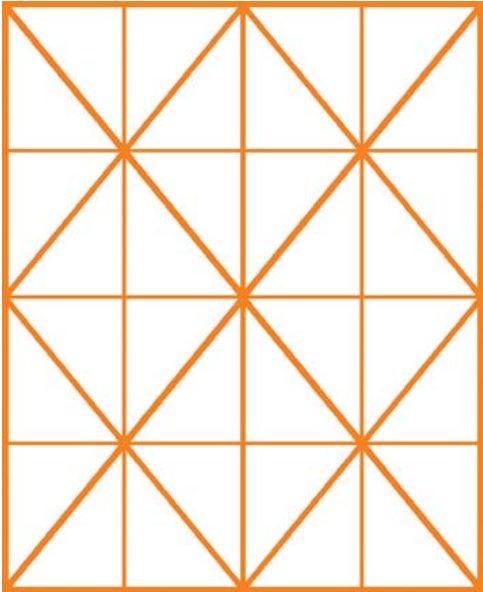


Fig. 43 Diagramación por Medianas.

### Rectángulos armónicos

Son una serie de rectángulos dinámicos que nacen del cuadrado, sus relaciones de medidas están entre el lado corto y la diagonal del mismo y las sucesivas diagonales rebatidas. ( Fig. 44 )

### Sección áurea

Es un sistema de proporción que existe en la naturaleza, que se basa en la relación armónica de dos medidas diferentes a partir del numero de oro que es 1.618, es el equilibrio de las diferencias. El número de oro surge de la serie de Fibonacci que es la siguiente: 1,2,3,5,8,13,21,34,55,89,144,233,377,610, etc. En esta serie de Fibonacci se simboliza la constante relación armónica entre magnitudes diferentes, esta proporcionalidad de medidas diferentes es perpetua entre objetos cultos geoméricamente y es lo que se conoce como proporción áurea. Cada siguiente número es la suma de los dos anteriores, de tal manera que no importa la cantidad sino

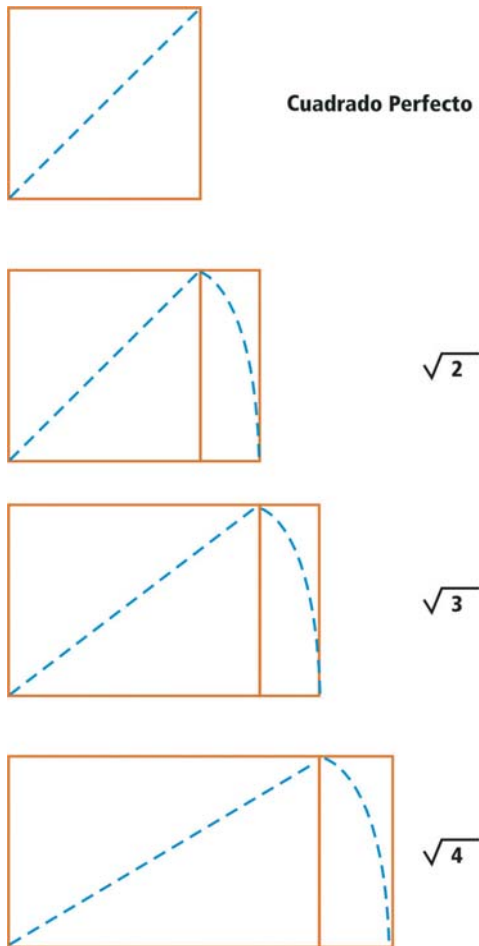


Fig. 44 Rectángulos armónicos.

la relación de proporción, es decir la relación de proporción siempre será constante a pesar de que las cantidades sean diferentes.

El número de oro surge de la operación:

$$\frac{21}{34} = 1.618$$

Si observamos estos números pertenecen a la serie de Fibonacci, si procedemos a la inversa, o sea:

$$\frac{34}{21} = 0.618$$

De tal manera que 1.618 y 0.618 representan en proporcionalidad exactamente lo mismo.

De este funcionamiento matemático surge todo un sistema de proporción muy utilizado en la historia del arte y del diseño, de donde surge la red áurea. Esta se logra seccionando el plano áureo vertical y horizontalmente en los puntos áureos, que son las líneas verticales y horizontales que muestran el símbolo

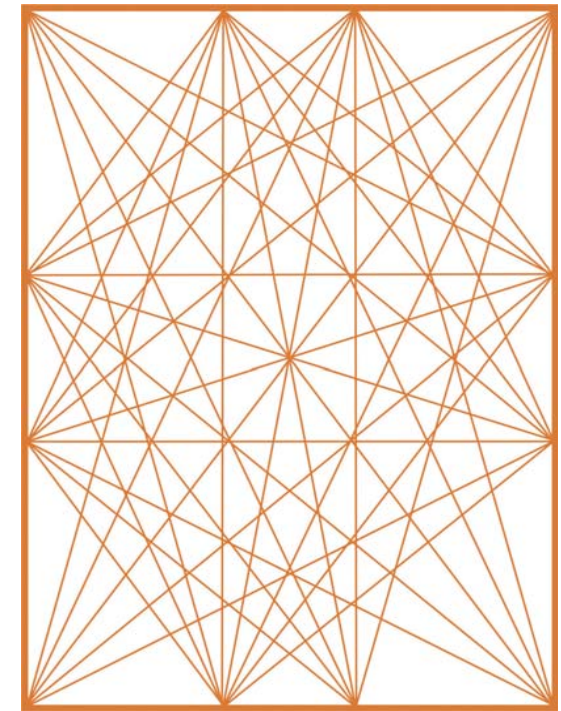


Fig. 45 Red áurea.

de sección áurea, posteriormente se unen los puntos áureos todos contra todos, resultando un tramado de líneas en equilibrio áureo que se pueden utilizar como diagramación en un soporte gráfico. ( Fig. 45 )

### Motivo Gráfico

Es la imagen que nos va a describir la idea central del cartel, es la representación de la forma o imagen que describe el concepto primordial del cartel. El motivo gráfico puede ser: una ilustración (dibujo, pintura, comic, etc) creada por el mismo diseñador u otra persona de forma manual o digital. ( Fig. 46 )

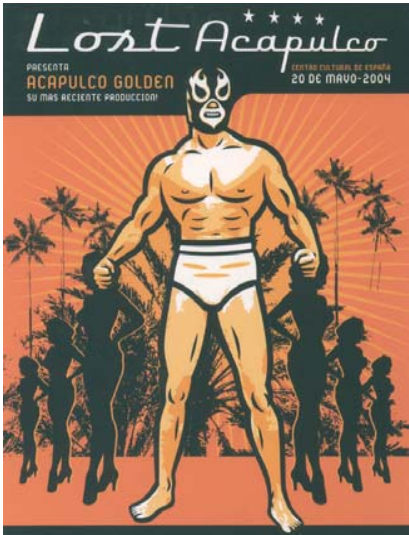


Fig. 46 Ilustración motivo gráfico utilizado para un cartel.

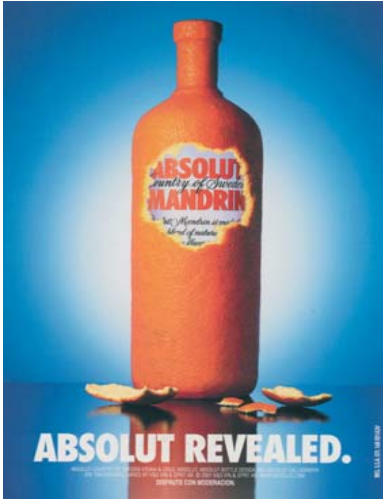


Fig. 47 Fotografía motivo gráfico más utilizado en actualmente para un cartel.

Una fotografía ya sea tomada de forma manual o digital realizada por el diseñador u otra persona. ( Fig. 47 )

### Formas orgánicas o naturales

Son formas reales de un objeto que no tienen ninguna alteración en su naturaleza, por ejemplo las representaciones de la figura humana, animales y formas vegetales. ( Fig. 48 )

### Formas geométricas

Son formas muy perceptibles y fáciles de reconocer, contiene muchos rasgos característicos de la geometrización de cualquier forma natural, pueden ser simples o compuestas, no se requiere de mucho esfuerzo para ser observadas y están representadas con un fuerte impacto visual. ( Fig. 49 )

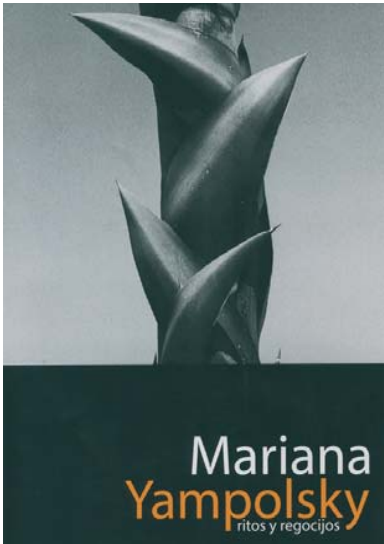


Fig. 48 Formas orgánica o natural ocupada en un cartel.

## Formas Abstractas

Son imágenes con significado simbólico con un estilo muy personal por parte del diseñador, se necesita de mayor observación por parte del perceptor, frecuentemente no tiene ninguna relación con algo conocido, son imágenes que se utilizan simbólicamente, y de una forma expresiva muy particular por parte del diseñador, por lo mismo requieren de una mayor participación por parte del perceptor. ( Fig. 50 )



Fig. 49 Formas geométrica para un cartel, promocionando un evento cultural.



Fig. 50 Forma abstracta de un cartel, para un anuncio de un despacho de diseño gráfico.

## 3.4 Tipografía

Podemos decir que la tipografía es el procedimiento de imprimir, donde se utilizan caracteres o tipos móviles, "se define a un tipo móvil básicamente como una pieza rectangular de metal en cuya parte superior esta grabado o fundido una letra de un alfabeto en específico que al componerse

con otros tipos forman palabras que se utilizan para imprimir."<sup>9</sup>

Actualmente la palabra tipografía puede considerarse como: todo símbolo visual visto en la página impresa. Estos símbolos colectivamente se denominan caracteres e incluyen letras, números, signos de puntuación y otros símbolos diversos, como el signo de pesos, la letra arroba etc.

### Partes de una letra

Es primordial saber las partes que componen cualquier tipografía, pues como diseñadores debemos conocer cada una de sus partes:

**Altura x:** La profundidad del cuerpo central de la letra minúscula como ejemplo a, r, i, c, etc; está basada realmente en la letra x.

**Blanco interno:** espacio en blanco dentro de una letra.

<sup>9</sup> a! DISEÑO. Revista bimestral junio-julio 2004. Editorial Magno Estar, México 2004. Pag. 59



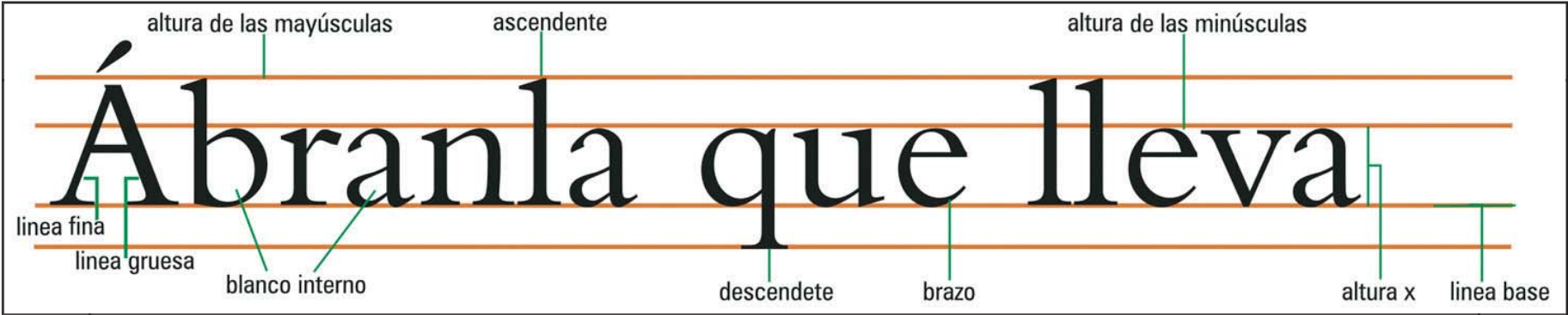


Fig. 51 Partes principales de la letra.

**Línea fina:** rasgo delgado de una letra.

**Remate:** rasgo final en la terminación del rasgo principal de una letra.

**Ascendentes:** la parte de las letras minúsculas que se prolongan por arriba de la altura x.

**Descendentes:** la parte de las letras minúsculas que se extiende debajo de la altura de x.

**Línea de base:** la línea en la que descansan el cuerpo central y las letras mayúsculas.

**Hueco:** espacio en blanco dentro de una letra.

**Línea fina:** rasgo delgado de una letra.

**Remate:** rasgo final en la terminación del rasgo principal de una letra. ( Fig. 51 )

**Clasificación de las letras.**

Con la invención de la imprenta y el paso del tiempo surgió una demanda cada vez más grande por contar con diseños y tamaños adi-

cionales para agregar variedad a los materiales impresos.

A menudo las diferencias son muy sutiles, dos letras que se parecen mucho entre sí pueden tener nombres diferentes porque son surtidas por diferentes empresas "Para facilitar su reconocimiento, el diseñador o tipógrafo debe aprender la forma en que se organizan los tipos.

El tipo se organiza por:  
1) Grupos, 2) Familias, 3) Fuentes."

### Grupos Tipográficos:

Esta clasificación es en respuesta a la evolución que ha tenido la tipografía a través del tiempo y es la clasificación que comúnmente podemos encontrar en cualquier libro o publicación de Diseño Gráfico.

**Romanos:** Los tipos romanos se caracterizan por contrastar rasgos suaves y fuertes y por el uso de remates triangulares.

Estas características hacen que estas letras sean de lectura fácil. El grupo romano se subdivide en dos subgrupos:

#### 1) Estilo antiguo

Es vigoroso, posee fuerza en sus rasgos, su trazo es ancho y uniforme, el trazo une el asta con la curva las letras son proporcionalmente abiertas, son adecuados para escribir textos cuyo contenido es extenso. ( Fig. 52 )

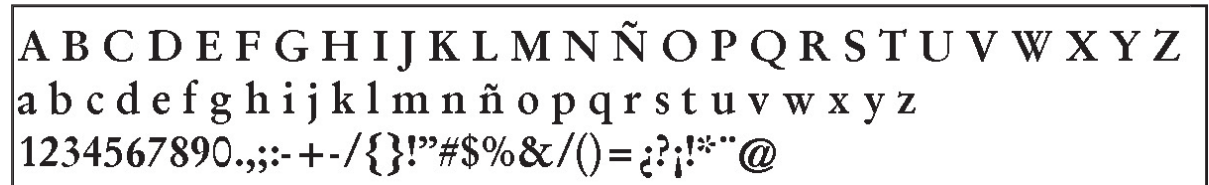


Fig. 52 Letra Garamond, ejemplo de tipografía *Romana antigua*.

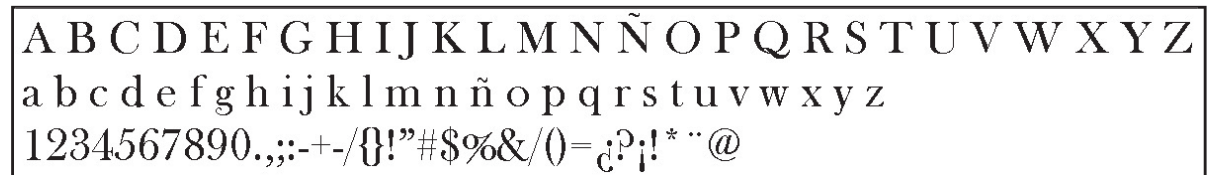


Fig. 53 Letra Baskerville, ejemplo de tipografía *Romana moderna*.

#### 2) Estilo moderno

Fue diseñada hace dos siglos. Recibe también el nombre de transición. La característica más sobresaliente de la letra romana moderna es un remate recto, delgado y discontinuado, funciona mejor para textos cortos. ( Fig. 53 )

#### Egipcio

Su característica principal es la intensidad y grosor de su patín que es cuadrado, estas letras

se usan con mayor frecuencia en encabezados y con menor en textos más extensos. ( Fig. 54 )

#### Grotesca

Estas letras, también denominadas sans serif o palo seco (sin remate) son lo que les proporciona modernidad, ocupan el segundo lugar en frecuencia de uso (sans serif es el equivalente francés para "sin remate") Son esqueléticas, con muy poco o nulo contraste en sus rasgos y carentes de remates. ( Fig. 55 )

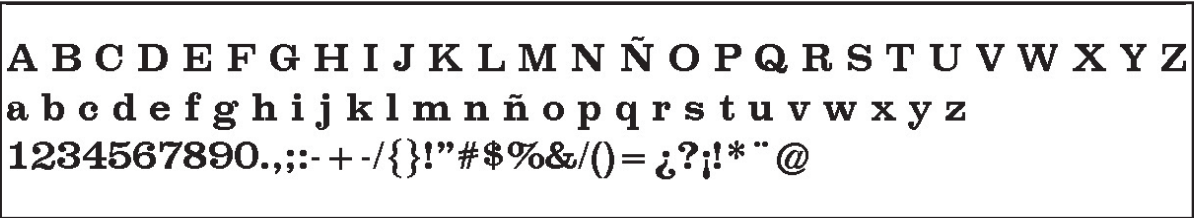


Fig. 54 Clarendon, ejemplo de tipografía *Egipcia*.

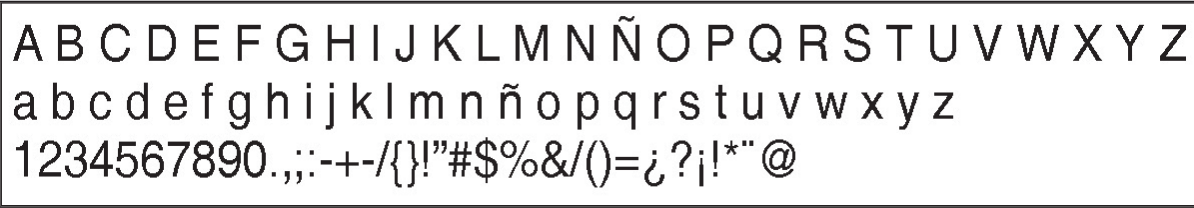


Fig. 55 Helvética, ejemplo de tipografía *grotesca*.

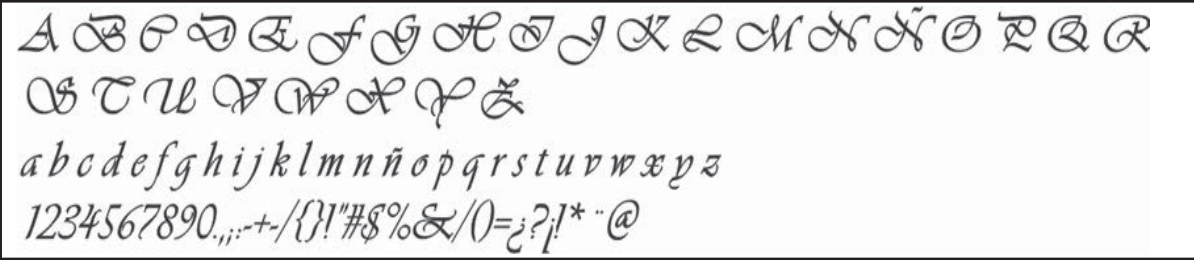


Fig. 56 Vivaldi, ejemplo de tipografía *manuscrita o script*.

**Manuscrita o script**

Las pertenecientes a este grupo emulan la letra manuscrita y emula trazos realizados con pluma fuente y de manera muy suelta. ( Fig. 56 )

**Decorativa o Fantasía:**

Este grupo no puede tener características específicas. Algunas letras podrían clasificarse como "de moda" aunque algunos de estos diseños dificultan la lectura. Las letras novedosas no se prestan para la composición de un texto largo, estos caracteres se utilizan para diseñar logotipos o encabezados muy cortos. ( Fig. 57 )

**Familias tipográficas**

Una familia consiste en variaciones tales de un mismo tipo de letra como amplitud, peso y posición, a estos también se le conoce como estilo tipográfico. Estas variaciones reciben el nombre de light (clara),



Fig. 57 Calaveras, ejemplo de tipografía *decorativa y fantasía*.

semibold (seminegra), bold (negra) y extra-bold (extranegra). La negra, también conocida como bold es la más común. El estilo tipográfico normal con frecuencia se denomina normal o redondo. ( Fig. 58 )

Las letras inclinadas hacia la derecha reciben el nombre de itálicas o cursivas, en contraste con la posición normal.

### Fuentes tipográficas

Una fuente de tipos consiste en todos los caracteres de mayúsculas, o caja alta, caja baja, cifras, y signos de puntuación. Algunas, por ejemplo tienen versalitas (mayúsculas de altura igual a las minúsculas). ( Fig. 59 )

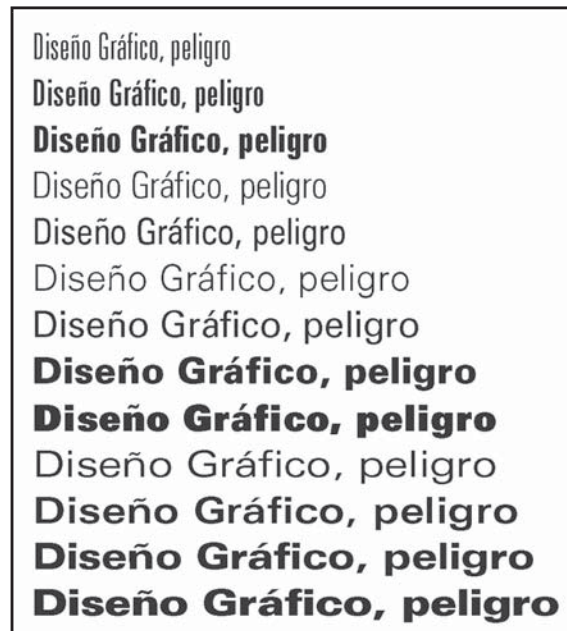


Fig. 58 Variaciones de la familia Zurich.

### Medidas usadas en la Composición Tipográfica

El tamaño del tipo se mide en puntos y la longitud de la línea en picas. Hay 6 picas en una pulgada (2.54cm) y 12 puntos en una pica; por tanto hay 72 puntos por pulgada. Con el sistema de la unidad, el diseñador puede aumentar o disminuir el espacio entre las letras, o bien aumentar o disminuir el espacio entre palabras. ( Fig. 60 )

Estas ventajas permiten:

1. Que pueda mejorarse la legibilidad del tipo.
2. Que pueda modificarse el tono de la mancha de un bloque del texto.
3. La reducción del espacio tanto entre las letras como entre las palabras permitirá acomodar más texto en un espacio dado.

### Legibilidad

El término "legibilidad" sugiere una interacción entre composición y lector.



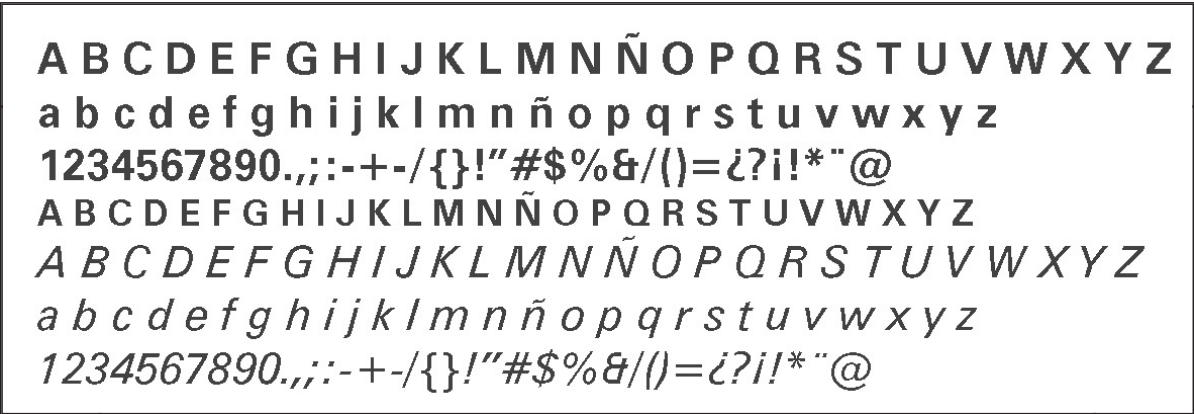


Fig. 59 Variaciones de caja alta, baja y versalitas de la fuente zurich.



Fig. 60 Diferentes medidas aplicadas sobre la fuente zurich.

Si todas las condiciones, incluyendo la comprensión, bajo las que se hace la lectura son constantes, el tipo que se lee más rápido que otro podría establecerse como más legible.

El objeto de mirar una composición no es simplemente verla sino comprenderla, captar el mensaje que lleva; por lo tanto, la comprensión es medular en la legibilidad.

Otros aspectos de la legibilidad es que debe ser estéticamente agradable para ser observado, el diseño de las letras, palabras y líneas, deben ser exhibidas de tal forma que inviten y mantengan la atención.

### 3.5 Color

El color es un elemento primordial para el diseñador gráfico, por ello es importante que conozca todas sus características para poder aprovecharlas de forma correcta, al momento de realizar cualquier proyecto gráfico.

Color es la impresión que hace en la retina la luz reflejada por los cuerpos, sin la luz no hay color, hay materiales, cuerpos u objetos que la reflejan, o la tienen propia como el sol el color es una sensación visual que refuerza una imagen al transmitirla, estimula la sensibilidad humana, acentúa la alegría o tristeza, oscurece o da luminosidad.

Somos sensibles a todos los matices (colores) del espectro cromático. Cuando los primarios están mezclados equitativamente dan una luz blanca llamada luz acromática (luz sin color). Cuando todas nuestras sensibilidades reaccionan en mayor grado, percibimos tanto luz acromática como la luz cromática (luz, con color). ( Fig. 61 )



Fig. 61 Desfragmentación de la luz blanca.

#### Propiedades del color:

##### Tono

“Cada color se identifica por el tono que es la frecuencia de la longitud de onda de un color dado, el tono es una identidad única de cualquier color dentro del espectro que lo diferencia de otro”<sup>10</sup>. Que un color sea primario, secundario o terciario no tiene importancia en relación con el tono. ( Fig. 62 )

##### Matiz

El matiz es sinónimo de color. Con fines de identificación los matices se clasifican y ordenan en una escala circular. (Fig. 63 ) Los tres colores secundarios, el verde, el naranja y el violeta pueden obtenerse mezclando los primarios que están a ambos lados; por ejemplo, el verde se logra mezclando el azul y el amarillo.

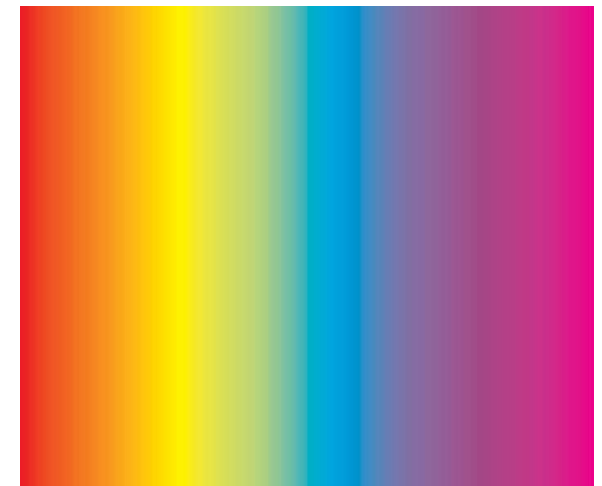


Fig. 62 Tonos dentro de un espectro.

<sup>10</sup> Hotzschlag Molly E. Color para sitios web Ed. Mc Graw Hill Pág 32

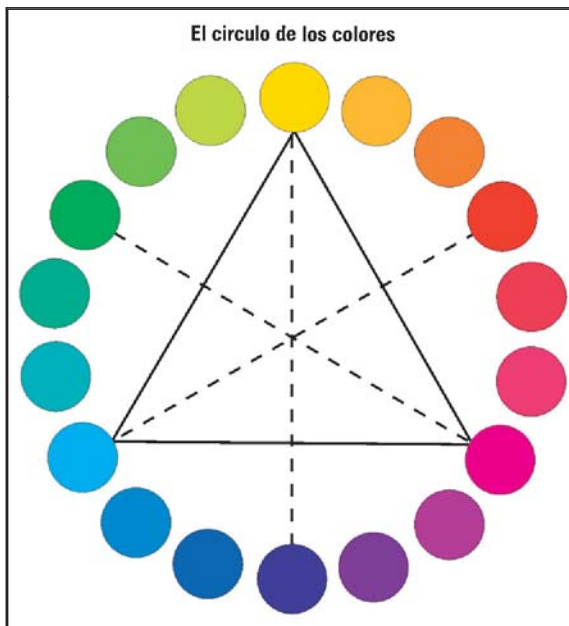


Fig. 63 Círculo de los colores.

## Valor

El valor se refiere a la claridad u oscuridad de un color. Un color puede ser aclarado mezclándolo con un matiz claro del mismo color. La adición de un color blanco produce un tinte. ( Fig. 64 )

<sup>11</sup> Hotzschlag Molly E. Color para sitios web Ed. Mc Graw Hill Pág 33

## Intensidad

“También conocida como pureza, se puede concebir la saturación como la brillantez de un color,”<sup>11</sup> así el color azul real es muy brillante, mientras que el azul marino es más bien opaco. Para reducir la intensidad se agregan o quitan otros colores, el blanco, el negro o la luz. Un color se encuentra en su estado más intenso y saturado por completo cuando es puro y no se le ha añadido negro, blanco u otro color. ( Fig. 65 )

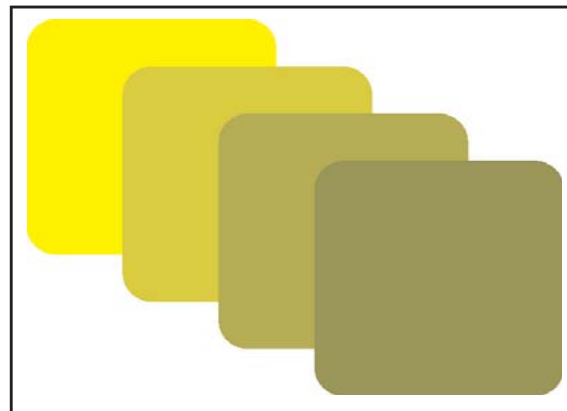


Fig. 64 Diferentes grados de oscuridad de un color.



Fig. 65 Diferentes colores puros.

## Contraste de color

El contraste puede definirse como la diferencia que percibe, entre dos o más elementos un determinado órgano sensorial, por ejemplo mediante el tacto se distinguen el calor y el frío, con el gusto, los sabores dulce, salado, agrio, etc.

En el caso de los colores, las diferencias se detectan visualmente.

Los contrastes de color se clasifican en siete distintos tipos:

## 1 Contraste de Matiz

Este contraste se produce cuando la aproximación "ya sea de un color primario con un primario (azul y amarillo) o un secundario con un primario ( verde y amarillo )" <sup>12</sup>, el contraste aumenta cuando los colores se utilizan en su mayor intensidad y como tintas planas. ( Fig. 66 )

## 2 Contraste de Complementarios

Este tipo de contraste implican la utilización de colores opuestos en círculo cromático, es decir uno de ellos como primario y el otro como secundario.

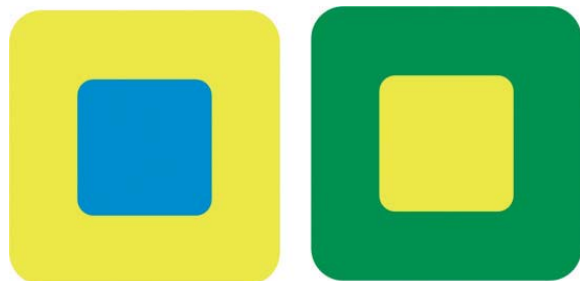


Fig. 66 Dos ejemplos de contraste de matiz.

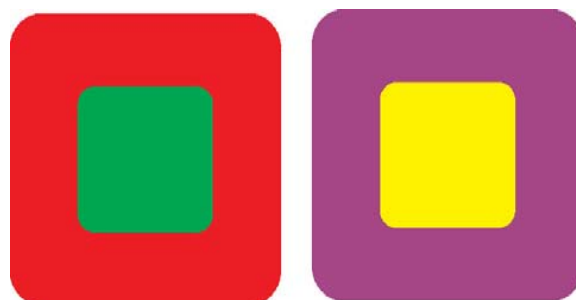


Fig. 67 Dos ejemplos de contraste de complementarios.

El contraste de complementarios es en realidad una expresión muy particular del contraste de matiz. ( Fig. 67 )

## 3 Contraste de valor

Implica las diferencias de claridad u oscuridad que se perciben al comparar dos o más cuerpos o zonas superficiales de distintos colores o tonos de un mismo color. Un ejemplo evidente lo podemos observar en la escala de grises en la que gracias al blanco y el negro se pueden mezclar en una gran variedad de proporciones, obteniéndose el mismo número de tonos grises. ( Fig. 68 )

## 4 Contraste de Intensidad

Consiste en equilibrar los colores de una composición, para procurar que uno de ellos predomine sobre los demás. Este contraste resulta práctico cuando se utilicen espacios muy regulares cuyas áreas sean fáciles de reconocer (círculos, triángulos, cuadrados, etc.) ( Fig. 69 )

## 5 Contraste de extensión

La pureza se entiende como la no mezcla. con blanco, negro gris o complementario. Así el contraste de extensión consiste en la diferencia que se establece entre dos tonos de un mismo matiz con distintos grados de pureza. (Fig. 70 )



Fig. 68 Tres ejemplos de contraste de valor.

<sup>12</sup> Swann, Alan. El color en el diseño gráfico, Editorial Gustavo Gili, Barcelona 1993. Pag 200





Fig. 69 Ejemplo de contraste de intensidad.

### 6 Contraste simultáneo

Este tipo de contraste ocurre cuando dos colores que entran en contacto tienen cambios aparentes de tono, valor, intensidad o tamaño (extensión), específicamente cuando uno de ellos es rodeado por el otro. Por ejemplo: rojo y verde, amarillo y púrpura, azul y naranja.

Un color rodeado muestra un cambio de tono porque se funde óptimamente con el segundo color que lo acompaña, por ejemplo cuando el naranja está rodeado

de color verde lo tiñe y lo hace parecer mucho más rojizo, si el mismo naranja está rodeado de color púrpura, éste tiñe al color naranja y lo hace parecer mucho más amarillo. ( Fig. 71 )

### 7 Contraste de temperatura

Cuando se dice que un color es cálido o frío es debido a que se establece una asociación entre el color y la apariencia visual que presentan elementos materiales, atmósfera ambientales, sujetos a condiciones de frío o calor (relativos).

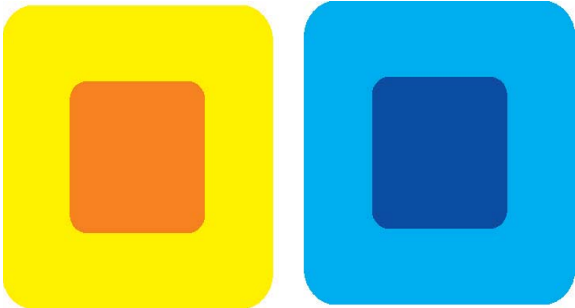


Fig. 70 Dos ejemplos de contraste de extensión.

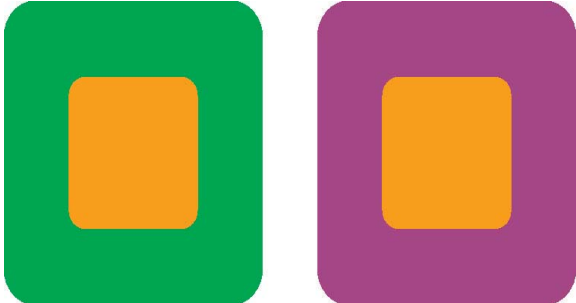


Fig. 71 Dos ejemplos de contraste simultáneo.

El ejemplo de temperatura más evidente lo podemos notar observar entre el rojo (cálido) y el azul (frío) estos presentan los extremos del eje diametral del contraste de temperatura en el círculo cromático. ( Fig. 72 )

En el diseño gráfico es de mucha importancia el conocimiento de los colores y cumple con ciertas funciones que el diseñador debe de conocer, pues con ellos podemos desarrollar un buen proyecto como diseñadores.

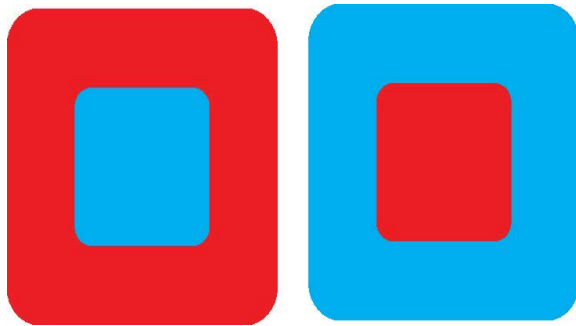


Fig. 72 Dos ejemplos de contraste de temperatura.

### Funciones del color

Las funciones del color son:

#### 1 Llamar la atención

El empleo de color en el cartel debe ser capaz de atrapar la mirada del perceptor a gran distancia y en muy poco tiempo.

#### 2 Producir efectos psicológicos

Los colores tienen la característica de asociarse con sensaciones, como el calor ( rojo), ( azul ) frío, la tensión, la tranquilidad o incluso estimularnos el apetito.

#### 3 Desarrollar asociaciones

El ser humano tiende a vincular o recordar un color con algún objeto, por ejemplo una fresa roja, un cielo azul, una planta verde, etc.

#### 4 Lograr repetición

La capacidad de nuestra mente es mayor para recordar o retener un color que una imagen, por que es más fácil recordar una plasta y color uniforme, que acordarnos de la forma con sombra en fin una serie de cosas que nos interrumpen la estructuración del objeto.

#### 5 Crear una atmósfera placentera

El color puede llamar la atención inicialmente, pero si ésta no es sostenida y convertida en interés, el lector no invertirá tiempo en absorber el mensaje.

A continuación mencionaremos los principales colores y sus connotaciones psicológicas:

**Rojo:** Es el más impulsivo y llamativo, es el color del fuego, el corazón del peligro. expresa la sensualidad, la virilidad, la energía la pasión, el amor y el erotismo.

Aunque también puede significar cólera y agresividad. ( Fig. 73 )

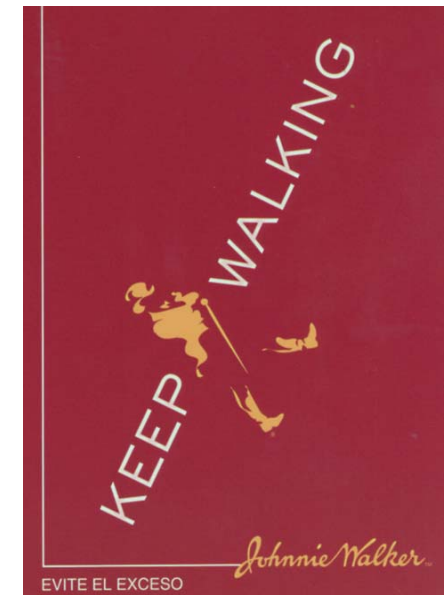


Fig. 73 Cartel compuesto en su mayoría con color rojo.



Fig. 74 Cartel compuesto en su mayoría con color naranja.

**Naranja:** Representa acción, ambición, celebración, cambio, creatividad, competencia, emoción y exageración. Más que el rojo, posee una fuerza activa, radiante y expansiva. Tiene un carácter acogedor, cálido, estimulante y cualidades dinámicas muy positivas y energéticas. ( Fig. 74 )

**Amarillo:** Luz, atracción, exuberancia, realeza, arrogancia. Representa la actividad, alerta, precaución, perdón, amistad, co-

municación, energía, idealismo e imaginación. Es el color del sol, de la luz y del oro, y como tal es violento, intenso y agudo. Está también relacionado con la naturaleza. "Es el color más luminoso, más cálido, ardiente y expansivo"<sup>13</sup>. ( Fig. 75 )

**Verde:** Humedad, vegetación, descanso, paz, esperanza. "Es el color más tranquilo, evoca la vegetación, el frescor y la naturaleza"<sup>14</sup>.



Fig. 75 Cartel compuesto en su mayoría con color amarillo.



Fig. 76 Cartel compuesto en su mayoría con color verde.

Es el color de la calma, la paz, descanso . Representa la aventura, limpieza, comodidad, fertilidad, libertad, buena suerte, prosperidad, relajamiento, paz interior. ( Fig. 76 )

**Azul:** Es el símbolo de la profundidad. Inmaterial y frío, provoca la sensación de placidez, expresa armonía, amistad, fidelidad, serenidad, sosiego, melancolía precaución, riqueza, espiritualidad, sinceridad. Equilibrio, limpieza, frialdad, depre-

<sup>13</sup>Tumbul Arthurt. Comunicación Gráfica, Editorial Trillas, México 1986. P.. 201

<sup>14</sup>Ibid.,P. 203



Fig. 77 Cartel compuesto en su mayoría con color azul.

sión, franqueza y obediencia. Este color se asocia con el cielo, el mar y el aire. ( Fig. 77 )

**Violeta:**En la antigüedad representaba la riqueza. Es el color de la templanza, de la lucidez y de la reflexión. Melancólico, representa: ambición, sabiduría, respeto, experiencia, misticismo, aristocracia, belleza, equilibrio, conflicto, feminidad, independencia, inteligencia, liderazgo, misticismo, nostalgia, orgullo y silencio. ( Fig. 78 )

**Blanco:** El blanco expresa paz, La prudencia, la inocencia, la verdad, pureza e inocencia; crea una impresión luminosa de vacío positivo y de infinito. El blanco es el fondo universal de la comunicación gráfica. Tienen un valor límite, frecuentemente extremos de brillo y de saturación, y también un valor neutro (ausencia de color). También es un potenciador de los colores que le acompañan, realza las características del color que se encuentra cerca de él. ( Fig.79 )



Fig. 78 Cartel compuesto en su mayoría con color violeta.



Fig. 79 Cartel compuesto en su mayoría por blancos.

**Negro:**Representa la nobleza y elegancia, sobre todo cuando es brillante. Es el símbolo del silencio, del misterio el luto, la aflicción. En ciertas ocasiones puede significar impuro y maligno. ( Fig. 80 )

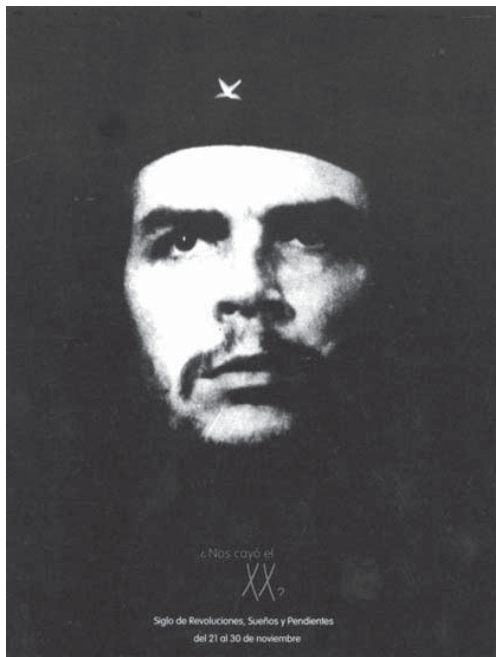
**Gris:** Nos trasmite sensibilidad, calma, soledad.

El diseñador no sólo debe de ser creativo, tener una excelente idea o poseer una gran habilidad para representar objetos por me-



---

dio de imágenes o dibujos para hacer un cartel. Es necesario que conozca la gran cantidad de elementos que lo compone, desde el formato, tamaño, la diagramación, que necesitará para colocar los elementos, la imagen principal o motivo gráfico que contendrá dicho cartel así como la tipografía y



**Fig. 80** Cartel compuesto con color negro.

la gama cromática o colores que contendrá dicho cartel. Todos estos elementos son importantes que el diseñador conozca, los domine y los diferencie para que pueda recurrir a ellos de forma correcta y pueda realizar un cartel que cumpla eficazmente con la función por la que fue creado, que es comunicar una idea o concepto a primera vista y en el menor tiempo posible.

En el siguiente capítulo se habla sobre la institución que encargo cada uno de los carteles presentados en este proyecto.

## Capítulo 2

# Secretaría de Cultura





## 2 Secretaría de Cultura

En este capítulo se hablará de la Secretaría de Cultura, una dependencia de Gobierno del Distrito Federal, que se encarga de fomentar y ofrecer diversas actividades artísticas y culturales a precios muy accesibles y en la mayoría de los casos de forma gratuita, para el público de la Ciudad de México y el área conurbada. Empezaremos por mencionar desde su creación, el equipo de trabajo que labora en esta dependencia, las funciones, los objetivos que persigue y la filosofía que la rige. ( Fig. 81 )

### 2.1 Historia de la Secretaría de Cultura

El 1° de marzo de 1996, la Oficialía Mayor del Departamento del Distrito Federal dictamina la nueva estructura orgánica de la Dirección General de Acción Social, Cívica y Cultural, de la cual se separan la Unidad de Protección Social para adquirir identidad propia.



Fig. 81 Evento organizado por la Secretaría de Cultura en el Zócalo capitalino.

El 30 de junio de 1998 se publica en la Gaceta Oficial del Distrito Federal el Decreto de creación del Instituto de Cultura de la Ciudad de México con la categoría de *órgano desconcentrado*, jerárquicamente subordinado a la Secretaría de Desarrollo Social.

También se reforma y adiciona la Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal, confiriéndole atribuciones en su artículo 46 y suprimiendo a su vez la Dirección General de Acción Social, Cívica y Cultural.

A partir del 31 de diciembre de 1999, con la publicación en la Gaceta Oficial del Distrito Federal, el Decreto de Ley que crea el Instituto de Cultura de la Ciudad de México, se le define como *organismo descentralizado* de la Administración Pública del Distrito Federal y se le considera entonces en la categoría de Entidades Paraestatales con un mayor grado de autonomía en su gestión para poder cumplir plenamente con los fines que le han sido encomendados.

El 30 de mayo de 2001 se envió la nueva iniciativa de Ley para crear la Secretaría de Cultura del Gobierno de la Ciudad, que permitió elevar el nivel y los recursos para la acción cultural, en la Ciudad de México.

En enero de 2002, el Jefe de Gobierno del Distrito Federal, con apoyo de la II Legislatura de la Asamblea da un paso trascendente para la promoción cultural en la Ciudad de México mediante el decreto por el que se



Fig. 82 Edificio de la Secretaría de Cultura.

crea la Secretaría de Cultura publicado en la Gaceta Oficial del Distrito Federal. Esta decisión eleva las tareas de la cultura al rango de todas las que integran el gabinete de gobierno. Con ello se confirma tanto la importancia como la prioridad que la presente administración otorga a esta demanda social.

Desde esta nueva perspectiva, como parte directa de la estructura de gobierno del Distrito Federal, la Secretaría de Cultura contará con mayores facultades y capacidad de decisión que desde la condición de instituto.

“El 31 de enero de 2002 se publicó, en la Gaceta Oficial del Distrito Federal, el Decreto por el que se adicionan los artículos 15 y 32 Bis y se reforma el Artículo 28 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal, en donde se abroga la Ley del Instituto de Cultura de la Ciudad de México, y se da creación a la Secretaría de Cultura”. Dicho Decreto entró en vigor a partir del 1 de mayo de 2002.<sup>11</sup>

Desde entonces la nueva Secretaría comenzó a regirse por los criterios de impulso a la creación, promoción, formación y preservación del patrimonio histórico-cultural del Distrito Federal, estableciendo formas de gestión y vínculos con instituciones nacionales e internacionales necesarios para el libre desarrollo de la cultura en todas sus expresiones.( Fig. 82 )

<sup>11</sup> Secretaría de Cultura, Manual Administrativo. Pág 2 y 3



## 2.2 Organigrama y funciones

### Secretaría de Cultura

Es dirigida por Dra. Raquel Sosa Elízaga. La secretaria de Cultura, tiene entre sus funciones el acordar con el Jefe de Gobierno del Distrito Federal los asuntos correspondientes al área que le está encomendada. Debe planear, organizar, programar, controlar y evaluar el funcionamiento de los órganos administrativos adscritos a su ámbito.

Además, la secretaria de Cultura, a través de su oficina, realiza una gama de labores destinadas a impulsar y evaluar los programas prioritarios de la institución, a promover iniciativas que involucran a varias áreas o que son novedosas y a atender directamente a quienes se acercan, ya sea para presentar ofertas de colaboración y actividades conjuntas o para presentar proyectos o solicitudes de apoyo. ( Fig. 83 )

La oficina de la secretaria recibe todas las



Fig. 83 Secretaria de Cultura del D.F.

peticiones y propuestas que hacen llegar los ciudadanos, creadores culturales, instituciones y organizaciones culturales.

La propia secretaria las revisa, analiza y canaliza. La secretaria también atiende

personalmente las solicitudes de audiencia de creadores, organizaciones sociales e instituciones culturales que solicitan algún apoyo y las canaliza a las áreas capacitadas para darles respuesta.

### Dirección de Promoción y Divulgación Cultural

La Dirección de Promoción y Divulgación Cultural Dirigida por la Lic. Patricia Pino trabaja con el objetivo de dar a conocer a los capitalinos las actividades y programas que lleva a cabo la Secretaría, desarrollando para ello programas y estrategias de difusión a corto, mediano y largo plazo para que los medios de comunicación divulguen tales actividades y utilizando medios propios para hacer difusión directa. ( Fig. 84 )

### Coordinación de Diseño Gráfico

Dirigida por Javier Curiel Sánchez, es una área que pertenece a la Dirección de Promo-



**Fig. 84** Conferencia organizada por la Dirección de Promoción y Divulgación Cultural.

ción y Divulgación Cultural, se encarga de elaborar medios de comunicación impresos:

- Carteles
- Dovelas para el metro
- Volantes
- Folletos
- Libros
- Maquetas
- Estenografía
- Programas de mano
- Carteleras

y otras inserciones que se publican en medios impresos, como periódicos, revistas y otras publicaciones. ( Fig. 85 )

Y medios de comunicación virtuales:

- Creación de páginas de Internet
- Animaciones
- Baners
- Botones

y mantenimiento para la misma página para promover cada una de las actividades promovidas y organizadas por la Secretaría de Cultura. ( Fig. 86 )

En esta área trabajan cuatro diseñadores que se encargan de crear y desarrollar cada uno de los proyectos que realiza la Secretaría de Cultura.



**Fig. 85** Dos materiales impresos *portada de libro* y *anuncio para revista de niños*, elaborados por la Coordinación de Diseño.



**Fig. 86** Página Web realizada por la coordinación de diseño gráfico.

## 2.3 Misión, Visión y Filosofía

### Misión

La Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal tiene el compromiso de promover y desarrollar la actividad cultural en la Ciudad de México, entendiendo como un derecho de sus habitantes preservar su historia, identidad y formas de convivencia comunitaria; impulsar el potencial creativo, de expresión intelectual y cultural de individuos y colectividades, asumiendo la diversidad e inclusividad de sus manifestaciones en un ambiente de tolerancia, respeto, y sentido democrático del uso de los espacios públicos. ( Fig. 87 )

Contribuir en la formación de capacidades de expresión, de comprensión de manifestaciones culturales, así como difundir la pluralidad de actividades que se realizan en espacios públicos y privados, y facilitar el acceso gratuito o a bajo precio en todas ellas. <sup>12</sup> ( Fig. 88 )

<sup>12</sup> Sosa, Raquel, Informe de Actividades 2005. Pág 1

La Secretaría de Cultura tiene como funciones el diseñar y normar las políticas, programas y actividades de investigación, formación, difusión, promoción y preservación del arte y la cultura en el Distrito Federal, mediante el impulso, el desarrollo así como desarrollar, coordinar y ejecutar todo tipo de actividades culturales. ( Fig. 89 )



**Fig. 87 Taller de pintura** impartido por la Secretaría de Cultura.



**Fig. 88 Concierto de Música** al aire libre organizado por la Secretaría de Cultura.



**Fig. 89 Exposición en las rejas de Chapultepec** organizado por la Secretaría de Cultura.



## Visión

La Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal se ha planteado como objetivo fundamental disminuir la brecha que separa el arte y la cultura de la mayoría de los habitantes de la ciudad. Considerando que la cultura no puede ser vista como privilegio, sino que constituye parte fundamental de la identidad de nuestra sociedad. La cultura, por tanto, es un derecho tan fundamental como el derecho a la educación, la salud, el trabajo. ( Fig. 90 )



Fig. 90 Programa Para leer de boleto en el metro, organizado por la Secretaría de Cultura.



Fig. 91 Taller de restauracion, impartido por la Secretaría de Cultura.

## Filosofía

Las actividades de la Secretaría están orientadas a enriquecer la calidad de las manifestaciones culturales con base en los principios democráticos de igualdad, libertad, tolerancia y pluralidad. Lo anterior en el marco del respeto a la diversidad e identidad culturales, el derecho al desarrollo de la propia cultura, la conservación de las tradiciones y la participación social. ( Fig. 91 ) ( Fig. 92 ) ( Fig. 93 )



Fig. 92 Programa Fomento a la lectura, promovido por la Secretaría de Cultura.



Fig. 93 Festival medieval al Zócalo, organizado por la Secretaría de Cultura.



## 2.4 Recintos Culturales

La Secretaría de Cultura es responsable por 11 recintos culturales que dependen directamente de ella:

### Teatro de la ciudad

El Teatro de la Ciudad es un recinto cultural considerado como Patrimonio de la Humanidad en el que, por las dimensiones de su escenario, se pueden presentar producciones musicales, montajes teatrales, premieres de películas, funciones de danza y otros espectáculos que requieran de un foro de gran amplitud.

Además es un sitio adecuado para diversos tipos de actos públicos masivos y como locación para filmaciones. Su propósito principal es ofrecer al público capitalino un espacio que les permita disfrutar, conocer o reencontrarse con la más amplia diversidad de espectáculos artísticos nacionales e internacionales. ( Fig. 94 )



Fig. 94 Interior del *Teatro de la Ciudad*.

### Teatro Benito Juárez

En el Teatro Benito Juárez se presentan las obras de dramaturgos nacionales principalmente, también se presentan, conciertos de distintos géneros musicales, destacando a fines de cada año sus ciclos de jazz. Eventualmente, se programan actividades en horarios especiales.

Esta sala está abierta a concertar con otras instituciones, grupos teatrales, etcétera, la

presentación de espectáculos a través de tres opciones: convenios de porcentaje de taquilla, convenios interinstitucionales o la renta del teatro. ( Fig. 95 )

### Teatro Sergio Magaña

El Teatro dirige sus actividades centralmente a los públicos infantil y juvenil, por ello los horarios de sus funciones son variables, dependiendo de la programación que esté vigente, pero, por lo regular, sus espectáculos se presentan viernes, sábados y domingos tanto en horarios matutinos como vespertinos. ( Fig. 96 )



Fig. 95 Público en el interior del *Teatro Benito Juárez*.



**Fig. 96** Público en un evento dentro del *Teatro Sergio Magaña*.

### Museo de la Ciudad

El Museo de la Ciudad de México es un recinto dedicado a mostrar al público las manifestaciones culturales de la capital y en el que se ofrecen espacios para que los crea-

dores artísticos den a conocer su obra y con el que los capitalinos se identifiquen.

El Museo tiene como una de sus prioridades el ofrecer al visitante un abanico de servicios en el mismo lugar, de modo que tengan la posibilidad de leer, conocer ahí la historia de la ciudad, y encontrar las más variadas actividades culturales y manifestaciones artísticas. ( Fig. 97)

El Museo cuenta con una Exposición Permanente sobre la Ciudad de México en la que se muestran los cambios ocurridos en ella en todos los terrenos desde su fundación hasta nuestros días. El público también puede visitar el estudio del pintor Joaquín Clausell, en el que se muestra su vida y se exponen sus pinturas en los muros.

### Museo Nacional de la Revolución

El Museo Nacional de la Revolución custodia y exhibe una importante colección de objetos de la gesta armada de 1910-17 y su

exposición permanente abarca desde la promulgación de la Constitución de 1857 hasta la expropiación petrolera de 1938, pasando por el Porfiriato, la Reelección, la Revolución Maderista, el Constitucionalismo y la Lucha Entre Facciones Revolucionarias. ( Fig. 98 )

El objetivo central de la exposición permanente y de las actividades del museo es motivar a sus visitantes a saber más sobre



**Fig. 97** Público en un concierto de Jazz en el *Museo de la Ciudad*.



**Fig. 98** Exposición permanente en el *Museo Nacional de la Revolución*.

un periodo fundamental de la historia de nuestro país y en la construcción del México contemporáneo. El acceso a todos sus servicios es libre. Se tiene un programa de visitas guiadas, y se ofrece talleres de investigación y expresión plástica.

### **Orquesta Filarmónica de la Ciudad de México**

La Orquesta Filarmónica de la Ciudad de México es la mayor agrupación artística y

una institución cultural y social que trabaja con los objetivos de promover el repertorio universal de la música de concierto (dando énfasis a los autores mexicanos) y de fomentar la creación de obras sinfónicas y divulgarlas, todo ello dirigido a la comunidad de la capital y el área metropolitana de la Ciudad de México, así como en el resto del país e incluso en el extranjero.

También se orienta a coadyuvar en la generación de nuevos valores musicales nacionales y en la formación de compositores, instrumentistas y directores.



**Fig. 99** Concierto de la *Orquesta Filarmónica de la Ciudad de México*.

La Orquesta realiza tres Temporadas Regulares cada año (Invierno, Primavera y Otoño). Cada una de ellas incluye alrededor de 12 conciertos con repertorio nacional y universal y con la participación de directores y solistas nacionales y extranjeros de prestigio reconocido. Efectúa también Conciertos populares especialmente del repertorio mexicano y latinoamericano. ( Fig. 99 )

La orquesta asiste comúnmente a giras nacionales e internacionales.

### **Centro Cultural Ollin Yolitzli**

Es un espacio de educación artística del Gobierno del DF, una institución innovadora de alto nivel en la enseñanza de la danza ( Fig. 100 ) y la música ( Fig. 101 ) a la que tienen acceso todos los sectores sociales, en especial los de bajos recursos, además de las escuelas, es la sede de la Orquesta Filarmónica de la Ciudad de México.

En él se realizan además, actividades culturales dirigidas a los habitantes de las colonias ubicadas más al sur de la capital.





Fig. 100 Escuela de Danza en el *Centro Cultural Ollin Yoliztli*.



Fig. 101 Escuela de Iniciación a la Música en el *Centro Cultural Ollin Yoliztli*.

### Centro Cultural José Martí

Los programas que desarrolla el Centro Cultural José Martí tienen el propósito de brindar opciones de cultura y entretenimiento a todo tipo de público.

Se ubica en el Centro Histórico de la ciudad, zona de gran afluencia de gente y con colonias populares cercanas, por lo que sus actividades se orientan a atender las necesidades de toda la gama de grupos sociales que ahí se concentran, pero dirigiéndose en especial a los grupos más vulnerables, que difícilmente encuentran otras opciones culturales en nuestro país. ( Fig. 102 )

Así, sus programas son muy heterogéneos y sin una temática especializada, sino concibiéndolo como un recinto vivo y abierto para que la población encuentre en él todos los días alguna actividad que suscite su interés y a la cual integrarse. ( Fig. 103 )



Fig. 102 Concierto de rock en el *Centro Cultural José Martí*.



Fig. 103 Exposición en el *Centro Cultural José Martí*.

### Faro de Oriente

El Centro Cultural Faro (Fábrica de Artes y Oficios) de Oriente es un espacio productor de las diversas expresiones de la cultura, orientándo-



se a lograr que el trabajo artesanal y artístico se desarrolle y que, además sea una opción que deje ingresos y mejore la calidad de vida de los habitantes de la zona. Los talleres de artes y oficios que se imparten en él se basan en modelos de capacitación no escolarizados que permiten desarrollar las habilidades de los participantes, propiciando la autogestión y la creatividad de la comunidad mediante una enseñanza de oficios relacionados con el arte.



Fig. 104 Concierto al aire libre en el *Faro de Oriente*.



Fig. 105 Taller de serigrafía en el *Faro de Oriente*.

Sus servicios a la comunidad y talleres infantiles se dirigen a una población integrada mayoritariamente por jóvenes, en ellos encuentran un espacio de expresión, orientación e información las mujeres, los niños, los ancianos, los discapacitados y todo tipo de minorías. ( Fig. 104 ) y ( Fig. 105 )

### Archivo Histórico del Distrito Federal

El propósito fundamental del Archivo Histórico del Distrito Federal es preservar, ordenar y difundir la riqueza de las colecciones de patrimonio histórico documental de la Ciudad de México, ser un órgano de consulta del Go-

bierno del DF, ofrecer recursos, a un número mayor de investigadores y poner al alcance de cualquier capitalino la historia escrita del DF que se encuentra en su acervo. El Archivo tiene a disposición de quien lo solicite un patrimonio histórico-documental a partir del año 1524; proporciona asesoría y orientación para la consulta de las colecciones que resguarda y facilita el fotocopiado de ciertos documentos. ( Fig. 106 )



Fig. 106 Interior del *Archivo Histórico del Distrito Federal*.

## 2.5 Eventos Organizados y Dirigidos

La Secretaría de Cultura realiza, de manera cotidiana, una amplia variedad de actividades y eventos culturales en la Ciudad de México; tiene múltiples programas, unos permanentes y otros que se realizan en periodos específicos, que abarcan prácticamente todas las ramas del quehacer artístico y cultural. Los museos, teatros y centros culturales de la Secretaría ofrecen una gama multifacética de espectáculos, exposiciones, cursos y talleres de todo tipo, conferencias y charlas, etcétera. ( Fig. 107 )



Fig. 107 Talleres infantiles al aire libre.



Fig. 108 Grupo de *Círculos culturales* en la ciudad.

Sus centenas de libro clubes y círculos culturales están asentados en todos los rumbos de la capital y, poco a poco, han ido enraizando entre las comunidades de los barrios y colonias. ( Fig. 108 )

La Secretaría tiene también ricas opciones de educación artística, sin embargo, mucha gente sólo conoce de los eventos más connotados que realiza la Secretaría de Cultura, de aquello que, por su importancia o atractivo, es reflejado por los medios de comunicación o corre de boca en boca entre los capitalinos, que infor-

man a familiares y amigos que se realizará tal o cual espectáculo o actividad de interés para ellos. ( Fig. 109 )

Desde su creación, la Secretaría de Cultura ha realizado conferencias, espectáculos musicales, teatrales y de danza, talleres, lecturas, exposiciones, entre otros, que convocaron alrededor de 50 millones 457 mil personas, esto sin tomar en cuenta a quienes acudieron a la II y III IV y V *Feria del Libro*, *La Ciudad un Libro Abierto*. y los eventos de *Noche de Primavera* y *Festival Navideño*. ( Fig. 110 ) y ( Fig. 111 )



Fig. 109 Feria de libro *La ciudad un libro abierto* en el Zócalo de la ciudad.





**Fig. 110** Feria de libro *La ciudad un libro abierto* en el Zócalo de la ciudad.



**Fig. 111** Rompiendo una piñata dentro del *Festival Navideño*.

Se han presentado mas de 2667 espectáculos al aire libre. Destacan los incluidos en el Programa *Sábado Distrito Federal*, realizado en el Zócalo capitalino, a los que asistieron mas de 10 millones 389 mil capitalinos. ( Fig. 112 )

Mediante este programa se buscó, por un lado, acercar a los habitantes del Distrito Federal a las expresiones más elevadas de la cultura, a las que normalmente no tienen acceso por desconocimiento o por el carácter elitista con



**Fig. 112** Concierto de Cafe Tacvba en el Zócalo, imponiendo el récord de asistencia con mas de 170 mil personas.



**Fig. 113** Concierto de Fernando de la Mora en el Zócalo.

el que muchas veces se les presenta y, por otro, ofrecer al público espectáculos de la cultura popular que no están a su alcance por los altos precios en que se cotizan. ( Fig. 113 )

Se buscó ampliar con ello los horizontes de esparcimiento digno y los gustos culturales del ciudadano común, llevándole presentaciones de distintos géneros artísticos y musicales, con un elenco de artistas mexicanos y extranjeros, atractivo para todo tipo de público y cualquier edad. ( Fig. 114 )



Fig. 114 Público disfrutando de un evento en el Zócalo Capitalino.

Durante este período se presentaron espectáculos de Cesárea Évora, Sonia Amelio, Celso Piña, Pablo Milanés, Betsy Pecanins, Cecilia Toussaint, Víctor Manuel, *Los Platters*, *Los Tres Ases*, la orquesta de Leo Acosta, José José, Armando Manzanero, Willie Colón, Fernando Delgadillo, *Paquita la del Barrio*, Aleks Syntek, Baaba Maal, Susana Harp, *Inspector*, *Endorphine*, Juanes, Francisco Céspedes, Fito Páez, Alicia Villarreal, *Los Dandys*, *Los Panchos*, Cafe Tacvba, Óscar Chávez, Jorge Saldaña y su Bohemia, La Cueva de

Amparo Montes, Ballet *Inti Rymy*, *Ballet Folklórico Mexicano*, Grupo Códice, Homenaje a George Harrison, Trova en el Zócalo, *Folklore con aroma de Mujer*, Michael Brecker en concierto, *Iguana Records*, Nina Galindo, Armando Rosas, Paco Barrios *El Mastuerzo*, Grupo *Quilapayú*, Grupo *Illapu*, Fernando de la Mora, *Los Folkloristas*, y Tehua por mencionar algunos. ( Fig. 115 )

La Secretaría de Cultura es una dependencia del Gobierno del Distrito federal que persigue como principal objetivo acercar la cultura a la



Fig. 115 Ballet Folclórico en el Zócalo Capitalino.

gente de esta demarcación, por medio de una serie de eventos tales como obras de teatro, exposiciones, conciertos musicales, visitas guiadas etc. La mayoría de ellos de forma gratuita, esta labor es tan importante en un país donde no existe mucha oferta del ramo cultural y donde nuestros gobernantes recortan drásticamente el presupuesto a las áreas culturales. Además Secretaría de Cultura es una dependencia donde como único recurso gráfico que se cuenta (en la mayoría de los casos) es con un cartel para difundir un evento, por ello la responsabilidad que recae en mi persona como diseñador, al realizar este cartel es fundamental, pues la solución gráfica a la que se llegue debe ser funcional, para que se vea reflejado en el numero de espectadores que tengan los eventos convocados.

En el capítulo siguiente se abordara de forma específica cada uno de los proyectos realizados.

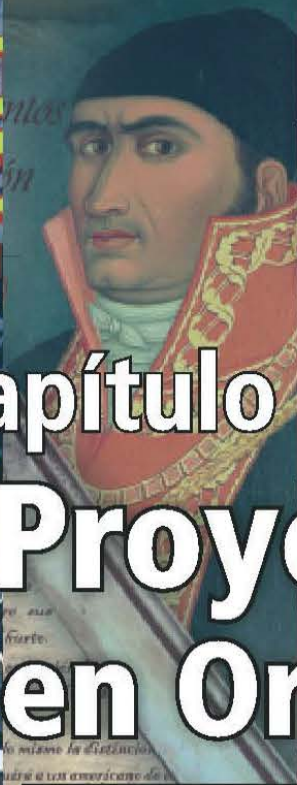


# Capítulo 3

# Proyectos Realizados en Orden Cronológico



**ckes**  
**bar**  
**en el José M**  
**abados 17:00**  
**8 de marzo**  
**LETICIA S**  
**15 de marzo**  
**Abrirá**  
**CABEZA PARL**  
**on la colaboraci**  
**KASKOMUNIKAN**  
**ASTUERZO y KAR**  
**22 de marzo**  
**TUS e INDIOS VE**  
**29 de marzo**  
**CRISTAL Y ACEF**  
**5 de abril**  
**NINA GALINDO**  
**ENTRADA LIBR**  
**del Centro Cultu**



**patrias**  
**de México**  
**de 2005**

**FILARMÓNICA**  
**DE LA CIUDAD**  
**DE MÉXICO**  
**rique Barrios / Director Artist**  
**Otoño 2005**  
**La influencia de la**  
**úsica folklór**  
**15 de octubre al 26 de novie**

**www.cultura.df.gob.mx**  
**Gobierno del Distrito Federal**  
**México, la Ciudad de la Esperanza**  
**CULTURA**  
**MER**  
**ticketmaster**



**enito Juárez**  
**illalongín núm. 15**  
**Col. Cuauhtémoc,**  
**Del. Cuauhtémoc**  
**del monumento**  
**a la madre)**  
**5592-7389**



**7 de novier**  
**16:00 hrs.**  
**Teatro Serg**  
**Sor Juana Inés de**  
**Col. Sta. Ma. la R**  
**(metro San Cosm**

**ro de la Ciudad pre**  
**CÍA.**  
**TANIA**  
**PÉREZ-SAL**  
**de noviembre**  
**17:00 hrs.**  
**7 de novier**  
**19:00 hrs.**  
**AGOSTO 2003**  
**ves 14 y viernes 15, 20:30 hr**  
**sábado 16, 19:00 hrs**  
**domingo 17, 18:00 hrs**  
**entro Histórico. Boletos en taquilla y sistema T**  
**no a estudiantes, maestros e Inaplen. Informes**  
**Gobierno del Distrito Federal**  
**México, la Ciudad de la Esperanza**  
**CULTURA**  
**FONC**

## 3 Proyectos Realizados en Orden Cronológico

En este capítulo se describe detalladamente y en orden cronológico cada uno de los carteles realizados en la secretaría de Cultura. Los requerimientos por parte del cliente, sus limitantes y el desarrollo que se hizo de los mismos, así como los elementos que lo conforman.

### 3.1 Rockeros Urbanos en el Centro Cultural José Martí

El Cartel elaborado para Centro Cultural José Martí, tuvo como fin promover una serie de conciertos de rock urbano al aire libre, que se realizarían cada fin de semana durante los meses de marzo y abril del 2003.

#### 3.1.1 Brief

La directora del centro cultural junto con los organizadores del evento me solicitó

el diseño de un cartel dirigido principalmente a jóvenes, para promocionar una serie de conciertos de rock urbano, donde la mayoría de los grupos que se presentarían no eran muy conocidos, es por ello que se requería de una imagen “urbana” que tuviera relación con el título del evento: *Rockeros Urbanos en el Centro Cultural José Martí* y que llamara la atención del espectador al que estaba dirigido.

#### 3.1.2 Motivo Gráfico

La imagen central elegida para el cartel, luego de una serie de propuestas presentadas a la directora y a los organizadores del evento, fue la fotografía de una coladera vieja y deteriorada a la que se le aplicó en el software *photoshop* el efecto digital *equalizado*, para destacar la textura metálica de la coladera y las irregularidades del asfalto, que podemos encontrar

en las principales calles del Distrito Federal, remitiéndonos automáticamente a la idea de ciudad, y urbanidad, y al mismo tiempo a el caos, el desorden y el descuido que existe en las grandes ciudades que en varias de la letras de las canciones, de los grupos de rock urbano podemos encontrar.

#### 3.1.3 Tipografía

En este cartel se buscó una tipografía no formal y a la vez que diera el aspecto de haberse escrito a mano alzada, parecida a la que hacen los jóvenes cuando escriben en las calles para expresar sus ideas y también para darle cierto toque de espontaneidad e identificación con la juventud a la que va dirigido el cartel. Por ello la tipografía que tiene todas estas características es la *No more typewriters*, que se aplicó para el título del evento y para las

fechas de los conciertos. Para los demás elementos, del cartel como el nombre de los artistas, el lugar del evento y la dirección, se buscó una tipografía de tipo palo seco y mas sobria para diferenciarla de la principal, que es muy expresiva y espontánea, por ello se utilizó la tipografía Zürich en su variante black extendida.

### 3.1.4 Formato

El formato de este cartel es rectángulo vertical, y se eligió por el tipo de lugar y lo complicado de los espacios en donde se colocaría (postes, paredes de la calle y en estaciones del metro cercanas al centro cultural) las medidas del cartel son 44.1cm X 62 cm.

### 3.1.5 Diagramación

En este cartel se utilizó para la diagramación, una retícula más libre con constantes de 1.561cm. y campos de 3.2 cm creando un soporte más libre para colocar cada uno de los elementos que lo integran: motivo

gráfico o imagen, tipografías principal, secundaria y los logotipos del gobierno del DF, La Secretaría de Cultura y el Centro Cultural José Martí.( Fig. 116 )



Fig. 116 Retícula utilizada para el Cartel *Rockeros Urbanos en el José Martí.*

### 3.1.6 Diseño Final

El diseño final se basa en una composición estática de acuerdo a los elementos que lo constituyen: tipografías y logotipos sobre una imagen principal (foto de la coladera) el cartel tiene un ritmo constante y una simetría lineal. Su forma de lectura es en orden descendente comenzando por el título del evento utilizando un color amarillo con un contorno en rojo que llama la atención del espectador a primera instancia, siguiendo por el horario que tendrán todos los conciertos, y después se menciona cada una de las fechas en color amarillo, seguido por el nombre de los grupos que se presentarán, en color blanco y en mayúsculas para destacarlos y diferenciarlos de las fechas, posteriormente se menciona la dirección del recinto donde se realizaran los conciertos y por último aparecen los logotipos de las instituciones participantes sobre una franja negra, con el objeto de que no se pierdan con la imagen y para crear un efecto de línea de soporte dándole estabilidad al cartel.



Este cartel se colocó en la red del Metro, en las delegaciones, del DF en postes y bardas donde transitan y se reúnen los jóvenes, como el *Tianguis del Chopo*, el cartel cumplió con su objetivo principal, al convocar a gran cantidad de jóvenes, teniendo como resultado alta asistencia en todos los conciertos realizados. ( Fig. 117 )



Fig. 117 Cartel final *Rockeros Urbanos en el José Martí*.

## 3.2 Tania Pérez Salas Compañía de Danza

Este cartel se diseñó para promover un evento de danza contemporánea, en el Teatro de la Ciudad donde se presentaría la compañía de la bailarina Tania Pérez Salas, una de las principales representantes de danza contemporánea del mundo.

### 3.2.1 Brief

La directora de la compañía de danza, junto con el director del Teatro de la Ciudad, solicitaron el diseño de un cartel, para promover una serie de presentaciones que se realizarían en el teatro, por ello el cartel va dirigido al público que no conoce la danza contemporánea, así debía de contar con una foto del espectáculo donde apareciera la actriz principal en escena, también se solicitaba que en el cartel se reflejara parte del espectáculo ya que mucha gente no sabe exactamente cuál es la danza

contemporánea y frecuentemente la confunde con la danza regional o típica.

### 3.2.2 Motivo Gráfico

Se requería una imagen donde se mostrara de que se trataba el espectáculo de forma realista, por ello se utilizó como imagen principal una fotografía, misma que fue elegida de una sesión fotográfica que se llevó a cabo para tal efecto, la imagen muestra a la actriz principal en escena con luz cenital en la escena principal del espectáculo, misma que se manipuló digitalmente para agregarle los demás elementos del cartel (texto principal, texto secundario, imagotipos, etc ).

### 3.2.3 Tipografía

En este cartel se buscó como tipografía principal, una que fuera de fácil lectura, con buen contraste, elegancia, estilo formal, y con un toque de actualidad para el público joven, al que va dirigido el es-



pectáculo. Por ello se eligió la tipografía Conga para el texto principal y título del evento, para el texto secundario (Fechas y horarios, dirección del teatro, etc.) se eligió la tipografía Humnst 777 que es más sobria, de palo seco y condensada para diferenciarla de la principal que tiene remates y es extendida.

### 3.2.4 Formato

EL formato que se eligió para este cartel es rectángulo vertical, y se escogió así por el tipo de lugares donde se colocaría el cartel, además de que éste era el formato que tenía la fotografía seleccionada para el mismo. Las medidas del cartel son 59.5 X 40 cm.

### 3.2.5 Diagramación

En este cartel se utilizó en la diagramación, una retícula libre con constantes de 1.51 cm. y campos de 2,87 cm creando una red más libre para colocar todos los

elementos que lo integran: motivo gráfico o imagen, tipografías principal, tipografía secundaria y los logotipos del Gobierno del DF, La Secretaría de Cultura, el Teatro de la Ciudad y los patrocinadores. ( Fig. 118 )

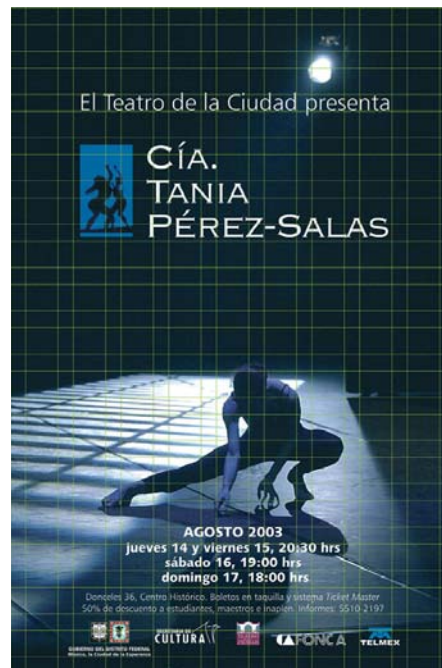


Fig. 118 Retícula utilizada para el Cartel de la Compañía Tania Pérez Salas.

### 3.2.6 Diseño Final

El diseño final está basado en una composición dinámica de acuerdo a los elementos que lo constituyen: tipografías y logotipos sobre una imagen principal (foto de la bailarina) el cartel tiene un ritmo libre y una simetría alternada, está basado por la ley del interés. Su forma de lectura es en orden descendente leyendo en primera instancia el lugar y título del evento en blanco, junto al pictograma de la compañía de Danza en color azul después observamos la imagen principal del cartel (fotografía) en la parte inferior y abajo de ella podemos ver la información del evento (fechas, horarios y la dirección del teatro donde se llevará a cabo las funciones) por último se encuentran los logotipos de las instituciones y empresas involucradas en el evento.

En este proyecto resultaron beneficiados, la misma compañía de danza, ya que no contaban con una identidad propia que la diferenciara de las demás, y la gente in-

teresada en este tipo de eventos culturales, puesto que el cartel se colocó en instancias como el Cenart y en la estaciones del metro teniendo llenos de taquilla en las cuatro presentaciones que se realizaron. ( Fig. 119 )



Fig. 119 Cartel final de la *Compañía Tania Pérez Salas*.

### 3.3 Fiestón de Calaveras

Este cartel, se realizó para promocionar una obra de teatro prehispánico, con motivo de la festividades del Día de muertos que se celebran en nuestro país en el mes de noviembre, esta obra se presentaría en dos de los teatros que pertenecen a la Secretaría de Cultura del GDF.

#### 3.3.1 Brief

La directora de artes escénicas solicitó el diseño de un cartel para una obra con motivo del Día de Muertos que se celebra en nuestro país, este cartel debía de tener un motivo prehispánico y alegre, puesto que la obra abordaba el tema de la muerte y los dioses en la cultura maya y azteca de una forma cómica; esta obra se presentaría en dos teatros distintos, por ello en el cartel se debía de mencionar los dos recintos involucrados, además por falta de presupuesto para el evento el cartel se imprimiría en una sola tinta.

#### 3.3.2 Motivo Gráfico

Para este cartel se requería una imagen que impactara y que al momento de verla tuviera relación directa con la muerte, por ello se utilizó el acercamiento de una escultura del rostro de la diosa de la muerte en el mundo prehispánico tomada en blanco y negro con luz difusa.

#### 3.3.3 Tipografía

Las tipografías que se utilizaron para este cartel, debían de tener un buen impacto, de fácil lectura con un buen contraste, agradables a la vista, reconocibles y por último que no fuera unas letras muy comunes. Por ello se eligió la tipografía Barmeno extrabold para el texto principal (fechas de las funciones y los nombres de los teatros), y la tipografía Humnst 777 para la información secundaria (Horarios y direcciones de los teatros donde llevarían a cabo las funciones).

### 3.3.4 Formato

El formato que se eligió para este cartel es rectángulo vertical y se escogió así por el tipo de lugares donde colocaría el cartel, las medidas del cartel son 54.5 cm X 40.2 cm.

### 3.3.5 Diagramación

Para este cartel se utilizó una diagramación con una retícula más libre con constantes de 2.97 cm y campos de 3.066 cm, creando un soporte con más libertad para colocar los elementos que integran el cartel: fotografía o motivo gráfico, tipografías principal y secundaria y por último los logotipos del gobierno del DF y la Secretaría de Cultura. ( Fig. 120 )

### 3.3.6 Diseño Final

El diseño final se basa en una composición estática de acuerdo a los elementos que lo constituyen: una imagen principal (foto de

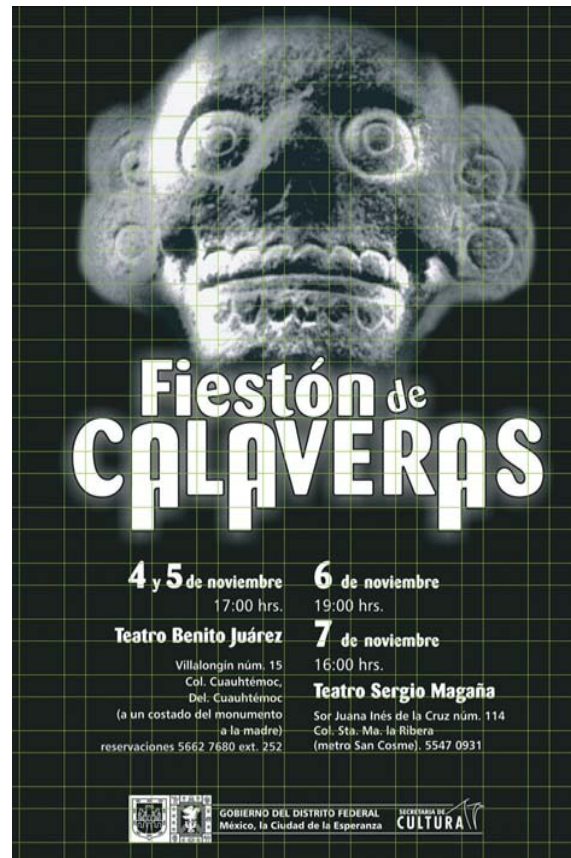


Fig. 120 Retícula utilizada para el Cartel *Fiestón de Calaveras*

la muerte) tipografías y logotipos, el cartel tiene un ritmo libre y una simetría lineal. Su forma de lectura es en orden descendente comenzando por la imagen principal en la parte superior que llama la atención del espectador a primera instancia, siguiendo por el título del evento en color blanco con un contorno en negro y afuera de este un efecto de humo, después se menciona en dos bloques de texto justificados en bandera hacia el lado derecho e izquierdo respectivamente con las fechas los horarios y los teatros donde se presentará la obra, todo esto en blanco calado sobre fondo negro que predomina en el cartel, por último se colocaron los logotipos del GDF y la Secretaría de Cultura en la parte inferior del cartel.

Este cartel se colocó en diferentes lugares del Distrito federal en la red del Metro, en las delegaciones, del DF en postes y bardas. En el proyecto los beneficiados, fueron la misma compañía de teatro que organizó las presentaciones para promocionar el evento, y los dos teatros donde la obra se presentó.

Los resultados fueron muy satisfactorios ya que en las cuatro presentaciones hubo lleno total para ver la obra de teatro. ( Fig. 121 )

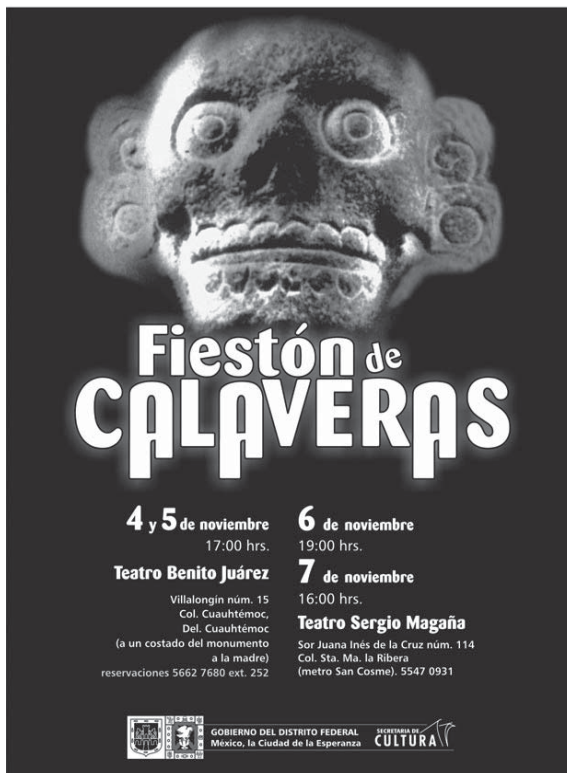


Fig. 121 Cartel final *Fiestón de Calaveras*

### 3.4 Fiestas patrias en la Ciudad de México

Este cartel se realizó para promocionar todas las actividades festivas y cívicas que durante el mes de septiembre se llevan a cabo en la capital de nuestro país, para celebrar las fiestas patrias.

#### 3.4.1 Brief

En esta ocasión los requerimientos del cartel venían directamente del gobierno capitalino y del jefe de Gobierno Andrés Manuel López Obrador, donde se solicitaba un cartel patriótico que se destacara de los anteriores, en esta ocasión la figura central sería Morelos y el documento de los *Sentimientos de la Nación* que él escribió. Se pedía también que las imágenes que se utilizaran dieran un sentido histórico pero actual, y que transmitiera un sentimiento muy patriota al espectador.

#### 3.4.2 Motivo Gráfico

En este cartel debían aparecer tres imágenes muy importantes: el documento de los *Sentimientos de la Nación*, la espada que siempre acompañó a Morelos en la lucha de Independencia, y la imagen de Morelos, por ello se realizó la búsqueda de estas tres imágenes tratando que fueran similares en su estilo, además se escaneó directamente papel reciclado para acentuar más el carácter de antiguo del documento de los *Sentimientos de la Nación* creándose una composición con todas estas imágenes.

#### 3.4.3 Tipografía

En este cartel se utilizaron, en el documento de los *Sentimientos de la Nación* una tipografía que se notara antigua, con trazos sueltos y que diera la idea que se había escrito con pluma fuente, la tipografía que tenía esas características es la Vivaldi Pro. Para el título principal y secundarios



se buscó una tipografía que fuera de fácil lectura, con buen contraste, estilo formal y actual, se eligió la tipografía *Britanic bold* que reunía todas estas características.

### 3.4.4 Formato

El formato que se eligió para este cartel es vertical, por que en los lugares donde se colocaría respondían a este formato, además se aprovechaba mejor el papel y todas las imágenes que se utilizaron eran muy largas. Las medidas del cartel son: 68.2cm X 44.2 cm.

### 3.4.5 Diagramación

Para este cartel se realizó una diagramación con una retícula mas simétrica con constantes de 1.57 cm y campos de 3.52 cm, creando un soporte más regular donde se colocaron los elementos que integran el cartel: imágenes o motivo gráfico, tipografía principal y secundaria y los lo-

gotipos del gobierno del DF y la Secretaría de Cultura. ( Fig. 122 )

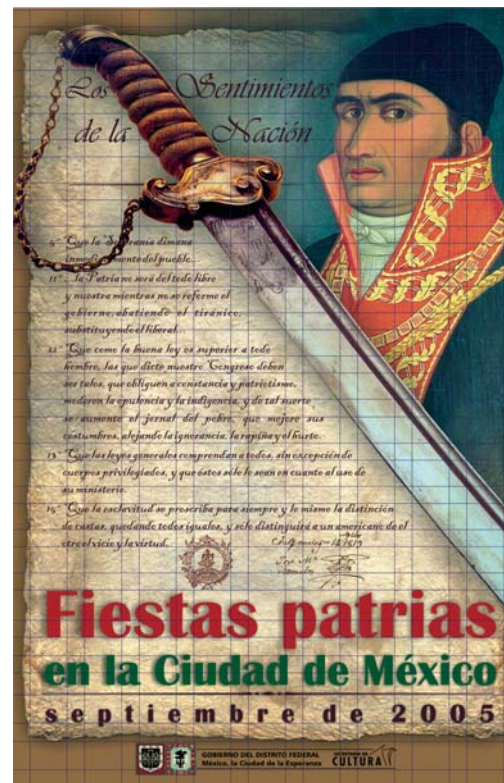


Fig. 122 Retícula utilizada para el Cartel *Fiestas Patrias en la Ciudad de México*.

### 3.4.6 Diseño Final

El diseño final se basa en una composición continua conforme a los elementos que lo integran: tres imágenes principales (documento de los *Sentimientos de la Nación*, espada y la imagen de Morelos) tipografía y logotipos, el cartel tiene un ritmo libre y una simetría alternada o no lineal. Su forma de lectura es en orden descendente apreciando en primera instancia la composición realizada con las ilustraciones o imágenes principales empezando por la figura de Morelos, continuando con la espada y finalizando con el documento para después leer el título del cartel en colores rojo y verde, acentuando el concepto patriótico y nacionalista que busca y finalizando con los logotipos en la parte inferior del cartel.

Este cartel tuvo un tiraje enorme aproximadamente se imprimieron diez mil ejemplares, se colocó en diferentes lugares del Distrito Federal en toda la red del Metro, en todas las delegaciones del DF en postes y bardas. En este proyecto resultaron beneficiados el GDF y la

Secretaría de Cultura siendo los organizadores de las fiestas de Independencia teniendo una afluencia récord, no sólo en la fiesta principal del 15 de septiembre, si no en todas las actividades paralelas a las Fiestas Patrias. ( Fig. 123 )



Fig. 123 Cartel Final *Fiestas Patrias en la ciudad de México*.

### 3.5 Orquesta Filarmónica de la Ciudad de México Temporada de Otoño

Este cartel se realizó para promocionar la Temporada de Otoño de la Orquesta Filarmónica de la Ciudad de México, que se celebraría en nuestro país y en el extranjero.

#### 3.5.1 Brief

El director de la Orquesta Filarmónica solicitó el diseño de un cartel para la Temporada de Otoño, con la indicación de que la imagen principal nos remitiera automáticamente a la estación de otoño y los colores *ocres* de esa época del año, además esta idea se tenía que relacionar con el concepto de música clásica, por último esta imagen debía de ser una ilustración, ya que el diseño anterior se utilizó una fotografía para el cartel.

#### 3.5.2 Motivo Gráfico

En este cartel se requería una imagen central que nos remitiera de manera inmediata a la estación de otoño con sus colores pardos característicos y la clásica imagen "del caer de la hojas" que es muy común de ver en esta época del año; y relacionarla con el aspecto de música clásica, por ello se creó una ilustración donde aparecen varias hojas cayendo sobre partituras de una pieza de música clásica, en diferentes tonos cálidos donde resalta el color café y los tonos sepias cálidos, dando la idea principal de la música clásica de otoño.

#### 3.5.3 Tipografía

Para el cartel de la Filarmónica se requería de una tipografía elegante pero con buen impacto y un contraste alto, que fuera fácil de leer y que no se perdiera con la imagen central de fondo. La tipografía que cumplía con estas características es la Carmina, en sus diferentes variantes, utilizando la Carmina roman, Carmina bold, Carmina condesd.

### 3.5.4 Formato

El formato que se eligió para este cartel es rectángulo vertical, por el estrecho espacio de los lugares donde se colocaría, que en su mayoría son verticales.

Las medidas del cartel son: 60.5cm. X 40 cm.

### 3.5.5 Diagramación

Para este cartel se realizó una diagramación con una retícula simétrica con constantes de 1.37 cm y campos de 2.982cm creando así un soporte más regular donde se colocaron los elementos que integran el cartel: ilustración o imagen principal, tipografía principal, tipografía secundaria y los logotipos del gobierno del DF y la Secretaría de Cultura así como los patrocinadores.



Fig. 124 Reticula utilizada para el Cartel *Orquesta Filarmónica de la Ciudad de México/Temporada de Otoño 2005*.

### 3.5.6 Diseño Final

El diseño final se basa en una composición estática de acuerdo a los elementos que lo integran: imagen o motivo principal (ilustración que reflejara el otoño, combinada con las partituras) tipografía principal y secundaria y logotipos, el cartel tiene un ritmo constante y está compuesto por una simetría lineal. Su forma de lectura es en orden descendente apreciando en primera instancia junto con la ilustración o imagen principal, el título de orquesta Filarmónica continuando con la información del cartel (Temporada de conciertos, la fecha) y con la información de las sedes donde se llevarían a cabo los conciertos, por último concluyendo con los logotipos de las instituciones y patrocinadores de los conciertos.

Este cartel tuvo un tiraje de 50 mil ejemplares aproximadamente, se colocó en diferentes lugares de la ciudad en algunas estaciones de la red del Metro, en varias las delegaciones y principalmente centros culturales del DF en postes y bardas, en este proyecto resultaron



beneficiados, el GDF y la Secretaría de Cultura del D.F. y la propia Orquesta Filarmónica, ya que tuvieron muy buenas asistencia a los conciertos de esa temporada y a raíz de las presentaciones, se les invitó a presentarse con esta temporada en varios países del mundo como Belgrado, Yugoslavia y parte del Reino Unido. ( Fig. 125 )



Fig. 125 Cartel Final *Orquesta Filarmónica de la Ciudad de México/Temporada de Otoño 05.*

### 3.6 Bicentenario de Benito Juárez

Este cartel se realizó para conmemorar la fecha del Bicentenario de Benito Juárez y todos los eventos que llevarían a cabo en el Distrito Federal para festejar dicho acontecimiento.

#### 3.6.1 Brief

Los requerimientos de este cartel venían directamente del Gobierno Capitalino y del jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, que solicitaba el diseño un cartel con un diseño de un cabezal reconocible pero tradicional que se ocuparía en infinidad de documentos tanto del ámbito histórico cultural (diplomas, reconocimientos) como a nivel administrativo (pago de tenencias, calcomanías de verificación, etc.) En cuanto a la imagen central se requería se de un motivo gráfico o imagen muy nacionalista donde destacara la figura de Benito Juárez. en una postura recia pero muy elegante patriótico y que la imagen diera el efecto pintura antigua pero conservada.

#### 3.6.2 Motivo Gráfico

La imagen principal que se requería para este cartel debía de ser una imagen nacionalista donde destacara la figura de Benito Juárez en una postura recia y fuerte pero elegante, y que transmitiera un sentido patriota, además esta imagen debía de dar la idea de una pintura antigua, por ello se realizó la búsqueda de una ilustración o pintura donde la expresión de Juárez fuera contundente y con mucha fuerza, la imagen se localizó de un libro muy antiguo, por lo mismo la imagen tenía muchos detalles que se tuvieron que corregir en el programa *Adobe Photoshop*, además, para darle el efecto de pintura antigua se trabajó la imagen en *Corel painter* dándole el efecto de óleo antiguo sobre tela abierta.

#### 3.6.3 Tipografía

Para el cartel se requería de un cabezal que fuera muy reconocible e identificable puesto que durante todo el 2006 (el año del Bicentenario de Juárez) se utilizaría en



muchas otras aplicaciones y documentos del Gobierno del Distrito Federal: diplomas, reconocimientos y documentos de tesorería (pago de tenencias, calcomanías de la verificación automotriz, etc.) por ello se buscó una tipografía elegante y antigua pero con buen impacto y con trazos libres además de que fuera fácil de leer, por esto la tipografía elegida fue Vivaldi ya que cumplía todas estas características para el cabezal del cartel. Para la tipografía secundaria se requería de funcionalidad y elegancia pero sin sacrificar el poco espacio para la gran cantidad de texto que se agregaría al cartel. Por ello se eligió la tipografía Veljovick en sus diferentes variantes, para destacar algunas letras o palabras importantes utilizando la Veljovick roman, Veljovick condesd, Veljovick bold, Veljovick extrabold.

### 3.6.4 Formato

Este cartel se colocaría en diversos lugares: delegaciones edificios públicos y toda

la red del Metro, así como zonas culturales y todas las secretarías y dependencias del GDF por ello el formato que se eligió para este cartel es rectángulo vertical, por que en los lugares donde se colocaría respondían a este formato, este cartel es más grande de lo común y se planeó de este tamaño por considerarlo poco común ya que no todos los años se conmemora el Bicentenario de Benito Juárez. Las medidas del cartel son: 90 cm. X 60 cm.

### 3.6.5 Diagramación

Para este cartel se realizó una diagramación con una retícula simétrica con constantes de 2.27 cm. y campos de 3. 618 cm creando así un soporte más regular donde se colocaron los elementos que integran el cartel: Cabezal o título del cartel, ilustración o imagen principal, tipografía secundaria y los logotipos del gobierno del DF y la Secretaría de Cultura así como los patrocinadores. ( Fig. 126 )

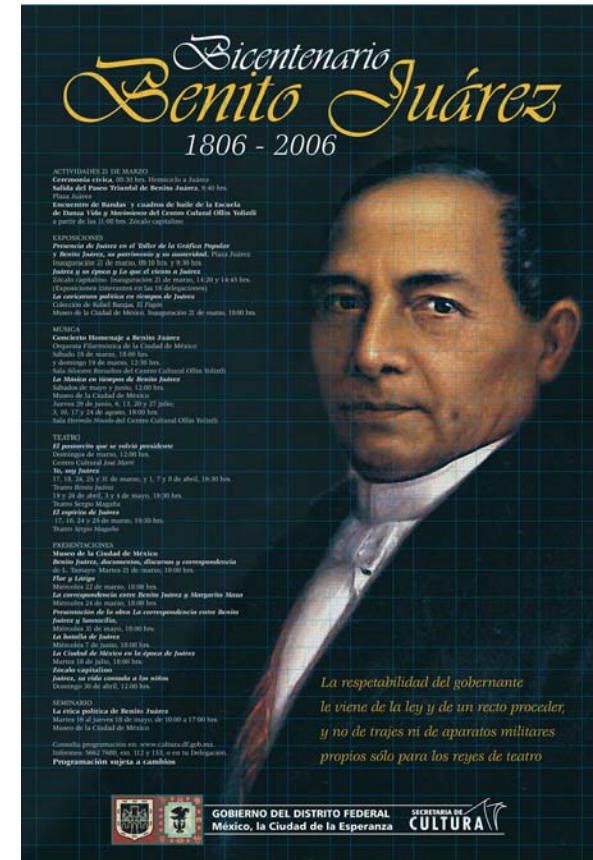


Fig. 126 Reticula utilizada para el Cartel *Bicentenario de Benito Juárez*.

### 3.6.6 Diseño Final

El diseño final se basa en una composición continua conforme a los elementos que lo integran: cabezal o título principal del cartel, texto informativo, imagen central del cartel y logotipos, el cartel tiene un ritmo constante y una simetría alternada o no lineal. Su forma de lectura es en orden libre: nos llama primero la vista la imagen de Juárez, siguiendo por el título del evento, después apreciamos el texto informativo y concluimos en la parte inferior con los logotipos del Gobierno del Distrito Federal y la Secretaría de Cultura.

Este cartel fue muy importante en el año que se realizó (2006) para el Gobierno del Distrito Federal y la Secretaría de Cultura por la gran cantidad de personas que asistieron a los eventos. Este cartel tuvo un tiraje muy grande, en la primera edición se imprimieron aproximadamente ocho mil ejemplares agotándose en cinco días, y en la segunda edición se imprimieron nueve

mil ejemplares dando un total de 17 mil ejemplares impresos que a los pocos días se agotaron en su totalidad, además este cartel tiene el registro de la mayor cantidad de ejemplares impresos para un evento organizado por la Secretaría de cultura.

El cartel se colocó en diferentes lugares del Distrito Federal en toda la red del Metro, en todas las delegaciones, del DF en postes y bardas, de los cuales muchos los retiraban a los pocos minutos de ser colocados, también se solicitaron ejemplares para las diferentes embajadas de México en el mundo y se colocaron los carteles en lugares poco comunes como la Bolsa Mexicana de Valores y en algunos bancos de la ciudad. ( Fig. 127 )

Esta serie de carteles que diseñé para la Secretaría de Cultura fue una experiencia y un reto, en todos los casos se tenía poco tiempo, cada uno de los carteles diseñados va dirigido a un público diferente, en todos los casos se buscó una solución

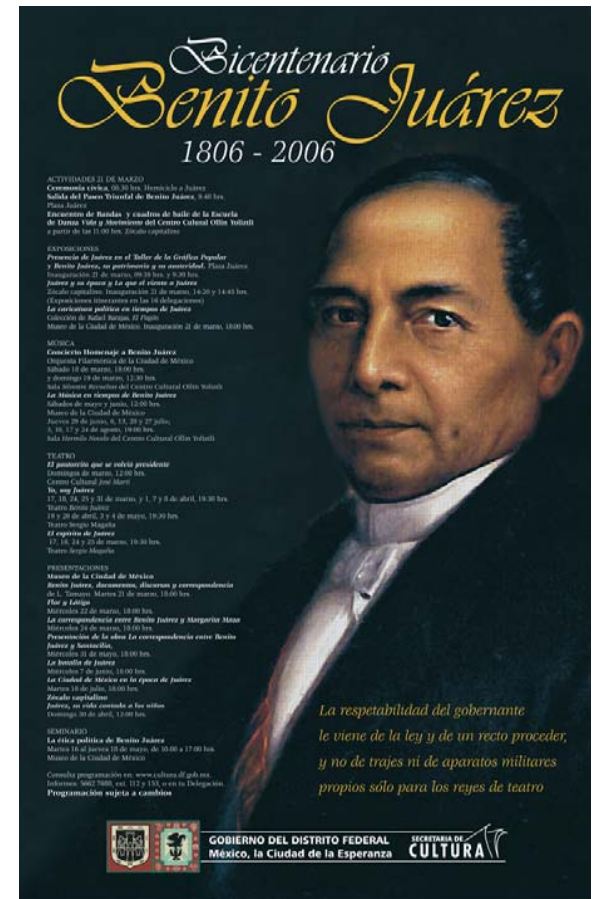


Fig. 127 Cartel Final Bicentenario de Benito Juárez.

original y que cumpliera con el objetivo principal, que se perseguía, que fue convocar a público específico para los espectáculos.

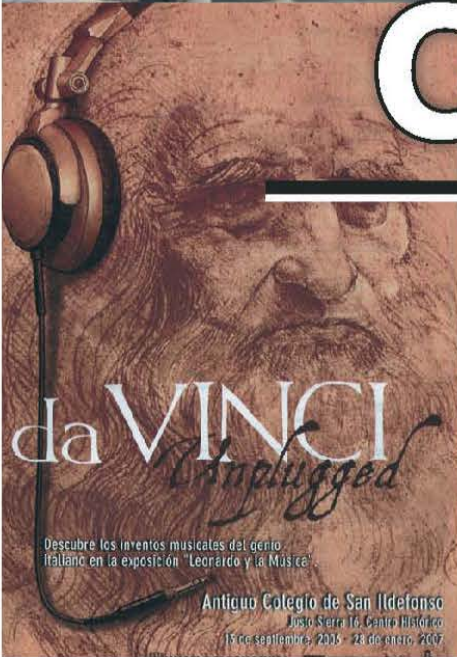
Nuestra función como diseñadores consiste en resolver problemas de comunicación, y en estos proyectos se cumplió en todos los proyectos, es importante mencionar que al diseñador en su formación académica no sólo se le enseñe a manejar programas de diseño por computadora, como en muchas escuelas sucede en nuestros días, mas bien se le debe de dar serias bases de comunicación, semántica, semiótica y mercadotecnia para una mejor solución y justificación a los proyectos y problemas gráficos que se enfrentan día a día en su vida profesional.

Ahora se mencionaran las conclusiones generales de los proyectos realizados en la Secretaría de Cultura.





# Conclusiones





## Conclusiones

El proyecto presentado consistió en la realización de una serie de seis carteles encargados al área de diseño y directamente a mi persona para convocar e invitar a de eventos en su mayoría de índole Histórico-Cultural que organizaba la Secretaría de Cultura del G.D.F.

Al haber realizado esta serie de carteles para distintos eventos comprendí el complejo y fascinante proceso de crear una obra gráfica, en este caso un cartel, desde un concepto o una idea principal, de forma simple y clara y que comunicara inmediatamente al ser visto.

En la mayoría de los casos, el tiempo no era suficiente para hacer un cartel, tomando en cuenta el tiempo que requería la dependencia del gobierno que imprime los carteles, Comisión Mexicana de Impresión (Comisa) aunado a eso la información y requerimientos del cartel llegaba a pocos días de la fecha del evento, por ello el reto fue doble ya que tenía que

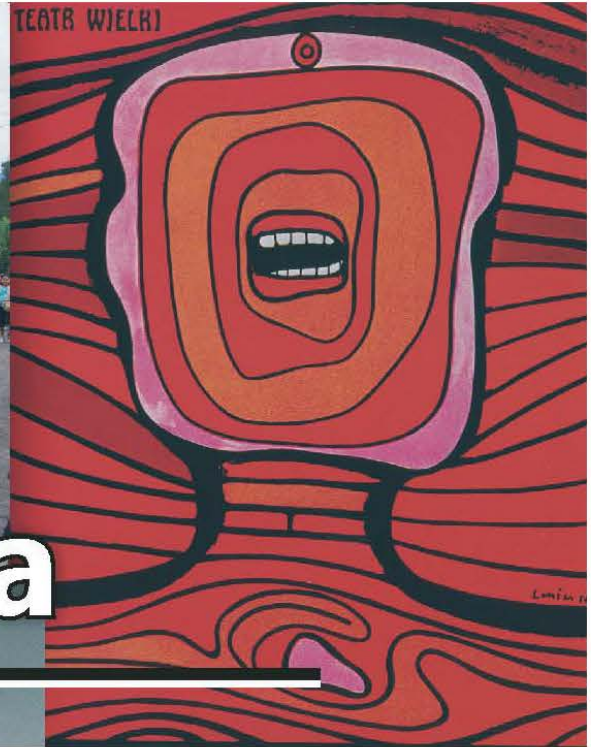
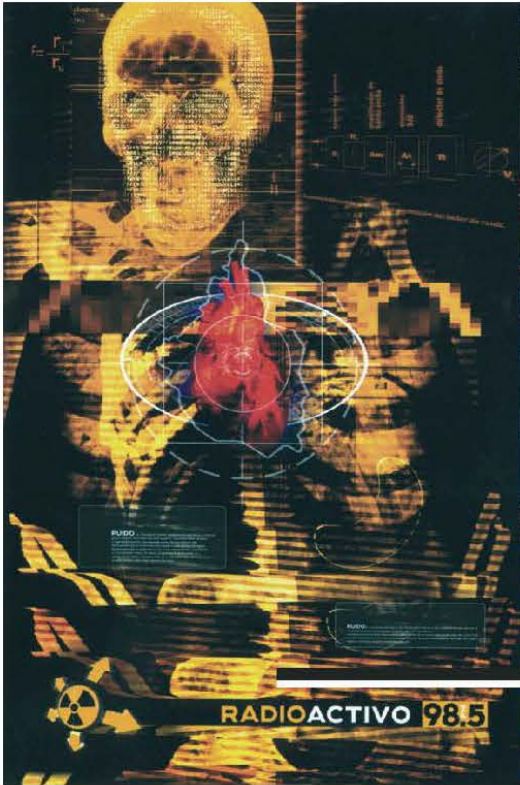
llegar a una solución satisfactoria en el menor tiempo posible.

Este proyecto, al igual que todos los trabajos que realicé durante el tiempo que trabajé en la Secretaría de Cultura, me permitieron aplicar todos los conocimientos adquiridos en la carrera aunados a los aprendidos de mi jefe y mis compañeros de trabajo, donde siempre fue importante su opinión y sugerencias además de que se vio reflejado en la solución final de cada uno de los carteles.

Otro punto importante fue la oportunidad de haber ayudado en la difusión de estos eventos culturales que en la mayoría de los casos no tienen cabida o no son promocionados en los distintos medios masivos de comunicación, como la televisión o la radio, por no ser "importantes" en sus espacios y programas, y sólo tienen la oportunidad de darse a conocer por medio de un cartel. Los objetivos principales que se perseguían al realizar estos carteles eran lograr la asistencia a los eventos y ésta se cumplió en los seis eventos que se convocaron en los carteles, teniendo en todos una alta

asistencia por parte del público. En algunos casos particulares se agotaron los carteles porque fueron retirados por parte del público que asistía a los eventos. Estos carteles, al cumplir con su función de comunicar, lograron la felicitación al área de diseño de la Secretaría de Cultura y a mí personalmente por el trabajo realizado. Estos carteles me dejan satisfecho por la solución gráfica a la que se llegó y por el gran número de asistentes que convocó y asistieron a los eventos.

Me siento afortunado de haber hecho estos proyectos tan importantes para la Ciudad de México y sus habitantes y que se me haya dado la oportunidad de diseñar carteles, que es un medio muy noble, fascinante y eficiente; no conozco a ningún Diseñador Gráfico que no aproveche la oportunidad y disfrute el hecho de diseñar un cartel. Por ello, me siento agradecido por la confianza que se me brindó y la experiencia que adquirí la aplico en todos los proyectos de diseño en los que intervengo día a día en mi vida profesional.



# Bibliografía



del 6 al 28 de octubre  
vive el arte diferente

ARTE CI

Centro Cultural del Bosque  
Paseo de la Reforma y Campo Marte  
Teatro Jiménez Rueda  
Av. de la República 154, Col. Tabacalera

Informes: 5282 19 44 / Lada: 01 800 904 4000  
www.crea.gub.mx / info@crea.gub.mx

LA CONACULTA • INBA

A collection of circular icons representing different art forms: Danza, Teatro, Música, Artesanía, Artes Plásticas, and Artes Escénicas.

## Bibliografía

**Hurburt Allen**

*Diseño Gráfico*

Ed. Gustavo Gili Barcelona, 1992

**Barnicoat John**

*Los carteles su historia y su lenguaje*

Ed. Gustavo Gili Barcelona, 1995

**Moles Abraham**

*La comunicación y los Mass Media*

Ed. Bilbao España, 1993

**Prieto Daniel**

*Elementos para el análisis del mensaje*

Barcelona España Instituto Páramon, 1978

**Munari Bruno**

*¿Como nacen los objetos?*

Ed. Gustavo Gili Barcelona, 1982

**Wong Wuicius**

*Fundamentos de Diseño Bi y Tridimensional*

Ed. Gustavo Gili Barcelona, 1995

**Muller Brockman**

*Sistema de Retículas un manual para diseñadores*

Ed. Gustavo Gili Barcelona, 1982

**Peninou Geoges**

*Semiótica de la Publicidad*

México Ed. Gustavo Gili Barcelona, 1995

**Dondis D.A.**

*La sintáxis de la imagen,*

Editorial Gustavo Gili Barcelona, 1976

**Eulalio Ferrer**

*La Publicidad Textos y Conceptos*

Editorial Trillas 1990

*Revista Matiz*

NUM 1 Revista mensual

*a! DISEÑO.*

Revista bimestral junio-julio 2004.

Editorial Magno Estar, México 2004.

**Tumbull Arthurt/ Baird Rossell N./ Muller Josef.**

*Comunicación Gráfica,*

Editorial Trillas México, 1986

**Hotzschlag Molly E.**

*Color para sitios web*

Ed. Mc Graw Hill

**Lupton Ellen/ Abbott Millar J.**

*EL ABC de la Bauhaus y la teoría del diseño*

Editorial Gustavo Gili Barcelona, 1994

**Secretaría de Cultura,**

*Manual Administrativo.*

Ed Crolisa 2003

**Bestley Russell**

*Nuevo diseño de Carteles*

Editorial Gustavo Gili Barcelona, 2001







# ROCKEROB VIRBAJOB

**en el José Martí**  
Sábados 17:00 hrs.

**8 de marzo**

**LETICIA SERVÍN**

**15 de marzo**

Abrirá

**LA CABEZA PARLANTE**

con la colaboración de

**KLOAKASKOMUNIKANTES A.C.**

**EL MASTUERZO Y KARNEDERES**

**22 de marzo**

**ICTUS e INDIOS VERDES**

**29 de marzo**

**CRISTAL Y ACERO**

**5 de abril**

**NINA GALINDO**

**ENTRADA LIBRE**

**Explanada del Centro Cultural José Martí**



GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL  
México • La Ciudad de la Esperanza

SECRETARÍA DE  
CULTURA



Dr. Mora No. 1. Centro Histórico. Del. Cuauhtemoc. Tels. 5521 2115

El Teatro de la Ciudad presenta



# CÍA. TANIA PÉREZ-SALAS



**AGOSTO 2003**  
**jueves 14 y viernes 15, 20:30 hrs**  
**sábado 16, 19:00 hrs**  
**domingo 17, 18:00 hrs**

Donceles 36, Centro Histórico. Boletos en taquilla y sistema *Ticket Master*  
50% de descuento a estudiantes, maestros e Inaplen. Informes: 5510-2197



SECRETARÍA DE  
**CULTURA**

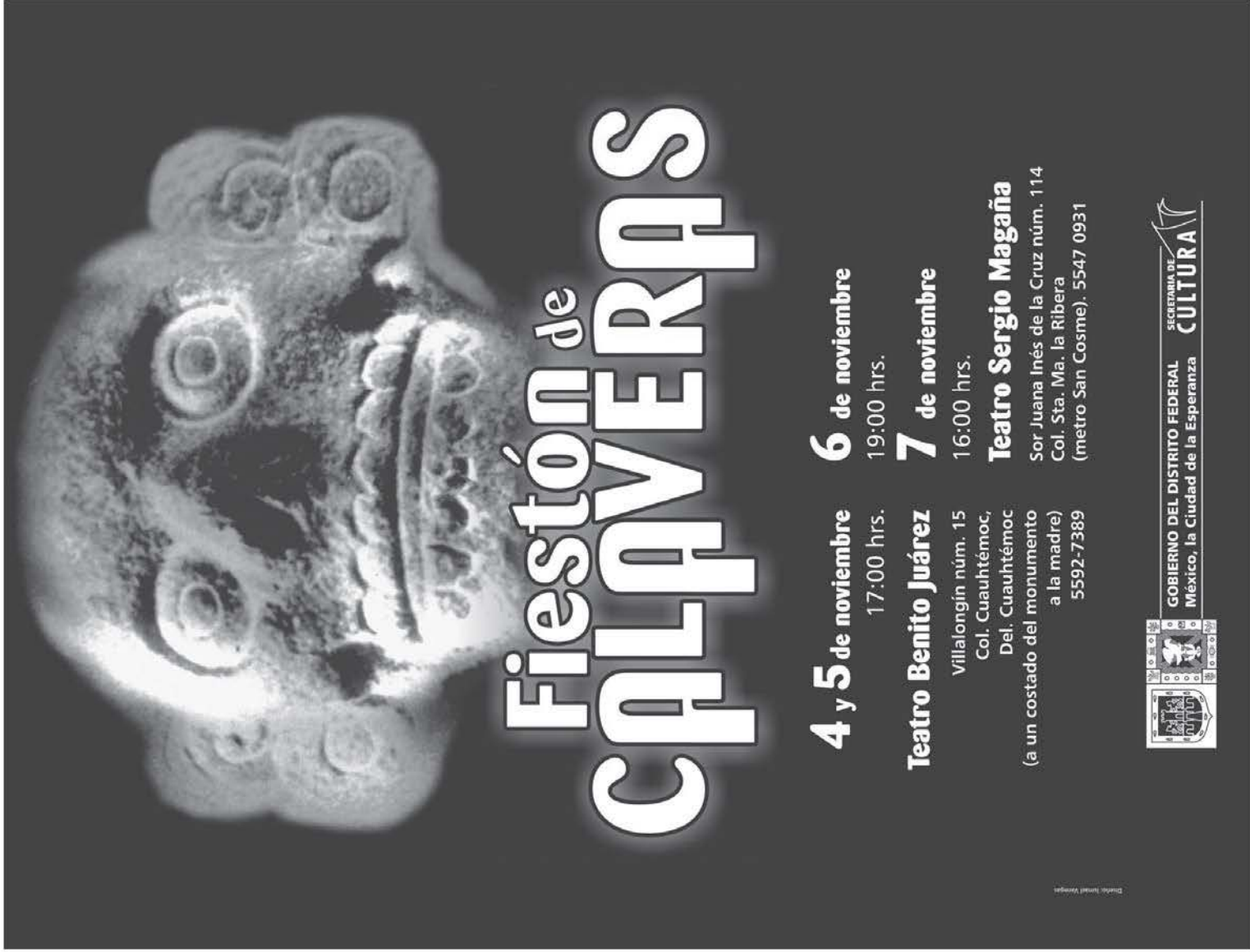


FONCA



GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL  
México, la Ciudad de la Esperanza





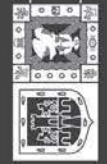
# Fiestón de CALAVERAS

**4 y 5 de noviembre**  
17:00 hrs.

**Teatro Benito Juárez**  
Villalongin núm. 15  
Col. Cuauhtémoc,  
Del. Cuauhtémoc  
(a un costado del monumento  
a la madre)  
5592-7389

**6 de noviembre**  
19:00 hrs.

**7 de noviembre**  
16:00 hrs.  
**Teatro Sergio Magaña**  
Sor Juana Inés de la Cruz núm. 114  
Col. Sta. Ma. la Ribera  
(metro San Cosme), 5547 0931



GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL  
México, la Ciudad de la Esperanza



Fuente: Inmex Fotografía



# Sentimientos de la Nación

- 5° Que la Seberidad del pueblo sea inmediatamente del pueblo.
- 11° ...la Patria no será del todo libre y nuestra, mientras no se reforme el gobierno, abatiendo el tiránico, substituyendo el liberal...
- 12° Que como la buena ley es superior a todo hombre, las que dicte nuestro Congreso deben ser tales, que obsequen a constancia y patriotismo, moderen la opulencia y la indigencia, y de tal suerte se aumente el jornal del pobre, que mejore sus costumbres, alejando la ignorancia, la rapiña y el hurto.
- 13° Que las leyes generales comprendan a todos, sin excepción de cuerpos privilegiados, y que éstos sólo se sean en cuanto al uso de su ministerio.
- 15° Que la esclavitud se proscriba para siempre y se mismo la distinción de castas, quedando todos iguales, y sólo distinguirá a un americano de otro el vicio y la virtud.



Chilpancingo 14 1813

José M.  
Morelos

# Fiestas patrias en la Ciudad de México

septiembre de 2005



GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL  
México, la Ciudad de la Esperanza

SECRETARÍA DE CULTURA



# FILARMÓNICA DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Enrique Barrios / *Director Artístico*

Otoño 2005

La influencia de la  
música folklórica  
en la música sinfónica

Del 15 de octubre al 26 de noviembre

Sala Silvestre Revueltas/Centro Cultural Ollin Yoliztli  
Periférico Sur 5141, Isidro Fabela, Tlalpan, 14030  
Sábados 18:00 hrs. Domingos 12:30 hrs.

Isleta del Lago de Chapultepec  
Domingos de noviembre 12:30 hrs.

[www.cultura.df.gob.mx](http://www.cultura.df.gob.mx)



GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL  
México, la Ciudad de la Esperanza

SECRETARÍA DE  
CULTURA



OPUS 94  
94.5 FM

ticketmaster  
MEXICO

LITOPLAS

Lustrolito PR

# Bicentenario Benito Juárez

1806 - 2006

## ACTIVIDADES 21 DE MARZO

Ceremonia cívica, 08:30 hrs. Homicidio a Juárez.  
Salida del Paseo Triunfal de Benito Juárez, 9:40 hrs.  
Plaza Juárez.  
Encuentro de Bandas y cuadros de baile de la Escuela de Danza Vida y Movimiento del Centro Cultural Ollin Yoliztli a partir de las 11:00 hrs. Zócalo capitalino.

## EXPOSICIONES

*Presencia de Juárez en el Taller de la Gráfica Popular* y *Benito Juárez, su gobierno y su sucesión*. Plaza Juárez. Inauguración 21 de marzo, 09:10 hrs. y 6:30 hrs.  
*Juárez y su época y La que el viento se llevó*. Zócalo capitalino. Inauguración 21 de marzo, 14:20 y 14:45 hrs. (Exposiciones itinerantes en las 16 delegaciones)  
*La corriente política en tiempos de Juárez*. Colección de Rafael Barajas, *El Pájar*. Museo de la Ciudad de México. Inauguración 21 de marzo, 18:00 hrs.

## MÚSICA

*Concierto Homenaje a Benito Juárez*. Orquesta Filarmónica de la Ciudad de México. Sábado 18 de marzo, 18:00 hrs. y domingo 19 de marzo, 12:30 hrs. Sala Silvestre Revueltas del Centro Cultural Ollin Yoliztli.  
*La Música en tiempos de Benito Juárez*. Salados de mayo y junio, 12:00 hrs. Museo de la Ciudad de México.  
Jueves 29 de junio, 6, 13, 20 y 27 julio, 3, 10, 17 y 24 de agosto, 18:00 hrs. Sala Herminio Naveola del Centro Cultural Ollin Yoliztli.

## TEATRO

*El pasorero que se volvió presidente*. Domingos de marzo, 12:00 hrs. Centro Cultural José Martí.  
*Yo, soy Juárez*. 17, 18, 24, 25 y 31 de marzo, y 1, 7 y 8 de abril, 19:30 hrs. Teatro Benito Juárez.  
19 y 26 de abril, 3 y 4 de mayo, 19:30 hrs. Teatro Sergio Magaña.  
*El espíritu de Juárez*. 17, 18, 24 y 25 de marzo, 19:30 hrs. Teatro Sergio Magaña.

## PRESENTACIONES

Museo de la Ciudad de México.  
*Benito Juárez, documentos, discursos y correspondencia* de L. Tamayo. Martes 21 de marzo, 18:00 hrs.  
*Por el Latigo*. Miércoles 22 de marzo, 18:00 hrs.  
*La correspondencia entre Benito Juárez y Margarita Maza*. Miércoles 24 de marzo, 18:00 hrs.  
*Presentación de la obra La correspondencia entre Benito Juárez y Santa Anita*. Miércoles 31 de mayo, 18:00 hrs.  
*La Batalla de Juárez*. Miércoles 7 de junio, 18:00 hrs.  
*La Ciudad de México en la época de Juárez*. Martes 18 de julio, 18:00 hrs.  
Zócalo capitalino.  
*Juárez, su vida contada a los niños*. Domingo 30 de abril, 12:00 hrs.

## SEMINARIO

*La ética política de Benito Juárez*. Martes 16 al jueves 18 de mayo, de 16:00 a 17:00 hrs. Museo de la Ciudad de México.

Consulta programación en: [www.cultura.df.gob.mx](http://www.cultura.df.gob.mx).  
Informes: 5962 7690, ext. 112 y 131, o en tu Delegación.  
Programación sujeta a cambios

*La respetabilidad del gobernante  
le viene de la ley y de un recto proceder,  
y no de trajes ni de aparatos militares  
propios sólo para los reyes de teatro*



GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL  
México, la Ciudad de la Esperanza

SECRETARÍA DE

